

Z3

.....
[pieczęć firmowa lub nazwa i adres wykonawcy
(konsorcjum/ spółki cywilnej)]

.....
[miejscowość i data]

Numer faksu (do korespondencji):	
E-mail (do korespondencji):	

WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
al. Łukasza Cieplińskiego 4
35-010 Rzeszów

FORMULARZ OFERTOWY

W nawiązaniu do ogłoszenia o wszczęciu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na:
„Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej poświęconej promocji gospodarczej województwa podkarpackiego” – opublikowanego w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej w dniu 23.03.2018 r.; 2018/S 058-128246 przedkładamy naszą ofertę:

1. Cena:

- 1.1. Oferujemy wykonanie zamówienia, o którym to zamówieniu jest mowa w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ) – znak sprawy: OR-IV.272.2.8.2018 za cenę, o której mowa niżej:

. zł

Słownie (cena brutto oferty):

.....
Powyższa cena zawiera obowiązujący podatek od towarów i usług VAT
Cena brana pod uwagę przy ocenie ofert

- 1.2. Oświadczenia dotyczące sposobu obliczenia/ ustalenia ceny oferty:

1.2.1. Cena oferty zawiera wszelkie koszty związane z realizacją zamówienia.

1.2.2. Cena oferty została przez nas ustalona z uwzględnieniem wszystkich warunków, o których mowa w załączniku nr Z2 oraz Z4 do SIWZ dotyczących realizacji wyżej wskazanego zamówienia, jak również z uwzględnieniem innych prac – nie uwzględnionych w tych załącznikach – które są konieczne do wykonania przedmiotowego zamówienia.

- 1.3.1. Integralną część oferty stanowią opracowania/dokumenty:

- 1) Jednolity europejski dokument zamówienia (JEDZ) - stanowiący załącznik nr 1A do SIWZ
- 2) formularz ofertowy
- 3) dokument potwierdzający wniesienie wadium
- 4) dokumenty potwierdzające uprawnienia osób podpisujących ofertę Wykonawcy do działania w jego imieniu
- 5) charakterystyka grup docelowych kampanii*
- 6) opis głównych założeń kampanii, kluczowych komunikatów*

- 7) koncepcja zaangażowania – interakcji odbiorców kampanii*
- 8) opis komunikacji kampanii wraz z harmonogramem działań, zawierający wyraźnie wyodrębnione następujące części:
 - 8.1. koncepcja trzech telewizyjnych spotów reklamowych*
 - 8.2. koncepcja kampanii reklamowej w rozgłośniach radiowych
 - 8.3. koncepcja charakterystycznych elementów graficznych kampanii (np. fotografii) dla poszczególnych inteligentnych specjalizacji regionu i innych jego kluczowych zasobów lub aktywności*
 - 8.4 koncepcja testimoniali*
 - 8.5 koncepcja zaangażowania twórców treści rozpowszechnianych w mediach społecznościowych
 - 8.6 koncepcja 3-miesięcznej kampanii prasowej
 - 8.7 koncepcja działań public relations*
 - 8.8 koncepcja działań reklamowych (sponsorowanych) w Internecie
 - 8.9 koncepcja kampanii reklamowej realizowanych w kinach
 - 8.10 koncepcja wizualną kampanii billboardowej włącznie z liczbą i rekomendowanymi lokalizacjami wszystkich billboard*
 - 8.11 koncepcja dwóch linii gadżetowych*
 - 8.12 koncepcja wydarzenia inauguracyjnego*
 - 8.13 koncepcja innych działań promocyjnych*
- 9) media plan kampanii

*** Opracowania/dokumenty określone w ppkt. 5-7 oraz 8.1, 8.3-8.4, 8.7, 8.10-8.13 stanowią podstawę do oceny oferty w kryterium „Strategia kampanii”. Zaleca się przedłożenie powyższych dokumentów chronologicznie, podpisanych i ponumerowanych.**

1.3.2. Deklaracja Wykonawcy w zakresie Zasięgu kampanii.

- 1) Zasięg działań sponsorowanych na portalach społecznościowych (YouTube i inne video) -*(podać liczbę odsłon)

Zamawiający zastrzega, że zasięg działań sponsorowanych na portalach społecznościowych nie może być mniejszy niż 50.000 wyświetleń w czasie realizacji zamówienia.

- 2) Zasięg działań sponsorowanych na portalach społecznościowych (FB oraz Instagram liczone łącznie) -*(podać liczbę odsłon)

Zamawiający zastrzega, że zasięg działań sponsorowanych na portalach społecznościowych nie może być mniejszy niż 0,5 mln wyświetleń w czasie realizacji zamówienia.

- 3) Zasięg działań prowadzonych wśród autorów - twórców treści –*(podać liczbę autorów)

Zamawiający zastrzega, że liczba autorów - twórców treści rozpowszechnianych w mediach społecznościowych nie może być mniejsza niż 16 w czasie realizacji zamówienia.

- 4) Liczba odsłon bannerów reklamowych na stronach biznesowych i turystycznych -*(podać liczbę odsłon)

Zamawiający zastrzega, że liczba odsłon bannerów reklamowych na stronach biznesowych i turystycznych nie może być mniejsza niż 600.000 odsłon w czasie realizacji

- 5) Zasięg działań w Internecie realizowanych w ramach działań Google AdWords oraz remarketingowych –* (podać liczbę odsłon)

Zamawiający zastrzega, że zasięg działań w internecie realizowanych w ramach działań Google AdWords nie może być mniejszy niż 15.000 odsłon strony www w czasie realizacji zamówienia.

- 6) Zasięg działań w radio -*(podać liczbę wyemitowanych spotów reklamowych)

Zamawiający zastrzega, że zasięg działań w radio nie może być mniejszy niż 480 wyemitowanych spotów reklamowych w radio w czasie realizacji zamówienia

- 7) Zasięg działań w prasie -*(podać liczbę wydrukowanych reklam lub/i artykułów sponsorowanych)

Zamawiający zastrzega, że zasięg działań w prasie nie może być mniejszy niż 40 wydrukowanych reklam/artykułów sponsorowanych w prasie w czasie realizacji zamówienia

- 8) Zasięg kampanii bilbordowej -*(podać liczbę bilbordów)

Zamawiający zastrzega, że zasięg kampanii bilbordowej nie może być mniejszy niż 60 bilbordów wykorzystywanych przez Wykonawcę w czasie realizacji zamówienia

- 9) Zasięg kina -*(podać liczbę kin, w których emitowany będzie spot reklamowy)

Zamawiający zastrzega, że liczba kin w których emitowany będzie spot reklamowy nie może być mniejsza niż 8 w czasie realizacji zamówienia

*** Dane określone w ppkt. 1-9 stanowią podstawę do oceny oferty w kryterium „Zasięg kampanii”**

1.3.3. Deklaracja Wykonawcy w zakresie Kompetencji zespołu.

- 1) Koordynatorem zespołu będzie(podać imię i nazwisko)

2) Koordynator zespołu, o którym mowa w pkt. 1 posiada doświadczenie przy należytych wykonaniu (^) projekt(ów)/realizacji w postaci zaprojektowania i realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej o zasięgu krajowym lub/i międzynarodowym, z wykorzystaniem różnych narzędzi oraz form promocji, o wartości co najmniej 1,0 mln zł brutto (każdy).

^ Wpisać liczbę 1, 2, 3,4 lub 5 - Dane określone w ppkt. 2 stanowią podstawę do oceny oferty w kryterium „Kompetencje zespołu”

2. Oświadczenia:

- 2.3. Oświadczam, że uważam się za związanego niniejszą ofertą przez czas wskazany w SIWZ.
- 2.4. Oświadczam, iż zapoznałem się z postanowieniami SIWZ i nie wnoszę do nich zastrzeżeń oraz uznaję się za związanego określonymi w niej zasadami postępowania.
- 2.5. Oświadczam, że zawarte w SIWZ istotne postanowienia umowy (załącznik nr 4 do SIWZ) zostały przez nas zaakceptowane i zobowiązujemy się w przypadku wyboru naszej oferty do zawarcia umowy na tych warunkach – w miejscu i terminie wyznaczonym przez zamawiającego.
- 2.6. Oświadczam, że załączone do oferty dokumenty opisują stan faktyczny i prawny aktualny na dzień otwarcia ofert.

- 2.7. Oświadczamy, że oferowany przez nas sprzęt odpowiada minimalnym parametrom określonym przez zamawiającego.

3. Załączniki:

Integralną część niniejszej oferty stanowią niżej wymienione załączniki:

.....

.....

.....
*[parafka(i) i imienna(e) pieczęćka(i) (lub czytelny/e podpis/y) osoby(osób) uprawnionej(ych)
do składania oświadczeń woli w zakresie praw i obowiązków
majątkowych wykonawcy (konsorcjum/ spółki cywilnej)*