Załącznik nr 2 do Zapytania ofertowego

PMII.433.9.2.2020

KRYTERIA OCENY OFERT

Zamawiający wyznaczył następujące kryteria oceny ofert oraz ustalił ich znaczenie.

Jako kryterium wyboru oferty przyjmuje się najkorzystniejszy bilans punktów przyznanych w oparciu o kryteria: „cena" oraz „lokalizacja" oraz „ilość nośników reklamowych" oraz „czas trwania reklamy (długość kampanii)" oraz „dodatkowe nośniki reklamy".

Oferty będą oceniane wg ww. kryteriów, którym przyporządkowano następujące wagi:

Lp.	Kryterium	Znaczenie w %
1	Cena	30
2	Lokalizacja	30
3	Ilość nośników reklamowych	15
4	Czas trwania reklamy (długość kampanii)	15
5	Dodatkowe nośniki reklamy zaproponowane przez Wykonawcę	10
	RAZEM	**100**

2. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które zostaną złożone przez Wykonawców nie wykluczonych z postępowania i nie podlegające odrzuceniu.

3. Liczba punktów przyznanych każdej z ocenianych ofert obliczona zostanie wg. poniższego wzoru:

LP = C + L+ D + E + F

gdzie:

LP – łączna liczba punktów przyznanych ofercie
C – liczba punktów przyznanych ofercie w oparciu o kryterium Cena
L - liczba punktów przyznanych ofercie w oparciu o kryterium Lokalizacja
D - liczba punktów przyznanych ofercie w oparciu o kryterium Ilość nośników reklamowych
E - liczba punktów przyznanych ofercie w oparciu o Czas trwania reklamy (długość kampanii)
F – liczba punktów przyznanych ofercie w oparciu o Dodatkowe nośniki reklamy

4. Do kryteriów została przypisana waga, określona udziałem procentowym. Oferty w danym kryterium podlegać będą ocenie w oparciu o niżej podane zasady przyznawania punktów. Oferta może uzyskać maksymalnie 100 pkt, z tym, że:

I. **w kryterium Cena – maksymalnie 30 pkt**
II. **w kryterium Lokalizacja - maksymalnie 30 pkt**
III. **w kryterium Ilość nośników reklamowych – maksymalnie 15 pkt**
IV. **w kryterium Czas trwania reklamy** (długość kampanii) **– maksymalnie 15 pkt**
V. **w kryterium Dodatkowe nośniki reklamy - maksymalnie 10 pkt**

5. Liczba punktów w każdym z kryteriów wyliczona zostanie zgodnie z poniższymi zasadami:

I. Cena 30 pkt

Punkty za kryterium Cena zostaną obliczone wg. następującego wzoru:

$$cena = \frac{\text{cena najniższa}}{\text{cena oferty badanej}} x\ \mathbf{30}$$

Przy obliczaniu liczby punktów Zamawiający zaokrąglał będzie wyniki do dwóch miejsc po przecinku (z zastosowaniem reguł matematycznych).

II. Lokalizacja 30 pkt

W niniejszym kryterium oceniana będzie zaproponowana przez Wykonawcę odległość powierzchni biurowej od Urzędu Miejskiego w Łowiczu umiejscowiona w promieniu maksymalnie 500 m liczona wg pomiaru odległości między punktami wg Google Maps w linii prostej.

Punktacja będzie przyznawana wg następujących zasad:

a) 351 m – 500 m – 10 pkt
b) 251 m – 350 m – 20 pkt
c) do 250 m – 30 pkt

W przypadku wskazania lokalizacji powyżej 500 m od Urzędu Miejskiego w Łowiczu a w formularzu ofertowym Wykonawca otrzyma 0 punktów.

III. Ilość nośników reklamowych 15 pkt

W niniejszym kryterium oceniana będzie zaproponowana przez Wykonawcę ilość nośników reklamowych służących promocji wynajmowanych powierzchni biurowych.

Pod pojęciem „nośniki reklamowe" Zamawiający rozumie:

1. **Billboardy reklamowe** - wolnostojące lub przymocowane do ścian konstrukcje reklamowe o wielkościach takich jak: 12m2 (billboard 5,04m x 2,38m), 18m2 (billboard 6m x 3m).
2. **Tablica frontlight** - wolnostojąca o wymiarach 6 x 3m, podświetlana od przodu, widoczna w nocy oraz z dużej odległości dzięki oświetleniu oraz odpowiedniej powierzchni.
3. **Tablica backlight** - wolnostojąca o wymiarach 6 x 3m, podświetlana od tyłu, widoczna w nocy oraz z dużej odległości dzięki oświetleniu oraz odpowiedniej powierzchni.
4. **Powierzchnie wielkoformatowe** – reklamy na powierzchniach budynków oraz innych powierzchniach wolnostojących.

Wykonawca może wybrać z w/w nośników.

Wykonawca ma być odpowiedzialny za druk i montaż reklamy oraz dostarczenie zdjęcia z miejsca ulokowania reklamy. Projekt graficzny zostanie dostarczony Wykonawcy przez Zamawiającego.

Reklama ma być usytuowana w miejscach o dużym natężeniu ruchu samochodów (np. główne skrzyżowania w mieście) i miejscach z dużą przepustowością ruchu ulicznego i pieszego przez co ma przyciągnąć wzrok potencjalnych klientów i być zapamiętywana.

Miejsce reklamy ma być uzgodnione z Zamawiającym i zatwierdzone przez Zamawiającego.

Punktacja będzie przyznawana wg następujących zasad:

d) 1 do 2 – 5 pkt
e) 3 do 4 – 10 pkt
f) 5 i więcej – 15 pkt

W przypadku braku wskazania konkretnej liczby nośników reklamy w formularzu ofertowym Wykonawca otrzyma 0 punktów i będzie równoznaczne z tym, że Wykonawca realizuje przedmiot zamówienia na poziomie wynikającym z treści zapytania, zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia.

IV. Czas umieszczenia nośników reklamowych (długość kampanii) 15 pkt

Punktacja będzie przyznawana wg następujących zasad:

W niniejszym kryterium oceniany będzie zaproponowany przez Wykonawcę czas na jaki umieszczone będą nośniki reklamowe (długość kampanii) służące promocji wynajmowanych powierzchni biurowych.

a) 1 miesiąc do 2 miesięcy – 5 pkt
b) 3 miesiące do 4 miesięcy – 10 pkt
c) 5 miesięcy i więcej – 15 pkt

Zamawiający zastrzega, że czas umieszczenia reklamy do wskazanych przez Wykonawcę nośników reklamy może być różny, ale łącznie musi dawać sumę wskazaną przez Wykonawcę.

Termin umieszczenia reklamy ma być uzgodniony z Zamawiającym i zatwierdzony przez Zamawiającego

W przypadku braku wskazania konkretnej liczby miesięcy umieszczenia nośników reklamowych (długość kampanii) w formularzu ofertowym Wykonawca otrzyma 0 punktów i będzie równoznaczne z tym, że Wykonawca realizuje przedmiot zamówienia na poziomie wynikającym z treści zapytania, zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia.

V. Dodatkowe elementy reklamy zaproponowane przez Wykonawcę 10 pkt

Punktacja będzie przyznawana wg następujących zasad:

W niniejszym kryterium oceniane będą zaproponowane przez Wykonawcę dodatkowe elementy reklamy biura Łódzkie dla biznesu (np. oklejanie okien, witryn, szyld na ścianę frontową, pylon reklamowy dwustronny, kasetony, litery przestrzenne, citylight, tablice reklamowe wolnostojące etc.)

a) 2 szt. – 5 pkt
b) 3 szt. i więcej – 10 pkt

Zaproponowane dodatkowe elementy reklamy muszą być uzgodnione z Zamawiającym.

Projekt graficzny zostanie dostarczony Wykonawcy przez Zamawiającego.

Miejsce ulokowania dodatkowych elementów reklamy ma być w odległości nie większej niż 300 m od wynajmowanej powierzchni biurowej.

Zamawiający zastrzega, że czas umieszczenia dodatkowych elementów reklamy musi trwać przez **cały okres obowiązywania umowy.**

W przypadku braku wskazania dodatkowych elementów reklamy reklamowych w formularzu ofertowym Wykonawca otrzyma 0 punktów i będzie równoznaczne z tym, że Wykonawca realizuje przedmiot zamówienia na poziomie wynikającym z treści zapytania, zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia.

6. Oferta, która uzyska największą liczbę punktów (C + L + D + E + F), zostanie uznana za ofertę najkorzystniejszą. Łączna możliwa do uzyskania liczba punktów to 100.

7. Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i dodatkowego kryterium, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z niższą ceną.