Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego nr WPT-P.0541.15.2021.JJ

**SZCZEGÓŁOWY OPIS SPOSOBU OCENY OFERT**

Wybór najkorzystniejszej oferty zostanie dokonany na podstawie następujących kryteriów:

1. **Cena oferty brutto (C)** 50 %
2. **Koncepcja reklamowa (K)** 50 %
3. Punkty będą przyznawane według zasady 1% = 1 punkt
4. Do oceny kryteriów „Doświadczenie Wykonawcy” oraz „Koncepcja reklamowa” zostaje powołana Komisja w składzie:
   1. Wioleta Samitowska – Przewodnicząca Komisji
   2. Julia Fajkowska - Jędrzejczyk – Członek Komisji
   3. Monika Dendor – Członek Komisji
5. Punkty będą przyznawane wg następujących zasad:
6. **Cena oferty (C) z najniższą ceną brutto otrzyma 40 punktów. Punkty pozostałych ofert liczone będą wg proporcji matematycznej z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku:**

**C = (Cmin / Cob) x 0,5 x 100 %**

gdzie:

C – ilość punktów za kryterium ceny

Cmin – cena brutto najniższa

Cob – Cena brutto oferty badanej

1. **Koncepcja reklamowa**

Punkty w tym kryterium będą przyznawane przez 3 członków Komisji, którzy będą oceniać główne założenia koncepcji reklamowej. Każdy z członków Komisji może przyznać punkty   
w skali 0 - 20.

**K = 0,3 x ((Kso / Kmax) /3) x 100 %**

gdzie:

K – punkty przyznane dla ocenianej oferty obliczone według schematu dla kryterium „Koncepcja reklamowa”

Kso – suma ocen przyznana przez Komisję w skali wynikającej z wagi kryterium (punktacja 0 - 20)

Kmax – Maksymalna liczba punktów za kryterium „Koncepcja reklamowa”

Oceniając kryterium „Koncepcja reklamowa” Komisja będzie brała pod uwagę:

* Wstępny projekt graficzny kampanii – w tym celu Oferent winien załączyć przykładowy projekt graficzny dwóch banerów reklamowych albo rozwiązań graficznych bazujących na załączonym SIW, zgodnym ze stylistyką strony [www.visit.swinoujscie.pl](http://www.visit.swinoujscie.pl), nawiązujący jednak do morskiego i wodnego charakteru tematyki kampanii (punkty 0 – 10)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | oceniany element | liczba punktów przyznana przez członka komisji |
| 1. | Zgodność z SIW (od 0 do 3 pkt) |  |
| 2. | Zgodność ze stylistyką strony (od 0 do 3 pkt) |  |
| 3. | Nawiązanie do morskiego/wodnego charakteru (od 0 do 2 pkt) |  |
| 4. | Ogólne wrażenie estetyczne (od 0 do 2 pkt) |  |

* Wstępne dwa hasła reklamowe, które miałyby być zastosowane w kampanii; hasła reklamowe powinny ściśle kojarzyć się z tematyką Kampanii „Zacumuj bezpiecznie   
  w Krainie 44 Wysp” oraz Świnoujściem (0 – 10)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | oceniany element | liczba punktów przyznana przez członka komisji |
| 1. | Poprawność językowa (od 0 do 3 pkt) |  |
| 2. | Atrakcyjność hasła (od 0 do 3 pkt) |  |
| 3. | Nawiązanie do tematyki Kampanii (od 0 do 4 pkt) |  |

1. Całkowita liczba punktów, jaką otrzyma dana oferta, zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

**S = C + K**

gdzie:

S – całkowita liczba punktów

C – ilość punktów za cenę oferty

K – liczba punktów w kryterium „Koncepcja reklamowa”

1. Punktacja przyznawana ofertom w poszczególnych kryteriach będzie liczona   
   z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Najwyższa liczba punktów wyznaczy najkorzystniejszą ofertę
2. Zamawiający udzieli zamówienia Oferentowi, którego oferta spełniać będzie wymagania zapytania ofertowego i zostanie oceniona jako najkorzystniejsza w oparciu o podane kryteria wyboru.