



EO.812.1.2023

ZAPROSZENIE do składania ofert

na realizację kampanii społecznej w ramach zadania pn:
„Kampania społeczna dotycząca redukcji ryzyka udaru mózgu i zawału serca”

Postępowanie nie podlega ustawie z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2021 r. poz. 1129 z późn. zm.) – wartość zamówienia nie przekracza wyrażonej w złotych kwoty 130 000 zł.

I. Zamawiający

Dolnośląski Szpital Specjalistyczny im. T. Marciniaka - Centrum Medycyny Ratunkowej, ul. Gen. Augusta Emila Fieldorfa 2, 54-049 Wrocław, KRS 0000040364, NIP 899-22-28-560, REGON 00632038, tel. 71 306 41 59, faks 71 306 48 67, e-mail do osoby do kontaktu: k.szeremeta@szpital-marciniak.wroclaw.pl
Adres strony internetowej Zamawiającego: www.szpital-marciniak.wroclaw.pl

II Kwota, którą Zamawiający dysponuje na realizację przedmiotu zamówienia:
120 668,00 zł brutto.

III. Opis przedmiotu zamówienia

CPV: 79341400-0, 92211000-3, 92210000-6; 79970000-4

Zamówienie obejmuje realizację kampanii społecznej w ramach zadania pn: *„Kampania społeczna dotycząca redukcji ryzyka udaru mózgu i zawału serca”* realizowanego z dotacji z budżetu Województwa Dolnośląskiego przyznanej Uchwałą nr 6794/VI/23 Zarządu Województwa Dolnośląskiego z dnia 17 kwietnia 2023 r.

a) Ogólne informacje o Kampanii:

Kampania społeczna obejmuje działania edukacyjno-informacyjne nakierowane na redukcję ryzyka zachorowania na choroby naczyń mózgowych i wieńcowych, ze szczególnym uwzględnieniem udaru mózgu i zawału serca wśród mieszkańców Dolnego Śląska. Za warstwę merytoryczną Kampanii odpowiadają lekarze z Oddziału Kardiologii i Oddziału Neurologii z Pododdziałem Udarowym Dolnośląskiego Szpitala im. T. Marciniaka – Centrum Medycyny Ratunkowej.

Patomechanizm zawału serca i udaru mózgu jest bardzo podobny. Zamknięta przez zmiany miażdżycowe tętnica nie doprowadza krwi do danego obszaru serca czy mózgu.



Dolnośląski Szpital Specjalistyczny im. T. Marciniaka Centrum Medycyny Ratunkowej

W wyniku ustania przepływu krwi do danej części serca czy mózgu dochodzi do martwicy – zawału serca czy udaru mózgu. Do narastania zmian miażdżycowych dochodzi w wyniku odkładania w ścianie tętnic depozytów cholesterolu, glukozy i komponentów zakrzepowych krwi w szczególności w obecności podwyższonych wartości ciśnienia krwi. Progresję miażdżycy można zahamować poprzez kontrolę czynników ryzyka miażdżycy: nadciśnienia tętniczego, cukrzycy i hipercholesterolemii.

Kampania jest odpowiedzią na potrzebę prowadzenia działań edukacyjnych mających na celu zwiększenie świadomości grupy docelowej o zagrożeniu zawałem serca czy udarem mózgu.

Grupa docelowa: mieszkańcy Dolnego Śląska powyżej 40 roku życia, kobiety i mężczyźni, ze szczególnym uwzględnieniem zapracowanych czterdziestolatków (grupy wiekowej 40-50 lat).

Celami kampanii społecznej są:

- Dotarcie z przekazem prozdrowotnym do jak największej grupy osób z grupy wiekowej 40+ (kobiet i mężczyzn) mieszkających na terenie Dolnego Śląska, ze szczególnym uwzględnieniem odbiorców młodszych, którzy niedawno przekroczyli 40 rok życia,
- Zwiększenie świadomości zdrowotnej w zakresie konieczności kontrolowania czynników ryzyka chorób sercowo-naczyniowych wśród kobiet i mężczyzn z grupy wiekowej 40+,
- Zwiększenie zgłaszalności na badania profilaktyczne do lekarzy POZ,
- Ukształtowanie wśród odbiorców kampanii postawy prozdrowotnej – nawyku regularnej kontroli ciśnienia krwi, masy ciała, poziomu stężenia glukozy i cholesterolu oraz uwrażliwienie na potrzebę wczesnego reagowania w przypadku nieprawidłowości – zgłoszenia się w takiej sytuacji do lekarza.

Główny przekaz Kampanii (take home message):

Zmierz ciśnienie krwi, zbadaj glukozę i cholesterol, zgłoś się do lekarza rodzinnego.

b) Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Ogólne wytyczne do materiałów przygotowywanych w ramach Kampanii

Wszystkie materiały wytworzone na potrzeby kampanii powinny zawierać logotyp Dolnośląskiego Szpitala Specjalistycznego im. T. Marciniaka - Centrum Medycyny Ratunkowej, informację: „Zrealizowano przy wsparciu finansowym Samorządu Województwa Dolnośląskiego”, logotyp Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego.

Logotypy zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego.

Wszystkie materiały wytworzone na potrzeby kampanii powinny spełniać wymagania ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz. U. 2019, poz. 1696) oraz ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (tj.: Dz. U. z 2020 r., poz. 1062 z późn. zm.).



Dolnośląski Szpital Specjalistyczny
im. T. Marciniaka
Centrum Medycyny Ratunkowej

Wszystkie materiały wytworzone na potrzeby kampanii przez Wykonawcę wymagają akceptacji Zamawiającego przed ich ostateczną publikacją.

Termin realizacji umowy:

Od dnia podpisania umowy do dnia 27 listopada 2023 r., w tym planowany termin realizacji kampanii w mediach: od 20 października 2023 r. 20 listopada 2023 r.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca w ciągu 3 dni roboczych od dnia podpisania umowy przedstawił proponowany szczegółowy harmonogram prac, zgodny z powyższymi ramowymi terminami realizacji umowy oraz terminami wykonania poszczególnych zadań wskazanych w dalszej części szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia. Szczegółowy harmonogram prac będzie podlegał akceptacji Zamawiającego.

Zadanie 1 Opracowanie koncepcji kampanii społecznej dotyczącej redukcji ryzyka udaru mózgu i zawału serca.

Zadanie obejmuje opracowanie:

- 1) koncepcji kampanii społecznej (koncepcja kreatywna, hasło, myśl przewodnia Kampanii i jej wykorzystanie w poszczególnych elementach Kampanii, język i styl komunikacji, strategia dotarcia do odbiorców). Wykonawca może zaproponować nową nazwę Kampanii lub rozwinąć albo pozostawić zaproponowaną przez Zamawiającego nazwę roboczą „Zawał, udar – jedna choroba”.
- 2) Key Visual – projektu graficznego kampanii, który będzie przekładany na pozostałe nośnik, w tym logotypu kampanii – kilka propozycji do wyboru (co najmniej 3).
- 3) planu Kampanii w Internecie z określeniem kanałów i narzędzi, które zostaną wykorzystane do prowadzenia Kampanii wraz z przedstawieniem projektów postów (copywriting) i grafik do kampanii w Internecie, które Wykonawca zamierza wykorzystywać. Ostateczna koncepcja Kampanii wraz z planem Kampanii w Internecie powinna zostać dostarczona Zamawiającemu w formie dokumentu. Wykonawca dodatkowo zobowiązany jest do przekazania wszystkich opracowanych projektów graficznych w formatach umożliwiających dalszą edycję oraz do przekazania informacji o nazwach wykorzystanych fontów i kolorów. Zamawiający wymaga, aby wszystkie wykorzystywane przez Wykonawcę fonty były na licencjach bezpłatnych do użytku prywatnego oraz komercyjnego.

Ostateczna koncepcja Kampanii wymaga akceptacji Zamawiającego przed wdrożeniem jej do realizacji. Wykonawca zobowiązany jest do uwzględniania wszelkich wytycznych i uwag zgłaszanych przez Zamawiającego.

Termin realizacji zadania 1:

- Koncepcja kampanii społecznej i Key Visual do 5 października 2023 r.
- Plan Kampanii w Internecie wraz z projektami postów i grafik do 18 października 2023 r.



Zadanie 2 Realizacja Kampanii społecznej w Internecie

Zamawiający wymaga publikacji 1 artykułu dostarczonego przez Zamawiającego na regionalnym portalu internetowym o zasięgu województwa dolnośląskiego, którego średnia miesięczna liczba realnych użytkowników w okresie styczeń - czerwiec 2023 r. wynosiła minimum 700 000. Zamawiający wymaga co najmniej 7-dniowej promocji artykułu na ww. portalu, tj. zapewnienia, że przez 7 dni artykuł będzie pojawiał się użytkownikom w proponowanych artykułach, a reklama zostanie wyświetlona co najmniej 50 000 razy.

Przeprowadzenie Kampanii informacyjnej w mediach społecznościowych i - jeśli Wykonawca uzna za celowe - w zależności od koncepcji w innych kanałach internetowych (np. emisja reklam displayowych na wybranych stronach internetowych) przez ok. 1 miesiąc.

Wykonawca dokona analizy sposobów optymalnego dotarcia z wykorzystaniem Internetu do grupy docelowej – mieszkańców i mieszanek Dolnego Śląska mających co najmniej 40 lat. Na tej podstawie Wykonawca dobierze optymalne kanały komunikacji z odbiorcą i sposób przeprowadzenia Kampanii informacyjnej w Internecie z uwzględnieniem wymogu Zamawiającego, aby wśród tych kanałów komunikacji znalazł się portal Facebook. Zamawiający wymaga, aby Wykonawca w ramach Kampanii zapewnił poprzez płatną promocję w mediach społecznościowych i – jeśli analiza Wykonawcy wykaże ich zasadność - innych kanałach internetowych, promocję treści Kampanii w dobranych przez siebie pod kątem jak najszerszego dotarcia do grupy docelowej projektu, kanałach komunikacji z odbiorcą.

W przypadku mediów społecznościowych Zamawiający wymaga, aby promocja była prowadzona na profilach należących do Dolnośląskiego Szpitala Specjalistycznego im. T. Marciniaka oraz profilach portalu internetowego o zasięgu województwa dolnośląskiego, którego średnia miesięczna liczba realnych użytkowników wynosi minimum 700 000 (średnia za okres: styczeń - czerwiec 2023 r.)

Posty i wszelkie inne materiały spot promocyjne Kampanii powinny zawierać linki do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego. Treści i forma graficzna postów promowanych w Kampanii wymagają akceptacji Zamawiającego przed ich publikacją.

Zamawiający wymaga realizacji następujących wskaźników Kampanii:

- łączna gwarantowana liczba wyświetleń w mediach społecznościowych, takich jak np. Facebook, Instagram, LinkedIn, w grupie docelowej 40+ - min. 100 000 wyświetleń, w tym na portalu Facebook z profilu Szpitala im. Marciniaka: co najmniej 50 000 wyświetleń,
- przekierowania na stronę internetową Szpitala - min. 2 000, (w wyniku kliknięcia w link w poście lub baner - jeżeli wykonawca uwzględni również kampanię banerową).

Kampania powinna zostać przeprowadzona zgodnie z planem Kampanii w Internecie uprzednio zatwierdzonym przez Zamawiającego.

Raport



Dolnośląski Szpital Specjalistyczny im. T. Marciniaka Centrum Medycyny Ratunkowej

Po zakończeniu Kampanii w Internecie Wykonawca zobowiązany jest do przedłożenia w ciągu 7 dni raportu zawierającego, adekwatne do wykorzystywanych w kampanii kanałów obiektywne dane np. pochodzące z Google Analytics, Facebook Ads czy Google Ads, potwierdzających osiągnięcie wyznaczonych Wykonawcy do osiągnięcia wskaźników wyświetleń oraz przekierowań.

Raport Wykonawcy powinien również zawierać rekomendacje dla Zamawiającego dotyczące przyszłych kampanii w Internecie, na podstawie wniosków z przeprowadzonej Kampanii.

Termin realizacji zadania 2:

20 października 2023 r. 20 listopada 2023 r. + przygotowanie raportu 7 dni kalendarzowych.

Zadanie 3 Produkcja spotu radiowego

Zadanie obejmuje produkcję 30-sekundowego spotu radiowego, w tym opracowanie scenariusza.

- Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag do zaproponowanego scenariusza, a Wykonawca zobowiązuje się je uwzględnić.
- Spot musi zawierać przekaz zachęcający grupę docelową do wykonywania badań profilaktycznych.
- Spot musi być spójny z celami Kampanii wskazanymi w niniejszym zapytaniu ofertowym, a także ogólną koncepcją Kampanii opracowaną przez Wykonawcę w zadaniu 1, wskazane jest aby wykorzystywał hasło kampanii.
- Język spotu powinien być prosty i zrozumiały, aby zapewnić dostępność dla maksymalnie szerokiej grupy odbiorców.
- Zamawiający wymaga, aby w spocie podana została informacja o możliwości uzyskania większej liczby informacji na stronie internetowej Szpitala im. Marciniaka,
- Zamawiający wymaga, aby w spocie pojawiła się informacja: „Zrealizowano przy wsparciu finansowym Samorządu Województwa Dolnośląskiego”,
- Zamawiający wymaga uwzględnienia w spocie, krótkiej, jednozdaniowej wypowiedzi przedstawiciela Urzędu Marszałkowskiego,
- Po zaakceptowaniu ostatecznej wersji scenariusza przez Zamawiającego, Wykonawca przygotuje i przedstawi Zamawiającemu do akceptacji, co najmniej 3 próbki różnych głosów lektorskich w języku polskim (jeżeli będzie przewidywał udział w spocie innych głosów) oraz 3 propozycje podkładu muzycznego.
- Zamawiający wymaga, aby nagranie przedstawiciela Urzędu Marszałkowskiego zostało nagrane w studiu we Wrocławiu.
- Spot musi spełniać wszystkie normy techniczne materiałów dostarczanych do emisji radiowej,
- Wymagany format spotu: mp3,
- Wymagana długość spotu: 30 sekund,
- Wykonawca zobowiązany jest do uwzględniania wszelkich wytycznych i uwag zgłaszanych przez Zamawiającego do roboczej wersji spotu oraz do ponownego przedstawienia spotu do akceptacji.



Dolnośląski Szpital Specjalistyczny im. T. Marciniaka Centrum Medycyny Ratunkowej

- Zamawiający wymaga udzielenia licencji na okres co najmniej 1 roku na wykorzystanie spotu radiowego na antenie rozgłośni radiowych nadających sygnał naziemny o zasięgu regionalnym na obszarze województwa dolnośląskiego oraz w Internecie – zakres wykorzystania w Internecie: wykorzystanie na stronie internetowej Zamawiającego oraz profilach Zamawiającego w mediach społecznościowych do celów promocji własnej (bez kampanii reklamowej), ewentualnie – jeśli wykorzystanie spotu będzie uwzględnione przez Wykonawcę w planie Kampanii w Internecie – w zakresie wynikającym z realizacji zadania 2. Zakres wykorzystania w Internecie może objąć również rozgłoszenie radiowe o zasięgu regionalnym – w zakresie równoległej transmisji internetowej programu nadawanego w ramach sygnału naziemnego (nie obejmuje transmisji przez rozgłoszenie wyłącznie internetowe).
- Zamawiający wymaga przekazania gotowego spotu mailowo lub na nośniku elektronicznym, a także przekazania oryginału metryczki dźwięku (metryczki reklamy radiowej), zawierającej w szczególności wskazanie pól eksploatacji (prawo do emisji przez stacje radiowe nadające swój program na obszarze Dolnego Śląska oraz prawo do emisji w Internecie w zakresie wskazanym powyżej) oraz określenie okresu ważności licencji.

Termin realizacji zadania 3: do 15 października 2023 r.

Zadanie 4 Opracowanie projektów graficznych materiałów promocyjnych

Opracowanie projektów graficznych (na bazie elementów Key Visual) oraz copywriting (zgodny z opracowaną koncepcją, przy wykorzystaniu wkładu merytorycznego dostarczonego przez Zamawiającego) ulotek, plakatów, na bazie elementów Key Visual, przygotowanie plików umożliwiających wydruk materiałów w określonych wymiarach:

- Ulotka – format A6, zadruk dwustronny, spady drukarskie.
- Plakat – format A3, zadruk jednostronny, spady drukarskie.
- Roll-up – wymiary: 120 x 200 cm. Zamawiający wymaga, aby na co najmniej 1 roll-upie znalazły się zdjęcia Szpitala.
- Baner na stronę internetową szpitala oraz grafika na podstrony Kampanii – (analogicznie do grafik z poprzedniej Kampanii <https://www.szpital-marciniak.wroclaw.pl/sercekobiety/>)

Termin realizacji zadania 4: do 12 października 2023 r.



Zadanie 5 Wykonanie i dostarczenie 2 roll-upów, ulotek i plakatów

Na podstawie projektów graficznych z zadania 5 – wykonanie **2 roll-upów** wymiary: 100 x 200 cm, konstrukcja kasety wykonana z aluminium, dwie rozkładane nogi, pokrowiec, materiał rollupu – blackout o gramaturze co najmniej 220g/m², jakość wydruku co najmniej 150 DPI, wydruk **100 plakatów** (format A3, papier: kreda, gramatura co najmniej 130 g), wydruk **1 000 ulotek** (format A6, zadruk dwustronny, papier kreda, gramatura co najmniej 130 g), wraz z dostarczeniem ich do siedziby Zamawiającego.

Termin realizacji zadania 5:
do 18 października 2023 r.

Zadanie 6 Emisje spotów radiowych w 2 rozgłośniach radiowych o zasięgu regionalnym

Zadanie obejmuje realizację emisji spotu radiowego wyprodukowanego w ramach zadania 4. w 2 rozgłośniach radiowych, nadających sygnał naziemny, o zasięgu regionalnym na terenie Dolnego Śląska. Zamawiający wymaga realizacji po 50 emisji w każdej z rozgłośni w okresie około 1 miesiąca.

Wymagania dotyczące rozgłośni radiowych, w których realizowana będzie emisja:

- zasięg emisji spotu dla każdej z rozgłośni radiowych nie mniejszy niż zasięg 11 powiatów.
- udział w czasie słuchania w grupie wiekowej 40+ dla każdej z rozgłośni radiowych – nie mniej niż 3%.

Godziny emisji: od poniedziałku do piątku w godzinach od 6:00 do 20:00. Zamawiający wymaga, aby emisje były realizowane w różnych godzinach i porach dnia – tak, aby mogły dotrzeć do szerokiej grupy słuchaczy.

Szczegółowy mediaplan podlega akceptacji Zamawiającego.

Termin realizacji zadania 6:
czas trwania Kampanii: około 30 dni w okresie od 20 października 2023 r. 20 listopada 2023 r.

Zadanie 7 Produkcja i emisja audycji radiowych

Zadanie obejmuje:

- produkcję pięciu 2-minutowych audycji radiowych – rozmów z ekspertami wskazanymi przez Zamawiającego,
- po 2 emisje: premierę + powtórkę każdej audycji radiowej w 2 rozgłośniach radiowych, nadających sygnał naziemny, o zasięgu regionalnym na terenie Dolnego Śląska (czyli po 10 emisji audycji radiowych w każdej z 2 rozgłośni radiowych – razem 20 emisji).
- zamieszczenie audycji na stronach internetowych rozgłośni w celu umożliwienia słuchaczom ponownego odsłuchu (co najmniej przez 1 miesiąc).

Wymagania dotyczące rozgłośni radiowych, w których realizowana będzie emisja:



**Dolnośląski Szpital Specjalistyczny
im. T. Marciniaka
Centrum Medycyny Ratunkowej**

- zasięg emisji spotu dla każdej z rozgłośni radiowych nie mniejszy niż zasięg 11 powiatów.

- udział w czasie słuchania w grupie wiekowej 40+ dla każdej z rozgłośni radiowych – nie mniej niż 3% (dane za okres od stycznia do czerwca 2023 r.)

Godziny emisji: od poniedziałku do piątku w godzinach od 6:00 do 20:00. Zamawiający wymaga, aby emisje były realizowane w różnych godzinach i porach dnia – tak, aby mogły dotrzeć do szerokiej grupy słuchaczy.

Mediaplan podlega akceptacji Zamawiającego.

Termin realizacji zadania 7:

- **Produkcja audycji: do 15 października 2023 r.**
- **Czas trwania emisji audycji: około 30 dni w okresie od 20 października 2023 r. 20 listopada 2023 r. – zsynchronizowane z emisją spotu radiowego**

IV Zasady wyboru wykonawców i kryteria oceny ofert:

Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania wynosi 100. Do realizacji zamówienia zostanie wybrany wykonawca, którego oferta uzyska największą liczbę punktów.

Kryteria oceny ofert:

L.p.	Nazwa kryterium:	Liczba punktów możliwych do uzyskania	Procentowy udział kryterium w punktacji:
1.	Cena brutto	do 90 pkt	90%
2.	Portfolio:	do 10 pkt	10 %

Sposób obliczania punktów:

Liczba punktów za kryterium nr 1 – Cena brutto zostanie obliczona w następujący sposób:

Cena brutto oferty z najniższą ceną
spośród ofert podlegających ocenie

Liczba punktów oferty ocenianej = _____ x 90

Cena brutto oferty ocenianej



Liczba punktów za mające charakter jakościowy kryterium nr 2 – Portfolio - będzie obliczana jako średnia z liczby punktów przyznanych za dane kryterium przez poszczególnych członków komisji oceniającej oferty.

Liczba punktów zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

V. Wykaz wymaganych dokumentów od Wykonawcy:

1. Oferta Wykonawcy – zgodna ze wzorem stanowiącym załącznik do Zaproszenia do składania ofert.
 2. Dokument, z którego wynika upoważnienie do reprezentowania Wykonawcy, jeżeli takie umocowanie nie wynika z dokumentów bezpłatnych, ogólnie dostępnych w bazach, np. CEIDG lub KRS. Jeżeli ofertę podpisuje pełnomocnik – dokument pełnomocnictwa oraz dokument, z którego wynika uprawnienie dla osoby udzielającej pełnomocnictwa do dokonania takiej czynności. W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się udzielenie zamówienia (np. spółka cywilna, konsorcjum) – pełnomocnictwo rodzajowe do reprezentowania ich w niniejszym postępowaniu albo reprezentowania i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego,
 3. Referencje i/lub protokoły odbioru potwierdzające warunki udziału w postępowaniu.
 4. Portfolio obejmujące następujące elementy:
 - a) przykładowe kampanie realizowane przez oferenta – preferowane kampanie społeczne:
 - i. wykaz zrealizowanych kampanii,
 - ii. opisy/prezentacje kampanii – forma wybrana przez Wykonawcę,
- (Zamawiający wymaga przekazania przykładowych materiałów filmowych na nośniku elektronicznym lub – w przypadku składania oferty w formie elektronicznej przesłania linków do materiałów).

VI. Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami:

Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego z zapytaniem dot. treści Zaproszenia do składania ofert mailowo na adres e-mail: k.szeremeta@szpital-marciniak.wroclaw.pl – najpóźniej na 3 dni robocze przed upływem terminu składania ofert.



VII Sposób przygotowania oferty:

1. Oferta powinna zostać sporządzona w języku polskim, na wzorze stanowiącym załącznik nr 1 do Zaproszenia do składania ofert.
2. Oferta (formularz ofertowy oraz załączniki) powinny zostać podpisane przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy zgodnie z dokumentem rejestrowym Wykonawcy bądź przedłożonym dokumentem. W przypadku załączenia kopii dokumentów – powinny zostać one podpisane przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy „za zgodność z oryginałem”.
3. Oferta może zostać przygotowana w formie papierowej lub w formie elektronicznej – w postaci skanu oferty papierowej lub w formie dokumentu podpisanego elektronicznie.

VIII. Miejsce oraz termin składania ofert.

1. W przypadku składania oferty w formie elektronicznej, należy ją przesłać na adres e-mail: sekretariat@szpital-marciniak.wroclaw.pl, należy wskazać w tytule maila, iż jest to „Oferta na realizację *kampanii społecznej dotyczącej redukcji ryzyka udaru mózgu i zawału serca*”.
2. W przypadku składania oferty w formie papierowej, należy zaznaczyć na kopercie, iż jest to „Oferta na realizację *kampanii społecznej dotyczącej redukcji ryzyka udaru mózgu i zawału serca*” oraz:
 - a) przesyłać ją na adres Zamawiającego:
Dolnośląski Szpital Specjalistyczny im. T. Marciniaka - Centrum Medycyny Ratunkowej
ul. Gen. Augusta Emila Fieldorfa 2,
54-049 Wrocław
lub
 - b) dostarczyć osobiście do Sekretariatu Dyrekcji Zamawiającego, I. piętro, adres j. w.

Ofertę należy złożyć w terminie do dnia 31 sierpnia 2023 r. do godziny 15:00.

Decyduje termin dostarczenia oferty do Zamawiającego. Oferty złożone po wyznaczonym terminie nie będą rozpatrywane.

IX. Termin związania ofertą:

Wykonawca jest związany swoją ofertą przez okres 30 dni od dnia ostatecznego terminu składania ofert.

X. Informacje dodatkowe, rozstrzygnięcie, wybór oferty:

1. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
2. Wykonawca może wycofać ofertę, pod warunkiem, że uczyni to przed upływem terminu do składania ofert. Wycofanie oferty wymaga formy pisemnej.
3. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych lub wariantowych.
4. Oferty złożone po wyznaczonym terminie, złożone w innym niż wskazano miejscu lub wysłane na inny adres mailowy niż zostało określone w niniejszym Zaproszeniu do składania ofert pozostaną pozostawione bez rozpatrzenia.
5. Zamawiający odrzuca ofertę Wykonawcy, w przypadku gdy:



Dolnośląski Szpital Specjalistyczny
im. T. Marciniaka
Centrum Medycyny Ratunkowej

- a) oferta nie została złożona na formularzu ofertowym stanowiącym załącznik do niniejszego Zaproszenia do składania ofert,
 - b) w ofercie nie została wskazana cena za wykonanie przedmiotu zamówienia,
 - c) oferta jest niezgodna z opisem przedmiotu zamówienia,
 - d) wykonawca nie spełnia warunków udziału w postępowaniu,
 - e) wykonawca złożył więcej niż jedną ofertę,
 - f) wykonawca złożył ofertę częściową lub wariantową,
 - g) wykonawca nie uzupełnił w terminie braków formalnych lub nie skorygował omyłek pisarskich lub rachunkowych, do których uzupełnienia/skorygowania został wezwany lub nie przedstawił w terminie wyjaśnień odnośnie niejasnych dla zamawiającego treści oferty,
 - h) oferta zawiera rażąco niską cenę lub nieprawdziwe informacje,
 - i) oferta jest nieważna na mocy odrębnych przepisów.
-
6. W przypadku, gdy Wykonawca przestawi ofertę zawierającą braki formalne lub oczywiste omyłki pisarskie lub rachunkowe, bądź zawierającą treści niejasne – uniemożliwiające dokonanie oceny oferty, Zamawiający jednokrotnie wezwie Wykonawcę do dokonania korekty/uzupełnienia/złożenia wyjaśnień. Uzupełnieniu nie podlega niewskazanie w ofercie ceny za wykonanie przedmiotu zamówienia – oferta bez podanej ceny zostaje odrzucona.
7. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wezwania Wykonawcy do uzupełnień drogą mailową na adres e-mail wskazany w ofercie.
8. Zamawiający wykluczy z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego Wykonawcę zaliczającego się do kategorii wykonawców wskazanych w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. 2022, poz. 835).
9. Zamawiający zamieści na swojej stronie internetowej informację o rozstrzygnięciu postępowania.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania bez podania przyczyny.
11. Zamawiający zastrzega sobie prawo przed podpisaniem umowy z Wykonawcą do weryfikacji prawdziwości oświadczeń dotyczących średniej miesięcznej liczby realnych użytkowników regionalnego portalu internetowego lub udziału w czasie słuchania w grupie wiekowej 40+ wskazanych przez Wykonawcę rozgłośni; Zamawiający zastrzega sobie prawo do poproszenia Wykonawcę o przedłożenie potwierdzających oświadczenia raportów stworzonych przez niezależną instytucję badającą media lub wygenerowanego z wykorzystaniem powszechnie stosowanego na rynku narzędzi monitorujących ruch w Internecie. Zamawiający zastrzega sobie prawo do niepodpisania umowy z Wykonawcą w przypadku negatywnej weryfikacji oświadczeń.

XI. Załączniki

Załącznik Nr 1 – Formularz ofertowy,

Załącznik Nr 2 – Wzór umowy na wykonanie zamówienia.

Zastępca Dyrektora
ds. Ekonomiczno-Exploatacyjnych
.....
mgr Tomasz Dymyt
Podpis Dyrektora

