



EST-IV.0631.4.3.2022

Kielce, dn. 25 lipca 2022 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE
ZAPROSZENIE DO ZŁOŻENIA OFERTY

Województwo Świętokrzyskie - Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego
al. IX Wieków Kielc 3, 25-516 Kielce
**zaprasza do złożenia oferty na usługę realizację internetowej kampanii
z wykorzystaniem blogerów i wideoblogerów promującej walory turystyczne
województwa świętokrzyskiego.**

I. INFORMACJA O ZAMÓWIENIU

- 1. Rodzaj zamówienia:** usługi.
- 2. Przedmiot zamówienia:** realizacja internetowej kampanii z wykorzystaniem blogerów i wideoblogerów promującej walory turystyczne województwa świętokrzyskiego.
- 3. Zamawiający:** Województwo Świętokrzyskie - Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego.
- 4. Wykonawca:** podmiot składający ofertę w ramach niniejszego postępowania.
- 5. Tryb udzielenia zamówienia:**
 - 1) Wybór wykonawców nastąpi w trybie, do którego nie mają zastosowania przepisy ustawy Prawo zamówień publicznych, zgodnie z Instrukcją pn. „Zasady udzielania zamówień publicznych w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Świętokrzyskiego w Kielcach”, stanowiącą załącznik Nr 1 do Uchwały Nr 3346/21 Zarządu Województwa Świętokrzyskiego z dnia 3 lutego 2021 r.
 - 2) Integralną część zapytania ofertowego stanowią: Załącznik nr 1 – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ) oraz Załączniki nr 2-6.
- 6. Symbol Wspólnego Słownika Zamówień CPV:**
 - 1) 79000000-9 Usługi reklamowe i marketingowe.

2) 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych.

7. Opis przedmiotu zamówienia:

1) Przedmiotem zamówienia jest realizacja internetowej kampanii z wykorzystaniem blogerów i wideoblogerów promującej walory turystyczne województwa świętokrzyskiego.

2) Przedmiot zamówienia został podzielony na części 4 części wg schematu opisanego niżej:

A) kampania realizowana przez Blogera

I część – blok tematyczny „Wycieczka piesza przez Puszcę Świętokrzyską”

II część – blok tematyczny „Świętokrzyski Szlak Archeo-Geologiczny”

B) kampania realizowana przez Wideoblogera

III część – blok tematyczny „Nocne zwiedzanie miasta”

IV część – blok tematyczny „Wycieczka rowerowa po Górach Świętokrzyskich”

Dodatkowe informacje nt. każdego z bloków tematycznych zawarte są w załączniku nr 1 do zapytania ofertowego.

Uwaga!

Każdy blok tematyczny stanowi odrębną część zamówienia. Wykonawcy mogą składać oferty na wybrane części zamówienia, z zastrzeżeniem, że do każdej części Wykonawca zapewni co najmniej 1 Blogera lub 1 Wideoblogera, z których każdy posiada doświadczenie, opisane w rozdziale II. Nie może to być ten sam Bloger/Wideobloger.

Złożenie przez Wykonawcę oferty, w której jeden i ten sam Bloger lub Wideobloger zostanie wskazany do realizacji więcej niż jednej części zamówienia skutkować będzie automatycznym odrzuceniem oferty.

8. Termin i miejsce składania ofert:

Ofertę należy złożyć do dnia **01.08.2022 roku do godz. 14³⁰** w siedzibie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego w zapieczętowanej kopercie z adnotacją „Oferta w postępowaniu na realizację internetowej kampanii z wykorzystaniem blogerów i wideoblogerów promującej walory turystyczne województwa świętokrzyskiego” .

al. IX Wieków Kielc 3, budynek C2

25-516 Kielce

Biuro podawcze (partner)

Oferta otrzymana przez Zamawiającego po upływie terminu nie będzie podlegała procesowi oceny (decyduje data wpływu oferty w siedzibie Zamawiającego).

9. Termin realizacji zamówienia: Okres realizacji każdej części zamówienia wynosi 75 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy.

10. Kontakt z Wykonawcami: Osobą upoważnioną do kontaktu z Wykonawcami w sprawach dotyczących niniejszego postępowania jest:

- imię i nazwisko: **Grzegorz Szczęsny**
- stanowisko: Główny Specjalista
- numer telefonu: (41) 342 15 38

w dniach i godzinach urzędowania Zamawiającego, tj. od poniedziałku do piątku, w godzinach od 7:30 do 14:30.

II. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIENIA TYCH WARUNKÓW:

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu w odniesieniu do zdolności technicznej lub zawodowej, tj. wykażą iż:

Dotyczy I i II części zamówienia (BLOGGERZY)

1) **posiadają wiedzę i doświadczenie, co należy udokumentują, tj. wykażą, że** w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonali należyście **co najmniej dwie usługi** odpowiadającą swoim rodzajem przedmiotowi niniejszego zamówienia tj. zrealizowali dwie współpracy reklamowe mające na celu promocję turystyczną miasta, regionu lub atrakcji turystycznej, których efektem był materiał opublikowany w internecie w formie:

a) co dwóch wpisów na stronie Blogera,

b) co najmniej 6 wpisów w kanałach społecznościowych Blogera.

2) **dysponują lub będą dysponować co najmniej 1 Blogerem** do realizacji każdej części zamówienia, z których każdy posiada:

a) liczba miesięcznych unikalnych użytkowników bloga (minimum 20.000 na podstawie średniej z wybranych trzech miesięcy z ostatnich 12 miesięcy z zastrzeżeniem, że ostatnim miesiącem, za który Wykonawca może ująć statystyki, jest miesiąc poprzedzający złożenie oferty),

b) liczba obserwujących kanał na portalu Facebook na dzień złożenia oferty (minimum 10.000),

c) liczba obserwujących kanał na portalu Instagram na dzień złożenia oferty (minimum 10.000).

Uwaga! Bloger, który będzie posiadał większą liczbę użytkowników oraz liczbę obserwujących, ponad minimum wymagane w pkt. 2), otrzyma dodatkowe punkty w kryterium „Skuteczność kampanii”, zgodnie ze schematem określonym w rozdziale IV zapytania ofertowego.

Dotyczy III i IV części zamówienia (WIDEOBLOGERZY)

1) **posiadają wiedzę i doświadczenie, co należy udokumentują, tj. wykażą, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonali należy co najmniej dwie usługi** odpowiadającą swoim rodzajem przedmiotowi niniejszego zamówienia tj. zrealizowali dwie współprace reklamowe mające na celu promocję turystyczną miasta, regionu lub atrakcji turystycznej, których efektem był materiał opublikowany w internecie w formie:

a) co najmniej dwóch materiałów wideo na kanale Wideoblogera,

b) co najmniej 6 wpisów na kanale Wideoblogera w mediach społecznościowych.

2) **dysponują lub będą dysponować co najmniej 1 Wideoblogerem** do realizacji każdej części zamówienia, z których każdy na dzień złożenia oferty posiada:

- a) liczba subskrybentów kanału Wideoblogera na portalu YouTube (minimum 20.000),
- b) liczba obserwujących kanał Wideoblogera na portalu Facebook (minimum 10.000),
- c) liczba obserwujących kanał Wideoblogera na portalu Instagram (minimum 10.000).

Uwaga! Wideobloger, który będzie posiadał większą liczbę subskrybentów oraz liczbę obserwujących, ponad minimum wymagane w pkt. 2), otrzyma dodatkowe punkty w kryterium „Skuteczność kampanii”, zgodnie ze schematem określonym w rozdziale IV zapytania ofertowego.

III. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Oferta powinna być sporządzona na Formularzu oferty, który stanowi **Załącznik nr 2** do zapytania ofertowego.
2. Do oferty należy dołączyć:
 - 1) Wykaz osób – wg wzoru określonego w **Załączniku nr 3** do zapytania ofertowego – w celu potwierdzenia spełniania warunków udziału w postępowaniu oraz w celu uzyskania punktów w kryterium „Skuteczność kampanii”.
 - 2) Dokumenty, potwierdzające umocowanie do reprezentowania odpowiednio Wykonawcy – odpis lub informacja z Krajowego Rejestru Sądowego, Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej lub innego właściwego rejestru, chyba, że wykonawca wskaże w Formularzu oferty dane, umożliwiające zamawiającemu uzyskanie tych dokumentów za pomocą bezpłatnych i ogólnodostępnych baz danych.
 - 3) Wykaz usług wykonanych w okresie ostatnich 3 lat, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, o których mowa w rozdziale II zapytania ofertowego wraz z podaniem ich przedmiotu, wartości, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane – sporządzony na formularzu Wykaz usług stanowiącym **Załącznik nr 4** do zapytania ofertowego wraz z dowodami

określającymi, że usługi te zostały wykonane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty sporządzone przez podmiot, na rzecz którego usługi zostały wykonane.

4) Pełnomocnictwo określające jego zakres – w przypadku gdy Wykonawcę reprezentuje pełnomocnik.

3. Wymagania formalne:

1) Ofertę należy sporządzić w języku polskim na formularzach stanowiących załączniki do zapytania ofertowego.

2) Zamawiający wymaga, aby załączone do oferty dokumenty, sporządzone w języku obcym, złożone zostały wraz z tłumaczeniem na język polski.

3) Treść oferty musi odpowiadać treści zapytania ofertowego.

4) Każdy dokument składający się na ofertę powinien być czytelny.

5) Oferta powinna być podpisana przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy, zgodnie z formą reprezentacji Wykonawcy określoną w rejestrze lub innym dokumencie, właściwym dla danej formy organizacyjnej Wykonawcy albo przez pełnomocnika Wykonawcy.

6) Za osoby uprawnione do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawców, uznaje się:

a) osoby wykazane w prowadzonych przez sądy rejestrach handlowych, rejestrach spółdzielni lub rejestrach przedsiębiorstw państwowych, fundacji, stowarzyszeń itp.;

b) osoby wykazane w ewidencji działalności gospodarczej;

c) osoby legitymujące się odpowiednim pełnomocnictwem udzielonym przez osoby, o których mowa powyżej; w przypadku podpisania oferty przez pełnomocnika wykonawcy pełnomocnictwo musi być dołączone do oferty w wymaganej formie.

7) „Cena oferty” musi obejmować wszystkie koszty realizacji przedmiotu zamówienia określone w zapytaniu ofertowym (w tym w Załączniku Nr 1 do zapytania ofertowego) oraz wykonanie wszystkich prac i czynności świadczonych

na warunkach określonych w ofercie i wzorze umowy oraz inne koszty, które Wykonawca będzie musiał ponieść w celu należytego wykonania przedmiotu zamówienia, w tym przeniesienie praw autorskich, o których mowa w paragrafie 8 Projektowanej postanowień umowy (**Załącznik nr 5 i 6**) do zapytania ofertowego.

- 8) Zamawiający wymaga, aby wszystkie obliczenia w Formularzu oferty dokonane zostały z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku – zaokrąglenia należy wykonywać zgodnie z zasadami matematycznymi (decyduje trzecia cyfra po przecinku).
- 9) „Cena oferty” musi zawierać właściwą stawkę podatku VAT od towarów i usług dla przedmiotu zamówienia. W przypadku zwolnienia z podatku VAT Wykonawca musi podać podstawę prawną ww. zwolnienia.
- 10) Oferowana cena nie będzie podlegać negocjacjom przed udzieleniem zamówienia i w trakcie realizacji zadania.
- 11) Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
- 12) Rozliczenia między Zamawiającym i Wykonawcą prowadzone będą w złotych polskich.
- 13) Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcy (podwykonawcom).
- 14) Zamawiający wymaga, aby w przypadku powierzenia części zamówienia podwykonawcom, Wykonawca wskazał w Formularzu oferty części zamówienia, których wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcy/podwykonawcom oraz podał nazwy (firmy) tych podwykonawców. Niedopełnienie w/w obowiązku oznaczać będzie, iż Wykonawca deklaruje wykonanie całego przedmiotu zamówienia samodzielnie.
- 15) Powierzenie wykonania części zamówienia podwykonawcom nie zwalnia Wykonawcy z odpowiedzialności za należyte wykonanie tego zamówienia. Wykonawca będzie odpowiedzialny za działania, uchybienia i zaniedbania podwykonawców i ich pracowników w takim samym stopniu jakby to były działania, uchybienia i zaniedbania jego własnych pracowników.

- 16) W odniesieniu do warunków dotyczących doświadczenia, o których mowa w rozdziale II zapytania ofertowego, Wykonawca, który wskazał w Formularzu oferty, że przedmiot zamówienia będzie realizował z udziałem podwykonawcy/podwykonawców, może polegać na doświadczeniu i zdolnościach tych podwykonawców.
- 17) W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych dokumentów oraz środków dowodowych lub innych dokumentów w tym oświadczeń składanych w postępowaniu.
- 18) Zamawiający poprawi w ofercie:
- 1) oczywiste omyłki pisarskie,
 - 2) oczywiste omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek. Przez oczywistą omyłkę rachunkową należy rozumieć taki błąd popełniony przez Wykonawcę w obliczeniu ceny, który polega na uzyskaniu nieprawidłowego wyniku działania arytmetycznego przy założeniu jednak, że składniki działania są prawidłowe, i który można jednoznacznie poprawić, znając reguły arytmetyczne. W przypadku rozbieżności w podaniu wartości cyfrowo i słownie, za prawidłową uznaje się wartość cyfrową obliczoną w „Formularzu oferty”,
 - 3) inne omyłki polegające na niezgodności oferty z dokumentami zamówienia, niepowodujące istotnych zmian w treści oferty – niezwłocznie zawiadamiając o tym wykonawcę, którego oferta została poprawiona.
- 19) W przypadku, o którym mowa w ust. 18 pkt 3) powyżej, Zamawiający wyznaczy Wykonawcy odpowiedni termin na wyrażenie zgody na poprawienie w ofercie omyłki. Brak odpowiedzi w wyznaczonym terminie uznaje się za wyrażenie zgody na poprawienie omyłki.
- 20) Wykonawca składając ofertę oświadcza, że:
- 1) zapoznał się z zapytaniem ofertowym i nie wnosi do niego żadnych zastrzeżeń,
 - 2) oferowany przedmiot zamówienia jest zgodny z wymaganiami opisanymi przez Zamawiającego w zapytaniu ofertowym, posiada żądane parametry, nie wymaga żadnych dodatkowych nakładów ze strony Zamawiającego,

- 3) został uprzedzony o odpowiedzialności karnej z art. 233 Kodeksu Karnego za złożenie nieprawdziwego oświadczenia lub zatajenie prawdy i oświadcza, że informacje podane w jego ofercie są zgodne z prawdą.

IV. OPIS KRYTERIÓW OCENY OFERT, WRAZ Z PODANIEM WAG TYCH KRYTERIÓW I SPOSOBU OCENY OFERT

1. Kryteriami, którymi zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty są:
I. Cena oferty (brutto); II. Skuteczność kampanii.

2. Punkty w ramach powyższych kryteriów zostaną przyznane na podstawie złożonego wraz z ofertą Wykazu osób wg wzoru stanowiącego **Załącznik nr 3** do zapytania ofertowego.

3. Znaczenie kryteriów:

1) Cena oferty (brutto) (C) - 40%

2) Skuteczność kampanii (S) - 60%

4. Liczba punktów dla każdej ocenianej oferty zostanie wyliczona wg poniższych wzorów i zasad, gdzie zaokrąglenia dokonane zostaną z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

A. Część I i II (BLOGGERZY)

I. Cena (C) – max 40%

Ilość punktów dla każdej ocenianej oferty zostanie wyliczona wg poniższego wzoru:

$$C = \frac{C_{\min}}{C_{\text{bad}}} \times 40 \text{ pkt} \quad \text{gdzie } 1 \text{ pkt} = 1\%$$

gdzie:

C - ilość punktów badanej oferty w kryterium ceny

C_{min} - cena oferty (brutto) najniższa spośród wszystkich badanych ofert

C_{bad} - cena oferty (brutto) badanej oferty

II. Skuteczność kampanii” (S) – waga kryterium max 60% (1 pkt=1%) zostaną przyznane w skali punktowej od 0 do 60 na podstawie poniższych 3 podkryteriów.

- 1) Ocenie podlegać będzie liczba miesięcznych unikalnych użytkowników bloga obliczona przez Wykonawcę na podstawie średniej z wybranych trzech miesięcy z ostatnich 12 miesięcy, z zastrzeżeniem że ostatnim miesiącem, za który Wykonawca może ująć statystyki, jest miesiąc poprzedzający złożenie oferty. Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:
 - a) 20.001 - 40.000 unikalnych użytkowników – 4 pkt,
 - b) 40.001 - 60.000 unikalnych użytkowników – 8 pkt,
 - c) 60.001 - 80.000 unikalnych użytkowników – 12 pkt,
 - d) 80.001 - 100.000 unikalnych użytkowników – 16 pkt,
 - e) 100.001 unikalnych użytkowników lub więcej – 20 pkt.
- 2) Ocenie podlegać będzie liczba obserwujących kanał Blogera w serwisie Instagram na dzień złożenia oferty. Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:
 - a) 10.001 - 20.000 obserwujących – 4 pkt,
 - b) 20.001 - 30.000 obserwujących – 8 pkt,
 - c) 30.001- 40.000 obserwujących – 12 pkt,
 - d) 40.001 - 50.000 obserwujących – 16 pkt,
 - e) 50.001 obserwujących lub więcej – 20 pkt.
- 3) Ocenie podlegać będzie liczba obserwujących kanał Blogera w serwisie Facebook na dzień złożenia oferty. Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:
 - a) 10.001 - 20.000 obserwujących – 4 pkt,
 - b) 20.001 - 30.000 obserwujących – 8 pkt,
 - c) 30.001- 40.000 obserwujących – 12 pkt,
 - d) 40.001 - 50.000 obserwujących – 16 pkt,
 - e) 50.001 lub więcej obserwujących – 20 pkt.

III. Wynik punktowy

$$W_P = C + S$$

gdzie:

W_P - wynik punktowy

C - liczba punktów w kryterium Cena, wyliczona według wzoru z pkt I

KP - liczba punktów w kryterium Skuteczność kampanii, wyliczona według schematu z pkt II

Maksymalna łączna liczba punktów możliwa do uzyskania w ww. kryteriach wynosi 100.

B. Część III i IV (WIDEOBLOGGERZY)

I. Cena (C) – max 40%

Ilość punktów dla każdej ocenianej oferty zostanie wyliczona wg poniższego wzoru:

$$C = \frac{C_{\min}}{C_{\text{bad}}} \times 40 \text{ pkt} \quad \text{gdzie } 1 \text{ pkt} = 1\%$$

gdzie:

C - ilość punktów badanej oferty w kryterium ceny

C_{min} - cena oferty (brutto) najniższa spośród wszystkich badanych ofert

C_{bad} - cena oferty (brutto) badanej oferty

II. Skuteczność kampanii” (S) – waga kryterium max 60% (1 pkt=1%) zostaną przyznane w skali punktowej od 0 do 60 na podstawie poniższych 3 podkryteriów.

1) Ocenie podlegać będzie liczba subskrybentów kanału Wideoblogera na portalu YouTube na dzień złożenia oferty. Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:

- a) 20.001 - 40.000 subskrybentów na portalu YouTube – 4 pkt,
- b) 40.001 - 60.000 subskrybentów na portalu YouTube – 8 pkt,
- c) 60.001 - 80.000 subskrybentów na portalu YouTube – 12 pkt,
- d) 80.001 - 100.000 subskrybentów na portalu YouTube – 16 pkt,
- e) 100.001 lub więcej subskrybentów na portalu YouTube – 20 pkt.

2) Ocenie podlegać będzie liczba obserwujących kanał Wideoblogera w serwisie Instagram na dzień złożenia oferty. Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:

- a) 10.001 - 20.000 obserwujących – 4 pkt,

- b) 20.001 - 30.000 obserwujących – 8 pkt,
 - c) 30.001- 40.000 obserwujących – 12 pkt,
 - d) 40.001 - 50.000 obserwujących – 16 pkt,
 - e) 50.001 obserwujących lub więcej – 20 pkt.
- 3) Ocenie podlegać będzie liczba obserwujących kanał Wideoblogera w serwisie Facebook na dzień oceny ofert. Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:
- a) 10.001 - 20.000 obserwujących – 4 pkt,
 - b) 20.001 - 30.000 obserwujących – 8 pkt,
 - c) 30.001- 40.000 obserwujących – 12 pkt,
 - d) 40.001 - 50.000 obserwujących –16 pkt,
 - e) 50.001 lub więcej obserwujących – 20 pkt.

III. Wynik punktowy

$$W_P = C + S$$

gdzie:

W_P - wynik punktowy

C - liczba punktów w kryterium Cena, wyliczona według wzoru z pkt I

KP - liczba punktów w kryterium Skuteczność kampanii, wyliczona według schematu z pkt II

Maksymalna łączna liczba punktów możliwa do uzyskania w ww. kryteriach wynosi 100.

IV. Uwaga!

1. Do wykazu usług należy dołączyć dla Blogera: screeny z programów analitycznych Google Analytics lub równoważny, Facebook oraz Instagram, a dla Wideoblogera: screeny z programów analitycznych YouTube, Facebook oraz Instagram potwierdzające osiągnięcie zadeklarowanych wskaźników.

2. W przypadku braku wpisania liczby użytkowników/subskrybentów i obserwujących danego Blogera/Wideoblogera do oceny ofert przyjęta będzie wartość liczbową określona dla spełnienia minimalnych warunków określonych w rozdziale II zapytania ofertowego.

3. Wpisanie liczby użytkowników/subskrybentów i obserwujących danego Blogera/Wideoblogera mniejszej niż dla spełnienia minimalnych warunków określonych w rozdziale II zapytania ofertowego, skutkować będzie odrzuceniem oferty.

4. Za najkorzystniejszą ofertę zostanie uznana oferta, która otrzyma największą ilość punktów wyliczonych według powyższych wzorów i zasad, przyznanych na poszczególną część. Wszystkie wyniki zostaną przez Zamawiającego zaokrąglone, zgodnie z zasadami matematycznymi, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
5. Jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający wybiera spośród tych ofert ofertę, która otrzymała najwyższą ocenę w kryterium o najwyższej wadze.
6. Jeżeli oferty otrzymały taką samą ocenę w kryterium o najwyższej wadze, Zamawiający wybiera ofertę z najniższą ceną.
7. Jeżeli nie można dokonać wyboru oferty w sposób, o którym mowa w ust 6, zamawiający wzywa Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę.
8. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą oferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

V. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH, JAKIE MUSZĄ ZOSTAĆ DOPEŁNIONE PO WYBORZE OFERTY W CELU ZAWARCIA UMOWY W SPRAWIE ZAMÓWIENIA

1. Niezwłocznie po wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający poinformuje Wykonawców, którzy złożyli oferty, o:
 - 1) wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności Wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania, jeżeli są miejscami wykonywania działalności Wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,

- 2) Wykonawcach, których oferty zostały odrzucone – podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
2. Informacja wyborze oferty najkorzystniejszej opublikowana zostanie również na stronie internetowej prowadzonego postępowania.
3. Z Wykonawcą, którego oferta została uznana jako oferta najkorzystniejsza zostanie zawarta umowa zgodnie z projektowanymi postanowieniami umowy w sprawie zamówienia, stanowiącymi **Załącznik nr 5 i 6 do zapytania ofertowego**.
4. Wykonawca będzie zobowiązany do podpisania umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.
5. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, uchyli się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, zamawiający może dokonać ponownego badania i oceny ofert spośród ofert pozostałych w postępowaniu Wykonawców oraz wybrać najkorzystniejszą ofertę albo unieważnić postępowanie.
6. Na wynik postępowania nie przysługuje odwołanie.

VI. INNE POSTANOWIENIA

1. W sytuacji, gdy mowa jest o dniach roboczych należy przez to rozumieć dni urzędowania Zamawiającego, tj. od poniedziałku do piątku, za wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy.
2. Wykonawca zobowiązany będzie współpracować z Zamawiającym na etapie realizacji zamówienia, w szczególności zobowiązany będzie konsultować wszelkie wątpliwości.
3. Na podstawie art. 70(1) §3 Kodeksu Cywilnego, Zamawiający zastrzega możliwość odwołania Postępowania bez podania przyczyny na każdym jego etapie. Z tytułu odwołania niniejszego postępowania, Wykonawcy nie przysługuje żadne roszczenie odszkodowawcze w stosunku do Zamawiającego.

VII. KLAUZULA INFORMACYJNA RODO:

1. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu

takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej RODO Zamawiający informuje, że:

- 1) Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Województwo Świętokrzyskie – Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego w Kielcach, al. IX Wieków Kielc 3, 25-516 Kielce, e-mail: urząd.marszałkowski@sejmik.kielce.pl; tel.: 41/342-15-30; fax: 41/344-52-65.
- 2) Kontakt z Inspektorem Ochrony Danych al. IX Wieków Kielc 3, 25-516, Kielce, tel.: 41/342-14-87, fax: 41/342-10-28, e-mail: iod@sejmik.kielce.pl.
- 3) Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z przedmiotowym postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego.
- 4) Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 18 oraz art. 74 ustawy – Prawo zamówień publicznych, dalej „ustawa”.
- 5) Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 78 ust 1 ustawy, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy lub okres ustalony w oparciu o uzasadniony interes realizowany przez administratora.
- 6) Obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy, związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy.
- 7) W odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO.
- 8) Posiada Pani/Pan:
 - a) na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
 - b) na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych;

- c) na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO;
 - d) prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO.
- 9) Nie przysługuje Pani/Panu:
- a) w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
 - b) prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - c) na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

Załączniki do zapytania ofertowego:

Załącznik 1 – Szczegółowy Opis przedmiotu zamówienia (SOPZ).

Załącznik 2 – Formularz oferty.

Załącznik 3 – Wykaz osób.

Załącznik 4 – Wykaz usług.

Załącznik 5 - Projektowane postanowienia umowy dla blogera.

Załącznik 6 - Projektowane postanowienia umowy dla wideoblogera.