

**Ogłoszenie o zamówieniu
Usługi
OBSŁUGA W ZAKRESIE REKLAMY NA NOŚNIKACH ZEWNĘTRZNYCH.**

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Rola zamawiającego

Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

1.2.) Nazwa zamawiającego: TEATR MUZYCZNY ROMA

1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 000278072

1.5) Adres zamawiającego

1.5.1.) Ulica: ul. Nowogrodzka 49

1.5.2.) Miejscowość: Warszawa

1.5.3.) Kod pocztowy: 00-695

1.5.4.) Województwo: mazowieckie

1.5.5.) Kraj: Polska

1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL911 - Miasto Warszawa

1.5.7.) Numer telefonu: +48 22 628 70 71

1.5.9.) Adres poczty elektronicznej: sekretariat@teatrroma.pl

1.5.10.) Adres strony internetowej zamawiającego: <https://www.teatrroma.pl/>

1.6.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - państwowe i samorządowe instytucje kultury

1.7.) Przedmiot działalności zamawiającego: Rekreacja, kultura i religia

SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1.) Ogłoszenie dotyczy:

Zamówienia publicznego

2.2.) Ogłoszenie dotyczy usług społecznych i innych szczególnych usług: Nie

2.3.) Nazwa zamówienia albo umowy ramowej:

OBSŁUGA W ZAKRESIE REKLAMY NA NOŚNIKACH ZEWNĘTRZNYCH.

2.4.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-cb5bc2a3-d687-11ec-9a86-f6f4c648a056

2.5.) Numer ogłoszenia: 2022/BZP 00165010/01

2.6.) Wersja ogłoszenia: 01

2.7.) Data ogłoszenia: 2022-05-18 11:50

2.8.) Zamówienie albo umowa ramowa zostały ujęte w planie postępowań: Tak

2.9.) Numer planu postępowań w BZP: 2022/BZP 00030264/04/P

2.10.) Identyfikator pozycji planu postępowań:

1.3.3 Usługi reklamy outdoorowej

2.11.) O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wyłącznie wykonawcy, o których mowa w art. 94 ustawy: Nie

2.14.) Czy zamówienie albo umowa ramowa dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej: Nie

2.16.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną

Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 1 ustawy

SEKCJA III – UDOSTĘPNIANIE DOKUMENTÓW ZAMÓWIENIA I KOMUNIKACJA**3.1.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania**

<https://www.teatrroma.pl/zamowienie/>

3.2.) Zamawiający zastrzega dostęp do dokumentów zamówienia: Nie**3.4.) Wykonawcy zobowiązani są do składania ofert, wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, oświadczeń oraz innych dokumentów wyłącznie przy użyciu środków komunikacji elektronicznej: Tak****3.5.) Informacje o środkach komunikacji elektronicznej, przy użyciu których zamawiający będzie komunikował się z wykonawcami - adres strony internetowej: <https://www.teatrroma.pl/zamowienie/>**

<https://miniportal.uzp.gov.pl/>

<https://epuap.gov.pl/wps/portal>

przetargi@teatrroma.pl

W postępowaniu o udzielenie zamówienia korespondencja elektroniczna (inna niż oferta Wykonawcy i załączniki do oferty) odbywa się za pomocą poczty elektronicznej, email: przetargi@teatrroma.pl.

Korespondencja przesłana za pomocą tego formularza nie może być szyfrowana. We wszelkiej korespondencji związanej z niniejszym postępowaniem Zamawiający i Wykonawcy posługują się numerem ogłoszenia (BZP). Doręczenie pism (za wyjątkiem oferty) pod inny adres (w tym skrzynkę ePuap) będzie nieskuteczne.

3.6.) Wymagania techniczne i organizacyjne dotyczące korespondencji elektronicznej: Skrzynka Teatru

(przetargi@teatrroma.pl). Usługa Google Workspace:

1) dane użytkownika 2TB mail / pozostałe usługi,

2) progresywne filtry antyspamowe Google,

3) dostęp do usług ssl,

4) imap / smtp ssl,

5) załączniki do 20MB.

Łącze symetryczne 300/300 Mb/s, Utm fortigate 40F.

3.8.) Zamawiający wymaga sporządzenia i przedstawienia ofert przy użyciu narzędzi elektronicznego modelowania danych budowlanych lub innych podobnych narzędzi, które nie są ogólnie dostępne: Nie**3.12.) Oferta - katalog elektroniczny: Nie dotyczy****3.14.) Języki, w jakich mogą być sporządzane dokumenty składane w postępowaniu:**

polski

3.15.) RODO (obowiązek informacyjny): Zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27.04.2016 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 L119 z 04.05.2016, str.1), dalej „RODO”, Zamawiający informuje, że:

- administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Teatr Muzyczny ROMA w Warszawie, ul. Nowogrodzka 49, 00-695 Warszawa.
- w sprawach związanych z danymi osobowymi przetwarzanymi przez administratora można się kontaktować z Inspektorem Ochrony Danych; kontakt pisemny za pomocą poczty tradycyjnej na adres: Teatr Muzyczny ROMA w Warszawie, ul. Nowogrodzka 49, 00-695 Warszawa., pocztą elektroniczną na adres e-mail: iod@teatrroma.pl;

- dane osobowe przetwarzane będą w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego; podstawą prawną przetwarzania jest zgoda wyrażona przez akt uczestnictwa w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego oraz niezbędność przetwarzania do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na administratorze (art. 6 ust. 1 lit. c RODO), wynikającego w szczególności z:

- ustawy z dnia 11.09.2019 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz.U. 2019 poz. 2019 z późn. zm.; dalej także jako „p.z.p.”),

- Rozporządzenia Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 23 grudnia 2020 r. w sprawie podmiotowych środków dowodowych oraz innych dokumentów lub oświadczeń, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy (Dz.U. 2020 poz. 2415 z późn. zm.),

- ustawy z dnia 14 lipca 1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz.U. 1983 nr 38 poz. 173; z późn. zm.),

- dane pozyskane w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego przekazywane mogą być wszystkim zainteresowanym podmiotom i osobom, gdyż co do zasady postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego jest jawne; dane udostępniane są w oparciu o przepis art. 18 oraz 74 p.z.p.; ograniczenie dostępu do danych może wystąpić jedynie w szczególnych przypadkach, gdy jest to uzasadnione ochroną prywatności, zgodnie z art. 18 ust. 5 p.z.p.; odbiorcami danych osobowych przetwarzanych w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego mogą być też podmioty, z którymi administrator zawarł umowy lub inne porozumienia w zakresie realizacji świadczeń niezbędnych do przeprowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, w szczególności w zakresie przekazywania i archiwizacji danych;

- dane osobowe będą przetwarzane, zgodnie z art. 78 ust. 1 u.z.p., przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia;

- podanie danych osobowych w związku z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego nie jest obowiązkowe, ale podstawie ustawy p.z.p. oraz wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych, w szczególności aktualnie obowiązującego Rozporządzenia Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 23 .12.2020 r. w sprawie podmiotowych środków dowodowych oraz innych dokumentów lub oświadczeń, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy (Dz.U. 2020 poz. 2415 z późn. zm.),

- dane osobowe nie będą podlegały zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji ani profilowaniu.

3.16.) RODO (ograniczenia stosowania): • w związku z jawnością postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, dane

osobowe mogą być udostępniane podmiotom spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG), tj. w państwach trzecich, z zastrzeżeniem ograniczenia dostępu do danych w szczególnych przypadkach, gdy jest to uzasadnione ochroną prywatności, zgodnie z art. 18 ust. 5 p.z.p.;

• zgodnie z RODO, przysługuje Pani/Panu prawo: (i) dostępu do danych oraz otrzymania ich kopii, (ii) do sprostowania danych, (iii) do usunięcia danych, w sytuacji, gdy przetwarzanie danych nie następuje w celu wywiązania się z obowiązku wynikającego z przepisu prawa lub w ramach sprawowania władzy publicznej; (iv) do ograniczenia przetwarzania danych, przy czym przepisy odrębne mogą wyłączyć możliwość skorzystania z tego prawa, (v) do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych – gdy dotyczy, (vi) do przenoszenia danych, (vii) do wniesienia skargi do organu nadzorczego (Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych), (viii) do cofnięcia zgody na przetwarzanie danych – gdy dotyczy;

• źródłem pochodzenia danych może być odpowiednio: (i) bezpośrednio osoba, której dane dotyczą, lub (ii) Wykonawca; w przypadku, gdy źródłem pochodzenia danych jest Wykonawca, którego dane osobowe bezpośrednio nie dotyczą, administrator informuje, że kategorie odnośnych danych osobowych, które są przetwarzane, obejmuje dokumentacja przedłożona przez Wykonawcę na potrzeby postępowania o udzielenia zamówienia.

Jednocześnie Zamawiający przypomina o obowiązku informacyjnym wynikającym z art. 14 RODO względem osób fizycznych, których dane przekazane zostaną Zamawiającemu w związku z prowadzonym postępowaniem i które Zamawiający pozyska od Wykonawcy biorącego udział w postępowaniu, chyba że ma zastosowanie co najmniej jedno z wyłączeń, o których mowa w art. 14 ust. 5 RODO.

SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

4.1.) Informacje ogólne odnoszące się do przedmiotu zamówienia.

4.1.1.) Przed wszczęciem postępowania przeprowadzono konsultacje rynkowe: Nie

4.1.2.) Numer referencyjny: 5/2022

4.1.3.) Rodzaj zamówienia: Usługi

4.1.4.) Zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania: Tak

4.1.8.) Możliwe jest składanie ofert częściowych: Tak

4.1.9.) Liczba części: 7

4.1.10.) Ofertę można składać na wszystkie części

4.1.11.) Zamawiający ogranicza liczbę części zamówienia, którą można udzielić jednemu wykonawcy: Nie

4.1.13.) Zamawiający uwzględnia aspekty społeczne, środowiskowe lub etykiety w opisie przedmiotu zamówienia: Nie

4.2. Informacje szczegółowe odnoszące się do przedmiotu zamówienia:

Część 1

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

1. Billboardy na stacjach metra i w przejściach, lokalizacja Warszawa, koszt ekspozycji reklamy z drukiem. Wybór lokalizacji i terminu przez zamawiającego z min. 30 przedstawionych propozycji. Czas trwania kampanii jeden miesiąc. Wybór lokalizacji i terminu dokonywany przez Zamawiającego. Ilość ekspozycji/emisji - 2, Ilość nośników w kampanii - 25 szt.
2. Ekrany w wagonikach Ekrany LCD w wagonikach metra. Kontent reklamowy 30 sec. Koszt emisji z ekspozycją w dni powszednie, lokalizacja Warszawa. Czas trwania kampanii jeden miesiąc. Wybór terminu dokonywany przez Zamawiającego. Ilość ekspozycji / emisji - 2. Ilość nośników w kampanii - Wszystkie ekrany w wagonikach metra.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi.

Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:

- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),

- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premierą w

Teatrze,

- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.

3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.

6. Jeżeli termin związania ofertą upłyne przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.

7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyższej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30

Kryterium 3

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji

4.3.6.) Waga: 10

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 2

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

1. Plakat reklamowy o powierzchni min. 2 m², wyeksponowany na słupie chronionym przesłoną plexi, szklaną lub wykonaną z innego przezroczystego materiału. Ekspozycja 1 plakatu na jednym nośniku, bez wyłączności na cały słup. Lokalizacja: Warszawa śródmieście oraz przy głównych traktach komunikacyjnych w Warszawie. Koszt ekspozycji reklamy z drukiem. Czas trwania kampanii jeden miesiąc, możliwość realizowania kilku emisji w jednym czasie. Wybór lokalizacji i terminu dokonywany przez Zamawiającego z minimum 25 przedstawionych przez Wykonawcę propozycji. Nośnik podświetlany lub niepodświetlany. Ilość ekspozycji / emisji - 6, Ilość nośników w kampanii - 18 szt.

2. Plakat reklamowy o powierzchni min. 2 m², wyeksponowany na słupie z trzema lub czterema powierzchniami ekspozycyjnymi chronionym przesłoną plexi, szklaną lub wykonaną z innego przezroczystego materiału.

Ekspozycja 3 plakatów na jednym nośniku na wyłączność.

Lokalizacja: Warszawa śródmieście oraz przy głównych traktach komunikacyjnych w Warszawie.

Koszt ekspozycji reklamy z drukiem.

Czas trwania kampanii jeden miesiąc.

Wybór lokalizacji i terminu dokonywany przez Zamawiającego z minimum 15 przedstawionych przez Wykonawcę

propozycji, przy czym propozycje nośników na kolejną kampanię nie mogą powielać poprzednich w więcej niż 50%. Ilość ekspozycji / emisji - 7, Ilość nośników w kampanii - 10 szt.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:
- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),
- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premiera w Teatrze,
- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.

3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.

6. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.

7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyższej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30

Kryterium 3

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji

4.3.6.) Waga: 10

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 3

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Reklama na całej powierzchni tylnej autobusów miejskich (tzw. Fullback).

Lokalizacja Warszawa.

Koszt ekspozycji reklamy z drukiem.

Czas trwania kampanii jeden miesiąc. Ilość ekspozycji / emisji - 1, Ilość nośników w kampanii - 80 szt.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:
- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),
- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premiera w Teatrze,
- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegały wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.

3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.

6. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.

7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyższej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30**Kryterium 3****4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.****4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji****4.3.6.) Waga: 10****4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie****Część 4****4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Reklama na całej powierzchni tylnej autobusów miejskich (tzw. Fullback).

Lokalizacja Warszawa.

Koszt ekspozycji reklamy z drukiem.

Czas trwania kampanii jeden miesiąc. Ilość ekspozycji / emisji - 4, Ilość nośników w kampanii - 20 szt.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe**4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:**

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30****4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie****4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak**

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:

- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),
- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premiera w Teatrze,
- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.

3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.

6. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.

7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyższej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe****Kryterium 1**

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30

Kryterium 3

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji

4.3.6.) Waga: 10

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 5

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Billboard reklamowy o powierzchni minimum 12m², lokalizacja w 4-5 miastach z wymienionych: Warszawa, Łódź, Poznań, Katowice, Kraków, Trójmiasto, Białystok, Lublin, Wrocław.

Ekspozycja przy głównych traktach komunikacyjnych.

Koszt ekspozycji reklamy z drukiem.

Czas trwania kampanii jeden miesiąc.

Wybór lokalizacji i terminu dokonywany przez Zamawiającego z minimum 10 nośników przedstawionych przez Wykonawcę dla każdego z miast. Ilość ekspozycji / emisji - 3, Ilość nośników w kampanii - 50 szt.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:

- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),
- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premiera w Teatrze,
- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.

3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.

6. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.

7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30

Kryterium 3

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji

4.3.6.) Waga: 10

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 6

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Plakat reklamowy na nośniku typu citylight zamieszczony na nowych, podświetlanych wiatach przystankowych.

Lokalizacja Warszawa i miasta powyżej 200 000 mieszkańców.

Koszt ekspozycji reklamy z drukiem.

Czas trwania kampanii jeden miesiąc.

Nośniki nie mogą być umieszczone obok siebie. Ilość ekspozycji / emisji - 2, Ilość nośników w kampanii - 40 szt.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:

- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),

- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premiera w Teatrze,

- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.
3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.
4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.
5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.
6. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.
7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyższej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30

Kryterium 3

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji

4.3.6.) Waga: 10

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

Część 7

4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Plakat reklamowy na podświetlanym nośniku wolnostojącym o powierzchni min 2 m².

Lokalizacja: 3-4 miasta powyżej 200 000 mieszkańców, śródmieście oraz przy głównych traktach komunikacyjnych.

Koszt ekspozycji reklamy z drukiem.

Czas trwania kampanii jeden miesiąc.

Możliwość realizowania kilku emisji w jednym czasie

Wybór lokalizacji i terminu dokonywany przez Zamawiającego z minimum 10 propozycji przedstawionych przez Wykonawcę dla każdego z miast.

Nośniki nie mogą być umieszczone obok siebie. Ilość ekspozycji / emisji - 4, Ilość nośników w kampanii - 40 szt.

4.2.6.) Główny kod CPV: 79341000-6 - Usługi reklamowe

4.2.7.) Dodatkowy kod CPV:

22462000-6 - Materiały reklamowe

4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: do 2024-06-30

4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

4.2.13.) Zamawiający przewiduje udzielenie dotychczasowemu wykonawcy zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane: Tak

4.2.14.) Przedmiot, wielkość lub zakres oraz warunki zamówień na podobne usługi lub roboty budowlane Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:

- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),
- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premiera w Teatrze,
- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.

4.3.) Kryteria oceny ofert:

4.3.1.) Sposób oceny ofert: 1. Ocenie będą podlegać wyłącznie oferty nie podlegające odrzuceniu.

2. Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która nie podlega odrzuceniu i uzyska największą liczbę punktów po zsumowaniu wszystkich kryteriów oceny ofert tj. w tym przypadku oferta z najniższą ceną.

3. W sytuacji, gdy Zamawiający nie będzie mógł dokonać wyboru najkorzystniejszej oferty ze względu na to, że zostały złożone oferty o takiej samej cenie, wezwie on Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych zawierających nową cenę. Wykonawcy, składając oferty dodatkowe, nie mogą zaoferować cen wyższych niż zaoferowane w uprzednio złożonych przez nich ofertach.

4. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert lub innych składanych dokumentów lub oświadczeń. Wykonawcy są zobowiązani do przedstawienia wyjaśnień w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

5. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę w terminie związania ofertą.

6. Jeżeli termin związania ofertą upłynie przed wyborem najkorzystniejszej oferty, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta otrzymała najwyższą ocenę, do wyrażenia, w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, pisemnej zgody na wybór jego oferty.

7. W przypadku braku zgody, o której mowa w ust. 6, oferta podlega odrzuceniu, a Zamawiający zwraca się o wyrażenie takiej zgody do kolejnego Wykonawcy, którego oferta została najwyższej oceniona, chyba że zachodzą przesłanki do unieważnienia postępowania.

4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

Kryterium 1

4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

4.3.6.) Waga: 60

Kryterium 2

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Czas reakcji w przypadku usterki

4.3.6.) Waga: 30

Kryterium 3

4.3.4.) Rodzaj kryterium: inne.

4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin realizacji

4.3.6.) Waga: 10

4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

SEKCJA V - KWALIFIKACJA WYKONAWCÓW

5.1.) Zamawiający przewiduje fakultatywne podstawy wykluczenia: Nie

5.3.) Warunki udziału w postępowaniu: Nie

5.5.) Zamawiający wymaga złożenia oświadczenia, o którym mowa w art.125 ust. 1 ustawy: Tak

SEKCJA VI - WARUNKI ZAMÓWIENIA

6.1.) Zamawiający wymaga albo dopuszcza oferty wariantowe: Nie

6.3.) Zamawiający przewiduje aukcję elektroniczną: Nie

6.4.) Zamawiający wymaga wadium: Nie

6.5.) Zamawiający wymaga zabezpieczenia należytego wykonania umowy: Nie

6.6.) Wymagania dotyczące składania oferty przez wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia:

1. Do oferty należy dołączyć pełnomocnictwo dla pełnomocnika do reprezentowania w postępowaniu Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia.
2. W przypadku wspólnego ubiegania się o zamówienie przez Wykonawców, oświadczenie o niepoleganiu wykluczeniu składa każdy z Wykonawców.
3. Do oferty należy dołączyć oświadczenie zgodne z art. 117 ust. 4 PZP (dla wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia). Z oświadczenia powinno wynikać, który wykonawca będzie realizował konkretny zakres prac.

6.7.) Zamawiający przewiduje unieważnienie postępowania, jeśli środki publiczne, które zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości lub części zamówienia nie zostały przyznane: Nie

SEKCJA VII - PROJEKTOWANE POSTANOWIENIA UMOWY

7.1.) Zamawiający przewiduje udzielenia zaliczek: Nie

7.3.) Zamawiający przewiduje zmiany umowy: Tak

7.4.) Rodzaj i zakres zmian umowy oraz warunki ich wprowadzenia:

Zamawiający przewiduje zmiany w umowie. Pełen zakres zmian został określony we wzorze umowy zawartym w SWZ. Ze względu na obszerność zapisów nie jest możliwe wprowadzenie do Ogłoszenia wszelkich zapisów. Zamawiający przewidział klauzule waloryzacyjne i indeksacyjne.

7.5.) Zamawiający uwzględnił aspekty społeczne, środowiskowe, innowacyjne lub etykiety związane z realizacją zamówienia: Nie

SEKCJA VIII – PROCEDURA

8.1.) Termin składania ofert: 2022-05-31 11:00

8.2.) Miejsce składania ofert: Skrzynka pocztowa do składania ofert (ePUAP /TMROMA/SkrytkaESP) pod adresem <https://epuap.gov.pl/wps/portal>

8.3.) Termin otwarcia ofert: 2022-05-31 13:00

8.4.) Termin związania ofertą: do 2022-06-28

SEKCJA IX – POZOSTAŁE INFORMACJE

1. Przedmiotem zamówienia jest zakup mediów w celu przeprowadzenia kampanii reklamowych na nośnikach reklamy zewnętrznej dotyczących wszelkich działań Teatru Muzycznego ROMA od podpisania umowy do dnia 30.06.2024 r. Kampania powinna mieć możliwie największy zasięg. Zamówienie składa się z 7 części (zadań).

2. Wykonanie zamówienia nie wiąże się z koniecznością zatrudnienia przez Wykonawcę osób na umowę o pracę. Wykonanie zamówienia nie wymaga działania pod kierownictwem pracodawcy w określonym czasie i miejscu. Osoby współpracujące z Teatrem (ze strony Wykonawcy) będą odbierały zlecenia w różnych okresach (odstępny nie będą systematyczne). Godziny kontaktu i system współpracy nie będą usystematyzowane.

3. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.

4. Zamawiający przewiduje udzielenie do 15% zamówień na podobne usługi. Okoliczności, po których zostaną udzielone zamówienia uzupełniające:

- dodatkowe zapotrzebowanie na dany nośnik reklamowy w przypadku np. słabszej niż zakładana frekwencji widowni (potrzeba dodatkowej reklamy),
- zawieranie umów współpracy (partnerskich i patronackich) dotyczących objęcia przez partnera patronatu nad nową premierą w Teatrze,
- Zamówienie będzie spójne z tym, co zostało opisane w przedmiocie zamówienia do postępowania głównego.