

Warszawa: Przygotowanie kreacji i realizacji filmu reklamowego na temat unijnych inwestycji z zakresu kultury przeznaczonego do emisji w telewizji oraz Internecie

Numer ogłoszenia: 311980 - 2014; data zamieszczenia: 19.09.2014

OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - usługi

Zamieszczanie ogłoszenia: obowiązkowe.

Ogłoszenie dotyczy: zamówienia publicznego.

SEKCJA I: ZAMAWIAJACY

I. 1) NAZWA I ADRES: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, ul. Krakowskie Przedmieście 15/17, 00-071 Warszawa, woj. mazowieckie, tel. 022 42 10 100, faks 022 82 88 773.

Adres strony internetowej zamawiającego: www.mkidn.gov.pl

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Administracja rządowa centralna.

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) OKREŚLENIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

II.1.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Przygotowanie kreacji i realizacji filmu reklamowego na temat unijnych inwestycji z zakresu kultury przeznaczonego do emisji w telewizji oraz Internecie.

II.1.2) Rodzaj zamówienia: usługi.

II.1.4) Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówienia: Opis przedmiotu zamówienia na przygotowanie kreacji i realizacji filmu reklamowego na temat unijnych inwestycji z zakresu kultury przeznaczonego do emisji w telewizji oraz Internecie. I INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM.

Zamawiający: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, ul. Krakowskie Przedmieście 15/17, 00-071 Warszawa. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego jest Instytucją Pośredniczącą, odpowiedzialną za wdrażanie XI Priorytetu Kultura i dziedzictwo kulturowe Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego współfinansowanego ze środków Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego (MF EOG i N MF). Działania realizowane przez resort w tym zakresie mają m.in. na celu informowanie o funduszach europejskich oraz udostępnianie informacji o programach UE w zakresie kultury. W ostatnich latach nastąpiła znacząca poprawa dostępu do kultury, zarówno w sensie ilościowym jak i jakościowym. Z jednej strony, dzięki Internetowi, kultura stała się dobrem masowym, łatwo dostępnym (spopularyzowanym), z drugiej zaś, odbiorcy kultury zaczęli zgłaszać coraz wyższe wymagania i popyt na ofertę kulturalną wysokiej jakości, podaną w interesujący sposób i w wysokim standardzie. W

odpowiedzi na te potrzeby MKiDN realizuje szereg inwestycji mających na celu zachowanie dziedzictwa kulturowego oraz poprawę stanu i rozwój infrastruktury kultury, w tym infrastruktury szkolnictwa artystycznego. Inwestycje te są wdrażane w ramach dwóch programów: Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, priorytet XI Kultura i dziedzictwo kulturowe, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego współfinansowanego ze środków Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego (są to środki bezzwrotne pochodzące z Norwegii, Islandii i Liechtensteinu).

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie kreacji i wyprodukowanie 30 sekundowego filmu reklamowego przeznaczonego do emisji w telewizji o zasięgu ogólnopolskim, obejmującej tradycyjne kanały dystrybucji (nie obejmujące telewizji internetowej) oraz w Internecie. Poprzez film reklamowy Zamawiający rozumie udźwiękowany 30 sekundowy film promocyjno-informacyjny na temat unijnych inwestycji z zakresu kultury przeznaczony do emisji w telewizji oraz Internecie, w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Wykonawca przygotuje film reklamowy w formie animacji komputerowej odnoszącej się do wybranych projektów inwestycyjnych dofinansowanych w ramach XI priorytetu Kultura i dziedzictwo kulturowe Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013 (POLiŚ) oraz Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego (MF EOG i NMF). Lista projektów zostanie przekazana na etapie realizowania umowy. Przedmiotem przygotowywanego filmu reklamowego jest: przekazanie informacji o realizowanych inwestycjach (ilość, wartość, rodzaje inwestycji), przekazanie informacji o efektach wynikających z realizowanych inwestycji (jakie korzyści przyniosły odbiorcom, jaką nową ofertę tworzą, dlaczego są ważne z punktu widzenia rozwoju, jak wiele osób z nich korzysta). Informacje nt. XI Priorytetu POLiŚ znajdują się na stronie internetowej www.polis.mkidn.gov.pl. Informacje nt. Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego MF EOG i NMF znajdują się na stronie internetowej <http://www.eog2016.mkidn.gov.pl/pages/pl/konserwacja-i-rewitalizacja-dziedzictwa-kulturowego.php>.

III. O FUNDUSZACH EUROPEJSKICH W SEKTORZE KULTURY - KONTEKST. Dzięki środkom europejskim możliwa była realizacja wielu ważnych inwestycji, obejmujących zachowanie i ochronę dziedzictwa kulturowego, ale również rozwój infrastruktury kultury i rozwój infrastruktury szkolnictwa artystycznego. W latach 2007-2013 Polska wynegocjowała najwyższą pulę środków na projekty z zakresu kultury, tj. 1,2 mld euro (ok. 4,8 mld zł), stanowiące 1/6 całej sumy środków strukturalnych przeznaczonych na kulturę w Unii Europejskiej. Polska stała się absolutnym liderem pod względem absorpcji środków europejskich przeznaczonych na kulturę. W okresie 2007-2015 dofinansowanie uzyskało 80 projektów na kwotę całkowitą prawie 4 mld, z XI Priorytetu Kultura i dziedzictwo kulturowe Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko oraz 21 projektów na kwotę całkowitą prawie 390 mln z Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego. Odrestaurowane zabytki, nowe lub zmodernizowane opery,

filharmonie, biblioteki, muzea czy centra kultury, a także szkoły i uczelnie artystyczne zmieniły mapę kulturalną Polski, tworząc solidną bazę infrastrukturalną dla działań artystycznych oraz doskonałe warunki odbioru sztuki dla widzów i melomanów. Odrestaurowane zabytki należą do najważniejszych i najbardziej rozpoznawalnych w kraju i na świecie - są to obiekty wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO oraz uznane przez Prezydenta RP za Pomniki Historii. Nowe lub wyremontowane instytucje kultury stają się przestrzenią spotkań i integracji mieszkańców oraz ciekawym miejscem do odwiedzin dla turystów. Ponadto, realizacja projektów wpływa na znaczący rozwój szkolnictwa artystycznego dzięki poprawie warunków kształcenia w szkołach (muzycznych i plastycznych) i uczelniach artystycznych (muzycznych, sztuk pięknych, teatralnych i filmowej). To właśnie szkoły i uczelnie artystyczne kształcą przyszłe kadry dla przemysłów kultury i kreatywnych, postrzeganych jako jedne z najbardziej innowacyjnych i kreatywnych w gospodarce. Dodatkowo, realizowane projekty przyczyniają się do digitalizacji zasobów kultury i dzięki nim odrestaurowano oraz zdigitalizowano zabytkowe księgozbiory czy przedwojenne filmy, które mogą być obecnie udostępniane szerokiej publiczności.

IV. ZAŁOŻENIA DOTYCZĄCE ZAMÓWIENIA. 1. Cele i założenia emisji filmu reklamowego. Cele strategiczne emisji filmu reklamowego: informacyjny - poinformowanie odbiorców o efektach i korzyściach wynikających z inwestycji kulturowych, wdrażanych przez MKiDN, realizowanych z wykorzystaniem środków europejskich w ramach XI priorytetu PO IiŚ oraz Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego współfinansowanego ze środków Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego; wizerunkowy - budowa wizerunku marki tj. utrwalenie w świadomości odbiorców, że rozwój kultury w ich najbliższym otoczeniu ma miejsce dzięki wsparciu ze środków europejskich. Cele komunikacyjne emisji filmu reklamowego: pokazanie różnorodności zrealizowanych projektów (odrestaurowane zabytki, nowa przestrzeń dla kultury, wybudowana i zmodernizowana infrastruktura szkolnictwa artystycznego, digitalizacja cennych zbiorów); wskazanie, że dzięki powstaniu nowej, ciekawej architektury i dzięki odrestaurowaniu licznych zabytków, zmienia się wizerunek miast i regionów, co pozytywnie wpływa na otoczenie i jakość życia dla mieszkańców; podkreślenie znaczenia dla odbiorców nowej, bogatej oferty kulturalno-edukacyjnej poprzez dofinansowane instytucje; pokazanie, że inwestycje są atrakcyjne dla odbiorców krajowych i turystów zagranicznych (wysoka frekwencja); podkreślenie, że obszar kultury efektywnie wykorzystuje środki europejskie, ze względu na fakt, iż był najlepiej do tego przygotowanym sektorem (ze szczególnym wskazaniem danych liczbowych dotyczących odnowionych zabytków, wybudowanych czy zmodernizowanych obiektów, zbiorów poddanych konserwacji, turystów korzystających z infrastruktury, itp.). Zasygnalizowanie, iż inwestowanie w infrastrukturę kultury nie kończy się wraz z mijającą perspektywą (nowa perspektywa 2014-2020). Korzyści i efekty jakie niosą realizowane projekty dla odbiorców to: poprawa warunków eksponowania kluczowych elementów dziedzictwa kulturowego Polski oraz zasobów kultury; wzrost uczestnictwa w kulturze (zarówno odwiedzający krajowi jak i turyści zagraniczni); wzrost atrakcyjności kraju; poprawa dostępności dla osób niepełnosprawnych,

wykluczonych realizując tym samym jedną z polityk horyzontalnych UE dotyczącą równości szans i niedyskryminacji. Przygotowywany film reklamowy powinien ilustrować wymierne i namacalne korzyści, jakie płyną z wykorzystywania środków europejskich. Do korzyści tych należy przede wszystkim: pełniejszy dostęp do kultury - jego ciągłe ułatwianie i unowocześnianie, a co za tym idzie - ulepszanie innych dziedzin życia mieszkańców Polski. Ważnym efektem jest w tym kontekście wzrost kompetencji kulturowych społeczeństwa - dzięki nowym i zmodernizowanym instytucjom kultury oraz szkołom i uczelniom artystycznym zwiększa się uczestnictwo w kulturze i popyt na dobra kulturalne. Ponadto działania podejmowane w zakresie sektora kultury budują potencjał dla rozwoju kultury, która: stanowi czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego; zwiększa atrakcyjność turystyczną i inwestycyjną miast, regionów i kraju; wpływa m.in. na zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej i osiedleńczej regionów; determinuje rozwój turystyki; tworzy rynek pracy; jest źródłem kreatywności i innowacji; buduje kapitał społeczny i tożsamość, a także stanowi jeden z najlepszych sposobów walki z wykluczeniem społecznym. Wspierane inicjatywy/projekty służą upowszechnianiu kultury, a dzieje się to poprzez poprawę warunków infrastrukturalnych i dostępności obiektów zabytkowych, instytucji kultury, szkół i uczelni artystycznych (w tym dla osób niepełnosprawnych).

2. Grupa docelowa. Grupą docelową jest grupa osób z średnim i wyższym wykształceniem zamieszkująca średnie i duże miasta w Polsce. Grupa wiekowa: 20-64 lat. Charakterystyka grupy priorytetowej: wykształcenie średnie i wyższe, ze szczególnym uwzględnieniem mieszkańców miast.

3. Wskazówki do opracowania kreacji: odbiorcą filmu reklamowego powinien otrzymać przekaz, że kultura jest otwarta na wyzwania cywilizacyjne i dostosowuje się do potrzeb współczesnego odbiorcy oraz, że jest to proces ciągły i będzie kontynuowany przez kolejne lata. W filmie reklamowym należy w sposób interesujący oraz dynamiczny pokazać wpływ środków europejskich na inwestycje w kulturę, dotyczące: dziedzictwa kulturowego (rewitalizacja pałaców, zamków, zabytkowych księgozbiorów i filmów, zbiorów muzealnych); infrastruktury kultury (budowa i rozbudowa, a także modernizacja: oper, filharmonii, centrów kultury, muzeów, bibliotek); infrastruktury szkolnictwa artystycznego (szkoły muzyczne i plastyczne, uczelnie wyższe - akademie sztuk pięknych, muzyczne, teatralne i filmowa). W filmie reklamowym należy przedstawić tętniące życiem instytucje kultury oraz szkoły i uczelnie artystyczne, pokazać, że te inwestycje są bliskie i przyjazne ludziom we wszystkich grupach wiekowych. W filmie reklamowym należy pokazać, jak fundusze unijne wpływają na życie odbiorców i uczestników kultury - jak upiększają i stają się wizytówkami miast - przyciągają ludzi z zewnątrz i tym samym wpływają na prestiż miast i regionów. W filmie reklamowym należy unikać ściśle reklamowych scenariuszy i schematów, które marginalizują przekaz. Film reklamowy będzie opatrzony hasłem o krótkim, łatwy do przyswojenia (zapamiętania, powtórzenia) brzmieniu, stanowiącym kwintesencję prezentowanych treści. Film reklamowy powinien być realizowany: profesjonalną techniką dostosowaną do wymagań emisji w telewizjach o zasięgu ogólnopolskim (obejmującej tradycyjne kanały dystrybucji, nie obejmujące telewizji internetowej); w wersji telewizyjnej o długości 30 sekund; w wersji przeznaczonej do emisji w internecie

o długości 30 sekund; w polskiej i angielskiej wersji językowej (nagrania tekstu lektora, jak również napisów dotyczących inwestycji); w oparciu o technikę animacji komputerowej 3D z dodatkowym wykorzystaniem elementów typograficznych oraz animację infograficzną z elementami animacji 3D, przedstawianie liczb metodą obrazowego porównania, z wykorzystaniem grafiki jako przyjętej jednostki. Plansza końcowa filmu będzie zawierać oznakowanie zgodne z Zasadami promocji projektów dla beneficjentów POIiŚ 2007-2013 oraz Podręcznikiem komunikacji i identyfikacji wizualnej MF EOG i NMF oraz hasło filmu i odniesienie do strony internetowej MKiDN.

4. Sposób komunikowania. Język komunikacji musi być zrozumiały dla odbiorcy, klarowny, bez zbędnych szczegółów, tj. bez używania pełnych nazw projektów i beneficjentów oraz zgodnie z pkt 8.1.1 Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach NSS na lata 2007-2013 na potrzeby komunikacji społecznej można zrezygnować z używania zwrotu program operacyjny, zastępując go jedynie nazwą danego programu np. Program Infrastruktura i Środowisko. Treści wskazane w filmie reklamowym oprócz komputerowo stworzonych wizerunków zrealizowanych inwestycji/obiektów oraz sylwetek ludzi/grup osób z nich korzystających mogą być przekazane odbiorcom za pomocą nowoczesnej grafiki, diagramów/ wykresów itp. Treści zawarte w filmie reklamowym nie mogą zawierać zbyt dużo komunikatów, nie powinno mieć miejsca zbyt duże nagromadzenie treści stricte merytorycznych (duża ilość danych) - z drugiej zaś strony, film reklamowy nie może mieć charakteru infantylnego. Komunikaty powinny być tak skonstruowane, aby odbiorcy traktowali fundusze europejskiej jako coś bliskiego, dotyczącego codzienności własnej. Należy unikać określeń idealizujących Unię Europejską i fundusze europejskie oraz języka kwiecistego, pełnego samych superlatywów, z dużą ilością przymiotników: typu wspaniały czy cudowny.

V. TERMIN REALIZACJI ZADANIA. Wykonawca jest zobowiązany zrealizować zakres umowy nie później niż w terminie do dnia 28 listopada 2014 r.

VI. OBOWIĄZKI WYKONAWCY PO PODPISANIU UMOWY. Zadaniem Wykonawcy po podpisaniu umowy będzie: przygotowanie co najmniej 3 scenariuszy filmu reklamowego do wyboru i akceptacji przez Zamawiającego w formie storyboardów wraz z opisem, proponowanymi tekstami/monologami/dialogami i voice over; Wykonawca przedstawi 3 propozycje scenariuszy nie później niż w ciągu 5 dni od dnia zawarcia umowy, a w przypadku, gdy przedstawione propozycje scenariuszy nie uzyskają akceptacji Zamawiającego, Wykonawca w terminie do 2 dni od dnia przekazania informacji przez Zamawiającego o braku akceptacji, przygotuje kolejną propozycję kreacji, którą Zamawiający ponownie oceni w terminie do 5 dni, licząc od dnia następującego po jej dostarczeniu; tłumaczenia scenariusza na język angielski nie później niż w ciągu 3 dni od dnia akceptacji przez Zamawiającego wybranej propozycji scenariusza; propozycji (próbek) głosów lektora polskiego i angielskiego i nie później niż w ciągu 5 dni od dnia akceptacji przez Zamawiającego wybranej propozycji scenariusza; projektu oprawy graficzno-dźwiękowej filmu nie później niż w ciągu 7 dni od dnia akceptacji przez Zamawiającego wybranej propozycji scenariusza; propozycji filmu reklamowego w wersji polskiej i angielskiej nie później niż w ciągu 14 dni od dnia akceptacji przez Zamawiającego wybranej propozycji scenariusza. Stała

współpraca z Zamawiającym przy wykonaniu przedmiotu umowy, w szczególności w zakresie udzielania Zamawiającemu wszystkich niezbędnych informacji związanych z jej prawidłowym wykonaniem.

Przekazanie do akceptacji Zamawiającego wszystkich przygotowywanych przez Wykonawcę projektów i materiałów. Wykonawca przekaze je Zamawiającemu w terminach umożliwiających wniesienie ewentualnych poprawek i uwzględnienie ich przez Wykonawcę w kolejnej wersji materiału. Realizacja, reżyseria, kierownictwo produkcji filmu reklamowego na podstawie wybranego przez Zamawiającego scenariusza (produkcja i postprodukcja). Nagranie wybranego przez Zamawiającego lektora (tekstu) oraz podkładu muzycznego, z zachowaniem wysokiego poziomu technicznego i ze szczególną starannością. Realizacja oprawy graficznej filmu reklamowego, np. czołówka, jingle, tyłówka, animacje komputerowe. Montaż wybranego materiału. Postprodukcja na wersję polską i wersję angielską.

Przekazanie autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w związku z realizacją zamówienia, jak i ich projektów, umożliwiających ich wykorzystanie przez Zamawiającego, w szczególności odpłatne i nieodpłatne przekazywanie czy użyczanie filmu reklamowego do emisji przez inne podmioty. Przeniesienie na Zamawiającego autorskich praw majątkowych oraz wyłącznego prawa do wykonywania zależnego prawa autorskiego do filmu reklamowego oraz jego poszczególnych części (zwanymi dalej utworami), obejmuje wszelkie pola eksploatacji wskazane w art. 50 i 74 ust. 4 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631 ze zm.) przez czas nieoznaczony, bez ograniczeń terytorialnych poprzez prawo do: utrwalania utworów bez żadnych ograniczeń ilościowych, dowolną techniką, w tym drukarską, cyfrową, reprograficzną, elektroniczną, fotograficzną, optyczną, laserową, poprzez zapis magnetyczny, na każdym nośniku, włączając w to także nośniki elektroniczne, optyczne, magnetyczne, dyskietki, CD-ROM, DVD, papier, taśmy celuloidowe, video, dyskietki, CD Romy, DVD, DAT taśmy magnetyczne, nośniki magnetoptyczne i rozpowszechnianie ich egzemplarzy; zwielokrotniania utworów bez żadnych ograniczeń ilościowych, w każdej możliwej technice, w tym drukarskiej, reprograficznej, cyfrowej, elektronicznej, laserowej, fotograficznej, poprzez zapis magnetyczny, optycznej, na każdym nośniku, włączając w to także nośniki elektroniczne, optyczne, magnetyczne, dyskietki, CD-ROM, DVD, papier, w ramach systemu on-line; wprowadzenia utworów do pamięci komputera i sieci multimedialnych, w tym Internetu, sieci wewnętrznych typu Intranet, bez żadnych ograniczeń ilościowych, jak również przesyłania utworu w ramach ww. sieci, w tym w trybie on-line, i w formie dysków twardych, tasiemek streamerów, dyskietek, nośników CD-R/RW, DVD/RW, przenośnej pamięci zewnętrznej, poczty elektronicznej, za pomocą Internetu lub ekstranetu, przesyłania za pomocą sieci bezprzewodowych; rozpowszechniania utworów, w tym wprowadzania go do obrotu, w szczególności, w ramach produktów elektronicznych, w tym w ramach elektronicznych baz danych, na nośnikach magnetycznych, cyfrowych, optycznych, elektronicznych, również w postaci CD-ROM, dyskietek, DVD, w ramach sieci multimedialnych, w tym sieci wewnętrznych (np. typu Intranet), jak i Internetu, w systemie on-line, poprzez komunikowanie na życzenie, w drodze użyczenia utworu; publicznego wyświetlenia w tym w

kinach, na ekranach wielkoformatowych i dowolnych ekranach projekcyjnych, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie za pomocą wizji i fonii bezprzewodowej i przewodowej przez stację naziemną oraz za pośrednictwem satelity; korzystania w ramach wszystkich ich funkcjonalności w dowolny sposób w nieograniczonej liczbie kopii/stanowisk/serwerów oraz przez nieograniczoną liczbę użytkowników i osób, również spoza organizacji Zamawiającego; wprowadzania i zapisywania w pamięci komputerów; odtwarzania; utrwalania; przekazywania; przechowywania; wyświetlania; stosowania; wprowadzania do obrotu, użyczenia lub najmu oryginału albo egzemplarzy na których utwór utrwalono, instalowania i deinstalowania, sporządzanie kopii zapasowej (kopii bezpieczeństwa) nośników instalacyjnych i nośników z zainstalowanym utworem; tłumaczenia, przystosowywania (customizacja); modyfikowania utworów oraz ich pojedynczych fragmentów w tym m.in prawo do korekty, dokonywania przeróbek, zmian, adaptacji, w tym łączenie przedmiotu umowy oraz jego fragmentów z innymi filmami i integrowania z innymi programami, projektami graficznymi wraz z przeniesieniem przez Wykonawcę autorskich praw majątkowych na Zamawiającego oraz zezwaniem na wykonywanie przez osoby trzecie opracowań, a także na korzystanie i rozporządzanie prawami do opracowań utworów; zmieniania parametrów utworów wywołanych zmianą standardów lub wymogów, udzielania licencji i sublicencji, wykorzystywanie i rozpowszechnianie pojedynczych klatek z filmu we wszelkich materiałach drukowych, w materiałach okolicznościowych, promocyjnych oraz zmian układu lub jakichkolwiek innych zmian w utworach w tym uzupełniania, skracania, przeróbki oraz sporządzenia nowej wersji z zachowaniem wszystkich, określonych powyżej, pól eksploatacji na części zmienione w ww. sposób. Umieszczenie na FTP-ie stacji telewizyjnych wskazanych przez Zamawiającego i/lub FTP-ie Zamawiającego, filmu reklamowego w wersji cyfrowej, odpowiadającej specyfikacji danej stacji telewizyjnej oraz skanu metryczek. W przypadku kiedy na etapie odbioru prac od Wykonawcy, Zamawiającemu nieznane będą szczegóły dotyczące emisji, Wykonawca zamieści film reklamowy (w obu wersjach językowych) wyłącznie na FTP-ie Zamawiającego, przy czym filmy będą musiały zostać przygotowane w wersji emisyjnej, zgodnie ze specyfikacjami stacji telewizyjnej. Przekazanie Zamawiającemu plików mpg i oryginałów metryczek do stacji telewizyjnych gotowych do emisji oraz plików źródłowych (tzw. surówka) wszystkich elementów wytworzonych w trakcie realizacji filmu (animacji, grafiki, itp.) wraz z plikami źródłowymi programu w którym film wytworzono. Przygotowania filmu także w formatach: MOV (FullHD), FLV 384x200, FLV 300x168, AVI (FullHD) do emisji w Internecie na nośnikach DVD/CD/USB. VII. ELEMENTY OBOWIĄZKOWE W FILMIE REKLAMOWYM. Przy realizacji filmu reklamowego należy przestrzegać zasad dotyczących promocji projektów realizowanych z dwóch źródeł: XI priorytetu: Kultura i dziedzictwo kulturowe Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013 (POIiŚ) oraz Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego (MF EOG i NMF). Niezbędne jest umieszczenie na wszelkich materiałach wizualnych planszy końcowej (pack shot) bądź paska informacyjnego na ostatnim ujęciu w filmie, z uwzględnionymi w jednym obszarze elementami: logo Programu Infrastruktura i Środowisko,

logo Programu Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego, logo Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, logo Unii Europejskiej UE wraz z podpisem: Unia Europejska. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, logo Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego na lata 2009-2014, informacji o współfinansowaniu filmu reklamowego, adres strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego. W filmie reklamowym należy również dodać słowną (wypowiedaną przez lektora) informację o współfinansowaniu, w której będzie co najmniej odwołanie do współfinansowania projektu przez Unię Europejską w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko oraz Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego. VIII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE. Na etapie realizacji filmu reklamowego w dwóch wersjach językowych, Zamawiający powoła zespół roboczy, który w imieniu Zamawiającego będzie akceptował każdy etap prac realizacji, a Wykonawca będzie uwzględniał uwagi zgłoszone przez zespół roboczy przy produkcji filmu. Wykonawca, który składa wniosek o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, zgodnie z zapisem art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych winien nie później niż w terminie składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu zastrzec informacje, które stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Wykonawca nie może zastrzec informacji o których mowa w art. 86 ust 4 cyt. ustawy. Dokumenty zawierające informacje zastrzeżone winny być umieszczone w odrębnej kopercie z oznaczeniem Informacje zastrzeżone.

II.1.6) Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 92.11.12.10-7.

II.1.7) Czy dopuszcza się złożenie oferty częściowej: nie.

II.1.8) Czy dopuszcza się złożenie oferty wariantowej: nie.

II.2) CZAS TRWANIA ZAMÓWIENIA LUB TERMIN WYKONANIA: Zakończenie: 28.11.2014.

SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM, EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

III.1) WADIUM

Informacja na temat wadium: Wykonawca składający ofertę zobowiązany jest do wniesienia wadium w wysokości 7 200 zł (słownie zł: siedemdziesiąt tysięcy dwieście). Szczegółowe informacje dot. wniesienia wadium zostaną wskazane w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Na etapie składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, Zamawiający nie wymaga wnoszenia wadium

III.2) ZALICZKI

III.3) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ OPIS SPOSOBU DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW

III. 3.1) Uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania

Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku

Zamawiający nie precyzuje tego warunku. Zamawiający dokona weryfikacji warunku na podstawie złożonego oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp

III.3.2) Wiedza i doświadczenie**Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku**

Zamawiający uzna warunek wiedzy i doświadczenia za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy w tym okresie należycie wykonał co najmniej 2 usługi polegające na kreacji i realizacji filmu reklamowego, a wartość każdej z tych usług wynosi minimum 200.000 (dwieście) tysięcy zł brutto.

Zamawiający dokona weryfikacji spełnienia ww. warunku na podstawie złożonego oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp oraz na podstawie wykazu wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, głównych usług, w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres działalności jest krótszy - w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów, czy zostały wykonane lub są wykonywane należycie. Dowodami potwierdzającymi, czy usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie są: - poświadczenie, z tym że w odniesieniu do nadal wykonywanych usług okresowych lub ciągłych poświadczenie powinno być wydane nie wcześniej niż na 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu; - w przypadku zamówień na dostawy lub usługi - oświadczenie wykonawcy - jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać poświadczenia, o którym mowa powyżej. Jeżeli Wykonawca składa oświadczenie, zobowiązany jest podać przyczyny braku możliwości uzyskania poświadczenia. W przypadku, gdy Zamawiający (Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego) jest podmiotem, na rzecz którego usługi wskazane w wykazie zostały wcześniej wykonane, Wykonawca nie ma obowiązku przedkładania dowodów, o którym mowa w niniejszym punkcie. W razie konieczności, szczególnie gdy wykaz lub dowody (o których mowa powyżej) budzą wątpliwości Zamawiającego lub gdy z poświadczenia albo z innego dokumentu wynika, że zamówienie nie zostało wykonane lub zostało wykonane nienależycie, Zamawiający może zwrócić się bezpośrednio do właściwego podmiotu, na rzecz którego usługi były lub miały zostać wykonane, o przedłożenie dodatkowych informacji lub dokumentów bezpośrednio Zamawiającemu.

III.3.3) Potencjał techniczny

Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku

Zamawiający nie precyzuje tego warunku. Zamawiający dokona weryfikacji warunku na podstawie złożonego oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp

III.3.4) Osoby zdolne do wykonania zamówienia**Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku**

Zamawiający uzna ww. warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że dysponuje lub będzie dysponował zespołem do realizacji zamówienia, w skład które będzie wchodzić: KIEROWNIK PROJEKTU/OSOBA DO KONTAKTU Z ZAMAWIAJĄCYM, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie i brał udział w realizacji co najmniej 2 usług o wartości nie mniejszej niż 200 000 zł brutto każda z nich, których przedmiotem było przygotowanie kreacji i realizacji filmu reklamowego. Na etapie kreacji filmu (preprodukcja): PRODUCENT WYKONAWCZY, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie i brał udział w realizacji co najmniej 2 usług o wartości nie mniejszej niż 200 000 zł brutto każda z nich, których przedmiotem było przygotowanie kreacji i realizacji filmu reklamowego; DYREKTOR ARTYSTYCZNY, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie i brał udział w realizacji co najmniej 2 usług o wartości nie mniejszej niż 200 000 zł brutto każda z nich, których przedmiotem było przygotowanie kreacji i realizacji filmu reklamowego; COPYWRITER, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie. Na etapie produkcji filmu: GRAFIK KOMPUTEROWY, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie; MOTION DESIGNER, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w pracy w zawodzie. Na etapie montażu (postprodukcji): MONTAŻYSTA, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie i zrealizował co najmniej 3 usługi montażu filmu reklamowego emitowanego w telewizji i/lub w internecie. LEKTOR/LEKTORZY do nagrania filmu w wersji polskiej i angielskiej, który posiada min. 3 letnie doświadczenie w zawodzie i zrealizował co najmniej 3 podkłady głosowe dla materiałów wyemitowanych w telewizji lub radiu. Zamawiający dokona weryfikacji warunku na podstawie złożonego oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp oraz wykazu osób, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności, oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami

III.3.5) Sytuacja ekonomiczna i finansowa**Opis sposobu dokonywania oceny spełniania tego warunku**

Zamawiający nie precyzuje tego warunku. Zamawiający dokona weryfikacji warunku na podstawie złożonego oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu, określonych w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp

III.4) INFORMACJA O OŚWIADCZENIACH LUB DOKUMENTACH, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ NIEPODLEGANIA WYKLUCZENIU NA PODSTAWIE ART. 24 UST. 1 USTAWY

III.4.1) W zakresie wykazania spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy, oprócz oświadczenia o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu należy przedłożyć:

- wykaz wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, głównych dostaw lub usług, w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których dostawy lub usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów, czy zostały wykonane lub są wykonywane należycie;
- określenie dostaw lub usług, których dotyczy obowiązek wskazania przez wykonawcę w wykazie lub złożenia poświadczeń, w tym informacja o dostawach lub usługach niewykonanych lub wykonanych nienależycie

Usługi polegające na kreacji i realizacji filmu promocyjnego (spotu), a wartość każdej z tych usług wynosi minimum 200 tysięcy zł brutto. Dowodami potwierdzającymi, czy usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie są: - poświadczenie, z tym że w odniesieniu do nadal wykonywanych usług okresowych lub ciągłych poświadczenie powinno być wydane nie wcześniej niż na 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu; - w przypadku zamówień na dostawy lub usługi - oświadczenie wykonawcy - jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać poświadczenia, o którym mowa powyżej. Jeżeli Wykonawca składa oświadczenie, zobowiązany jest podać przyczyny braku możliwości uzyskania poświadczenia. W przypadku, gdy Zamawiający (Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego) jest podmiotem, na rzecz którego usługi wskazane w wykazie zostały wcześniej wykonane, Wykonawca nie ma obowiązku przedkładania dowodów, o którym mowa w niniejszym punkcie. W razie konieczności, szczególnie gdy wykaz lub dowody (o których mowa powyżej) budzą wątpliwości Zamawiającego lub gdy z poświadczenia albo z innego dokumentu wynika, że zamówienie nie zostało wykonane lub zostało wykonane nienależycie, Zamawiający może zwrócić się bezpośrednio do właściwego

podmiotu, na rzecz którego usługi były lub miały zostać wykonane, o przedłożenie dodatkowych informacji lub dokumentów bezpośrednio Zamawiającemu.;

- wykaz osób, które będą uczestniczyć w wykonywaniu zamówienia, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności, oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami;

III.4.2) W zakresie potwierdzenia niepodlegania wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy, należy przedłożyć:

- oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia;
- aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

III.4.3) Dokumenty podmiotów zagranicznych

Jeżeli wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, przedkłada:

III.4.3.1) dokument wystawiony w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania potwierdzający, że:

- nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości - wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;

III.4.4) Dokumenty dotyczące przynależności do tej samej grupy kapitałowej

- lista podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów albo informacji o tym, że nie należy do grupy kapitałowej;

III.6) INNE DOKUMENTY

Inne dokumenty niewymienione w pkt III.4) albo w pkt III.5)

- W przypadku polegania na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów Wykonawca zobowiązany jest udowodnić zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w

szczegółności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dysponowania niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia; - W przypadku udzielenia pełnomocnictwa - oryginał pełnomocnictwa lub kopia poświadczona przez notariusza. Wniosek o dopuszczenie do udziału w postępowaniu. W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie niniejszego zamówienia (np. konsorcjum, spółka cywilna) należy dołączyć pełnomocnictwo zawierające umocowanie do reprezentowania w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego oraz zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego; - Wykaz usług punktowanych; - Wykonawcy wspólnie ubiegający się o niniejsze zamówienie, których oferta zostanie uznana za najkorzystniejszą, przed podpisaniem umowy w sprawie zamówienia, są zobowiązani przedstawić Zamawiającemu umowę regulującą ich współpracę (o ile występują). Powyższe dokumenty muszą być opatrzone podpisem osoby (osób) upoważnionych do reprezentowania Wykonawcy. Dokumenty są składane w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez wykonawcę. W przypadku wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia oraz w przypadku innych podmiotów, na zasobach których wykonawca polega na zasadach określonych w art. 26 ust. 2b ustawy, kopie dokumentów dotyczących odpowiednio wykonawcy lub tych podmiotów są poświadczane za zgodność z oryginałem odpowiednio przez wykonawcę lub te podmioty. Zamawiający może żądać przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii dokumentu wyłącznie wtedy, gdy złożona kopia dokumentu jest nieczytelna lub budzi wątpliwości co do jej prawdziwości. Dokumenty sporządzone w języku obcym są składane wraz z tłumaczeniem na język polski.

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: przetarg ograniczony.

IV.1.2) Przewidywana liczba wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do udziału w postępowaniu:

5.

Opis sposobu dokonywania wyboru wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do składania ofert, gdy liczba wykonawców spełniających warunki udziału w postępowaniu będzie większa niż określona w ogłoszeniu o zamówieniu

Zamawiający zaprosi do złożenia ofert maksymalnie pięciu Wykonawców, którzy spełnią warunki udziału w postępowaniu. Jeżeli liczba Wykonawców, którzy spełnią warunki udziału w postępowaniu będzie mniejsza lub równa pięciu, Zamawiający zaprosi do składania ofert wszystkich Wykonawców. Jeżeli liczba Wykonawców, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu będzie większa niż pięć, wówczas Zamawiający zaprosi do składania ofert Wykonawców, którzy uzyskają największą liczbę punktów i zajmą pozycję od 1 do 5 na liście rankingowej. W celu dokonania wyboru Wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do składania ofert, Zamawiający będzie przyznawał punkty w sposób określony poniżej: 1) za wykonanie w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do

udziału w postępowaniu każdej kolejnej usługi polegającej na kreacji i realizacji filmu promocyjnego (spotu) o wartości minimum 200 tysięcy zł brutto, Zamawiający przyzna po 1 punkcie za każdą wskazaną usługę, spełniającą powyższe kryterium. Wykonawca do wykazywanych usług zobowiązany jest dołączyć dowód potwierdzający, że usługi te zostały wykonane należycie. Dowodami potwierdzającymi, że usługi zostały wykonane będą: - poświadczenie; - w przypadku zamówień na dostawy i usługi - oświadczenie wykonawcy - jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać poświadczenia, o którym mowa powyżej. Jeżeli Wykonawca składa oświadczenie, zobowiązany jest podać przyczyny braku możliwości uzyskania poświadczenia. W przypadku, gdy Zamawiający (Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego) jest podmiotem, na rzecz którego, dostawy lub usługi wskazane w wykazie zostały wcześniej wykonane, Wykonawca nie ma obowiązku przedkładania dowodów, o którym mowa w niniejszym punkcie. W razie konieczności, szczególnie gdy wykaz lub dowody (o których mowa powyżej) budzą wątpliwości Zamawiającego lub gdy z poświadczenia albo z innego dokumentu wynika, że zamówienie nie zostało wykonane lub zostało wykonane nienależycie, Zamawiający może zwrócić się bezpośrednio do właściwego podmiotu, na rzecz którego dostawy lub usługi były lub miały zostać wykonane, o przedłożenie dodatkowych informacji lub dokumentów bezpośrednio zamawiającemu. W przypadku braku potwierdzenia wskazanymi powyżej dokumentami należytego wykonania wykazanej usługi nie będzie ona brana pod uwagę przy ocenie punktowej. Zamawiający przy ocenie punktowej wniosków weźmie pod uwagę wyłącznie usługi realizowane bezpośrednio przez Wykonawcę. Wykonawca - w celu uzyskania dodatkowych punktów - nie może polegać na wiedzy i doświadczeniu innych podmiotów na podstawie art. 26 ust. 2 b Ustawy Pzp. Punktowane będą tylko te usługi, które zostaną ujęte w Wykazie wykonanych usług do oceny punktowej. Jeżeli Wykonawca życzy sobie, aby usługi własne, z wykazu usług potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu, były również punktowane, musi je przenieść także do Wykazu wykonanych usług do oceny punktowej. W przypadku uzyskania takiej samej liczby punktów przez dwóch lub więcej Wykonawców, wyższą pozycję na liście rankigowej uzyska ten Wykonawca, którego łączna wartość wykazanych usług punktowanych jest najwyższa.

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.1) Kryteria oceny ofert: najniższa cena.

IV.3) ZMIANA UMOWY

przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy:

Dopuszczalne zmiany postanowień umowy oraz określenie warunków zmian

Zmiana istotnych postanowień umowy w stosunku do treści oferty jest dopuszczalna w sytuacji, gdy jej dokonanie podyktowane jest: 1) zmianą stanu prawnego, która ma wpływ na sposób realizacji przedmiotu zamówienia; 2) zmianą wytycznych i dokumentów programowych regulujących zasady realizacji PO liŚ oraz MF EOG i N MF; 3) działaniem siły wyższej uniemożliwiającej realizację w części

lub w całości zamówienia; 4) oczywistymi omyłkami rachunkowymi lub pisemnymi; Jeżeli zmiana przepisów prawa w okresie obowiązywania umowy powodować będzie konieczność zmiany umowy, strony dokonają niezwłocznie zmiany umowy w zakresie wymaganym przepisami. Wszelkie zmiany Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

IV.4) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.4.1) Specyfikację istotnych warunków zamówienia można uzyskać pod adresem: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, ul. Krakowskie Przedmieście 15/17, 00-071 Warszawa, pokój 204.

IV.4.4) Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu lub ofert:

29.09.2014 godzina 16:00, miejsce: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, ul. Krakowskie Przedmieście 15/17, 00-071 Warszawa, Biuro Podawcze.

IV.4.5) Termin związania ofertą: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert).

IV.4.16) Informacje dodatkowe, w tym dotyczące finansowania projektu/programu ze środków Unii Europejskiej:

Wydatek finansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz budżetu państwa w ramach pomocy technicznej POIiŚ, Program Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego Mechanizmu Finansowego EOG i Norweski Mechanizm Finansowy (MF EOG i N MF).

IV.4.17) Czy przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków pochodzących z budżetu Unii Europejskiej oraz niepodlegających zwrotowi środków z pomocy udzielonej przez państwa członkowskie Europejskiego

Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: nie

Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA), które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia: nie

Umieszczono na tablicy ogłoszeń i stronie internetowej Zamawiającego
w dniu 18-09-2014r. MZP