



**Regulamin konkursu na opracowanie koncepcji kreatywnej
oraz linii graficznej kampanii promocyjnej
programu Młodzi w Łodzi**

Łódź, dnia 20 lutego 2012 roku



**§ 1.
Zamawiający - Organizator konkursu**

Miasto Łódź
Urząd Miasta Łodzi
ul. Piotrkowska 104
90-926 Łódź
NIP: 725 – 002 – 89 – 02

Adres do korespondencji:
Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy
Departament Strategii i Rozwoju
Urząd Miasta Łodzi
ul. Piotrkowska 113
90-430 Łódź

**§ 2.
Forma Konkursu**

1. Konkurs prowadzony jest na podstawie przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.), zwanej dalej „Ustawą” oraz niniejszego Regulaminu.
2. Konkurs jest konkursem jednoetapowym, w którym Zamawiający zaprasza do składania prac konkursowych Uczestników spełniających warunki udziału w Konkursie.

**§ 3.
Szczegółowy opis przedmiotu konkursu**

1. Przedmiot Konkursu został zakwalifikowany według Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):

79.82.25.0	Usługi projektów graficznych
79.34.20.00	Usługi marketingowe
79.41.60.00	Usługi public relations
2. Przedmiotem Konkursu jest przygotowanie koncepcji oraz linii kreatywnej kampanii promocyjnej programu Młodzi w Łodzi, rozumianej jako kampania zachęcająca do studiowania w Łodzi.
3. Celem kampanii promocyjnej jest pokazanie maturzystom stojącym przed wyborem miasta do studiowania, że Łódź jest miastem interesującym i atrakcyjnym, oraz ma do zaoferowania nie tylko szeroką ofertę renomowanych uczelni, interesujące formy spędzania wolnego czasu ale także unikalny program Młodzi w Łodzi.
4. Kampania powinna opierać się o inicjatywy realizowane w ramach programu Młodzi w Łodzi, ze szczególnym uwzględnieniem Konkursu FreeDOM dla Studenta, programów stypendialnych, finansowania akademików oraz nauki języków obcych (Konkurs Młodzi w Łodzi - Językowzięci).
5. Celem Konkursu jest wyłonienie autora (zespołu autorskiego), który otrzyma zaproszenie do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki, których przedmiotem będą warunki

umowy na opracowanie koncepcji kreatywnej oraz wykonanie projektów graficznych nośników reklamowych opartych na wybranej linii kreatywnej.

6. Realizacja projektu będzie przebiegać w terminach i na zasadach określonych w zawartej po rozstrzygnięciu konkursu umowie, której zapisy uwzględniać będą wyniki negocjacji.

§ 4.

Maksymalny planowany łączny koszt wykonania prac realizowanych na podstawie pracy konkursowej

Maksymalny planowany koszt wykonania wszystkich założonych w kampanii projektów graficznych na podstawie wybranej linii kreatywnej wynosi **35.000 PLN brutto**.

§ 5.

Zakres szczegółowego opracowania pracy konkursowej stanowiącego przedmiot zamówienia udzielanego w trybie zamówienia z wolnej ręki.

1. W konkursie zostanie wybrana praca, która najlepiej spełnia wymagania ustalone w § 7.
2. Uczestnik konkursu, którego praca zostanie wybrana w konkursie, przygotuje projekty graficzne wszystkich założonych w kampanii nośników oraz przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do nieograniczonego w czasie i terytorialnie korzystania oraz rozporządzania utworami powstałymi w trakcie realizacji przedmiotu umowy, na polach eksploatacji wymienionych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631, z późn. zm.), wskazanych szczegółowo w istotnych postanowieniach umowy.

§ 6.

Wymagania jakie muszą spełnić uczestnicy konkursu, oświadczenia i dokumenty, jakie mają dostarczyć uczestnicy konkursu.

1. Uczestnikiem konkursu może być
 - 1) osoba fizyczna,
 - 2) osoba prawna,
 - 3) jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której odrębne przepisy przyznają zdolność prawną, w tym organizacje pozarządowe oraz podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie,
 - 4) podmioty wymienione w ust. 1 pkt 1)-3) występujące wspólnie.
2. W konkursie mogą wziąć udział Uczestnicy, którzy:
 - a) nie podlegają wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy,
 - b) złożą pracę konkursową wraz z oświadczeniami i dokumentami zgodnie z wymaganiami zawartymi w niniejszym Regulaminie,
 - c) spełniają warunki dotyczące posiadania wiedzy i doświadczenia.

3. Opis sposobu dokonywania oceny spełniania warunku określonego w ust. 2 pkt c (wiedza i doświadczenie):

Warunek ten Zamawiający uzna za spełniony jeżeli Uczestnik przygotował należycie w okresie ostatnich trzech lat przed dniem ogłoszenia konkursu - a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy w tym okresie:

- Co najmniej 3 (trzy) koncepcje kampanii promocyjnej obejmujące nośniki outdoorowe oraz internetowe oraz przygotował projekty graficzne linii kreatywnej kampanii promocyjnej odpowiadające rodzajem kampanii stanowiącej przedmiot niniejszego konkursu.
 - Za spełniające wymóg ustalony wyżej Zamawiający uzna w szczególności przygotowanie koncepcji oraz linii kreatywnej kampanii promocyjnej związanej z promocją miast i regionów, promocją uczelni bądź promocją działań związanych z edukacją.
 - Łączna wartość zrealizowanych kampanii promocyjnych wyniosła minimum **35.000 PLN brutto**;
 - Zamawiający dopuszcza realizację kilku zamówień, których łączna wartość wyniosła brutto minimum 35.000 PLN o ile każda z wskazanych realizacji spełnia warunki wskazane wyżej.
 - Zamawiający nie wymaga, by każde z zamówień było zrealizowane w ramach zamówień publicznych. Dopuszcza się także wykazywanie zamówień realizowanych w obrocie poza publicznym.
4. Uczestnik obowiązany jest wykazać nie później niż na dzień składania prac konkursowych spełnianie warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy, i brak podstaw do wykluczenia z powodu niespełnienia warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy w zakresie wskazanym przez Zamawiającego.
5. Uczestnik, który nie wykaże spełniania warunków udziału w postępowaniu zostanie wykluczony z postępowania na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 4 ustawy.
6. Uczestnik, który nie wykaże braku podstaw do wykluczenia z powodu niespełniania warunków, o których mowa w art. 24 ust. 1 ustawy, zostanie wykluczony z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 ustawy.
7. W Konkursie nie mogą uczestniczyć:
- 1) osoby biorące udział w opracowaniu Regulaminu Konkursu,
 - 2) osoby biorące udział w organizowaniu konkursu, w tym Sędziowie Sądu Konkursowego oraz Sekretarz Konkursu.
8. W celu potwierdzenia spełniania wymagań, jakie muszą spełniać, wraz z pracą konkursową Uczestnicy Konkursu składają:
- 1) oświadczenie potwierdzające spełnienie warunków udziału w konkursie oraz brak podstaw do wykluczenia. W przypadku podmiotów występujących wspólnie oświadczenie to składa każdy Uczestnik;
 - 2) wykaz usług opracowanych na podstawie indywidualnego projektu wykonanych w okresie ostatnich 3 lat z podaniem ich nazwy, tematyki, terminu realizacji, wartości, i partnerów - Załącznik Nr 3 do Regulaminu „Wykaz Usług”;
 - 3) dokumenty potwierdzające należyłą realizację projektów w formie rekomendacji, publikacji, protokołów odbioru, referencji lub innych równoważnych dokumentów.

- 4) pełnomocnictwo dla podmiotu (osoby) reprezentującego podmioty występujące wspólnie, które zawierać będzie nazwę konkursu, wskazanie Uczestników biorących wspólnie udział w konkursie, wskazanie ustanowionego Uczestnika-pełnomocnika oraz zakres jego umocowania, podpisanego przez wszystkich Uczestników biorących wspólnie udział w konkursie;
- 5) Aktualny odpis z właściwego rejestru, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy, wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczeniu do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia, a w stosunku do osób fizycznych oświadczenie w zakresie art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy.
9. Dokumenty oraz oświadczenia uczestnika muszą być podpisane przez Uczestnika konkursu lub osobę upoważnioną do reprezentowania Uczestnika konkursu.
10. Dokumenty oraz oświadczenia mogą być składane w formie oryginału albo kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez Uczestnika konkursu lub osobę upoważnioną do jego reprezentowania.
11. Sąd Konkursowy dokonuje oceny złożonych dokumentów zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych i warunkami określonymi w Regulaminie konkursu.

§ 7.

Zakres rzeczowy i forma opracowania pracy konkursowej oraz sposób prezentacji pracy

1. Uczestnik konkursu przygotowuje koncepcję kreatywną kampanii promocyjnej programu Młodzi w Łodzi, zachęcającej do studiowania w Łodzi, rozumianą jako propozycję działań składających się na całościową wizję kampanii (w tym w szczególności działania outdoorowe i działania w Internecie) oraz propozycję projektów graficznych linii kreatywnej w wersji elektronicznej. Dostarczone projekty graficzne powinny zawierać przynajmniej trzy różne propozycje layoutu nośnika typu billboard.
2. Uczestnik konkursu do przygotowania pracy konkursowej, w szczególności do zaprojektowania działań w internecie może wykorzystać dostępne na stronie internetowej www.mlodziwlodzi.pl/freedom filmiki nagrodzone w dwóch dotychczasowych edycjach konkursu FreeDOM dla Studenta.
3. Uczestnik przedstawi wraz z projektem krótki opis - idea.
4. Uczestnik składa pracę konkursową wraz z informacją o planowanych łącznych kosztach wykonania prac realizowanych na podstawie pracy konkursowej. Zakres prac jest ustalony w postanowieniach niniejszego regulaminu oraz w załącznikach do niego.
5. Dodatkowe wymagania w zakresie prac konkursowych:
 - a) nadesłanie pracy oznacza akceptację przez Uczestników warunków niniejszego regulaminu,



- b) na konkurs Uczestnik składać może jedynie projekt własnego autorstwa, lub takie projekty, do których nabył całość autorskich praw majątkowych wraz z uprawnieniem do modyfikacji i do wykonywania praw zależnych w zakresie projektu zmodyfikowanego.
- c) praca nie może naruszać praw autorskich innych osób,
- d) zwycięzca konkursu przenosi wszelkie prawa autorskie na wszystkich polach eksploatacji, w szczególności prawo korzystania z przedmiotu umowy i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji, a w szczególności prawo do: utrwalania, zwielokrotnienia określoną techniką, wprowadzenia do obrotu, wprowadzenia do pamięci komputera, publicznego wykonania albo publicznego odtworzenia, wystawienia, wyświetlenia i inne podobne prawa dotyczące swoich projektów na rzecz Organizatora,
- e) złożone prace konkursowe nie podlegają zwrotowi.

§ 8.

Sposób porozumiewania się zamawiającego z Uczestnikami konkursu

1. Wszelkiego rodzaju oświadczenia, wnioski, zawiadomienia, informacje itp. (dalej, zbiorczo: „Korespondencja”) Zamawiający i Uczestnicy przekazują pisemnie w formie elektronicznej.
2. Korespondencję uważa się za złożoną w terminie, jeżeli jej treść dotarła do Zamawiającego przed upływem terminu w taki sposób, że mógł on zapoznać się z jej treścią.
Osobą uprawnioną do porozumiewania się z Wykonawcami jest:

Justyna Kowalska-Grzegory

Inspektor w Biurze Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy

Departamencie Strategii i Rozwoju Urzędu Miasta Łodzi

tel. 42 638 59 28 / 609 39 29 78

e-mail: j.grzegory@uml.lodz.pl

§ 9.

Skład Sądu Konkursowego

1. **Wojciech Rosicki** – Dyrektor Departamentu Strategii i Rozwoju Urzędu Miasta Łodzi,
2. **Agnieszka Sińska** – p.o. Dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy Urzędu Miasta Łodzi,
3. **Bartłomiej Wojdak** – Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą Urzędu Miasta Łodzi,
4. **Grzegorz Gawlik** – Dział Promocji Politechniki Łódzkiej,
5. **Michał Kędziński** – Dyrektor Centrum Promocji Uniwersytetu Łódzkiego,
6. **Przemysław Witkowski** – Partner w Agencji Public Relations 3PR,
7. **Justyna Kowalska-Grzegory** – Inspektor w Biurze Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy.



§ 10.

Miejsce i termin składania prac konkursowych

1. Prace konkursowe powinny być przesłane przez Uczestników drogą elektroniczną na adres mailowy j.grzegory@uml.lodz.pl w terminie do dnia **5 marca 2012 r. do godz. 12.00**, z wpisaniem w tytule maila hasłem „Konkurs na koncepcję kampanii promocyjnej Młodzi w Łodzi”
2. Prace konkursowe złożone po terminie, o którym mowa w ust. 1, zostaną zwrócone Uczestnikom konkursu.
3. Nie będą rozpatrywane prace konkursowe, które zostały opracowane w sposób uniemożliwiający identyfikację ich autorów.
4. Prace konkursowe, sporządzone zgodnie z niniejszym Regulaminem, zostaną ocenione w oparciu o kryteria opisane w § 11 Regulaminu.

§ 11.

Kryteria oceny oraz waga kryteriów oceny

Sąd Konkursowy dokona oceny prac konkursowych zgodnie z następującymi kryteriami, przyznając punkty w każdym kryterium oceny:

- a) kreatywność, komunikatywność, oryginalny charakter projektu, max. 50 pkt.
- b) zgodność z ideą projektu, max. 25 pkt
- c) walory wizualne projektu, max. 15 pkt
- d) estetyka, max. 10 pkt

Zadaniem Sądu Konkursowego jest ocena nadesłanych prac oraz wyłonienie jednego zwycięzcy konkursu.

§ 12.

Rodzaj i wysokość nagród

1. Nagrodą w konkursie będzie zaproszenie do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki na opracowanie projektów graficznych nośników reklamowych zaproponowanych w koncepcji kreatywnej kampanii przedstawionej przez zwycięzcę konkursu.
2. Maksymalna wartość brutto wynagrodzenia Uczestnika – zwycięzcy konkursu w ramach zawartej umowy nie może przekroczyć kwoty **35.000,00 PLN**.

§ 13.

Rozstrzygnięcie konkursu i sposób podania do publicznej wiadomości wyników konkursu oraz termin zaproszenia do negocjacji.

1. Sąd Konkursowy rozstrzyga konkurs, dokonując wyboru najlepszej pracy konkursowej i przyznaje nagrodę – zaproszenie do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki zwycięzcy konkursu (autora/autorów nagrodzonej pracy).

2. Nagroda zostanie przyznana pracy konkursowej, która otrzyma największą liczbę punktów, według kryteriów oceny określonych w Regulaminie.
3. Rozstrzygnięcia Sądu Konkursowego są ostateczne i nie przysługuje od nich odwołanie.
4. O wynikach konkursu wszyscy jego Uczestnicy zostaną powiadomieni niezwłocznie po ich ustaleniu. W informacji Zamawiający poda imię i nazwisko albo nazwę (firmę) oraz adres i miejsce zamieszkania (siedzibę) autora albo autorów wybranej pracy konkursowej.
5. Organizator konkursu nie przewiduje wypłacenia nagród pieniężnych lub wydania nagrody rzeczowej.
6. Zamawiający zaprosi zwycięzcę konkursu (autora wybranej pracy) do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki w terminie nie dłuższym niż 15 dni od dnia ustalenia wyników konkursu.
7. Wynagrodzenie w ramach umowy zawartej w trybie z wolnej ręki stanowi jednocześnie wynagrodzenie za przeniesienie na rzecz Zamawiającego autorskich praw majątkowych i pokrewnych, w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jednolity Dz. U z 2006 r. Nr 90, poz. 631 z późn. zm.) do wybranej pracy konkursowej, w zakresie określonym w niniejszym Regulaminie.
8. Wynagrodzenie będzie płatne po wykonaniu wszystkich założonych projektów graficznych.
9. Sąd Konkursowy ma prawo nie przyznać nagrody żadnemu Uczestnikowi i nie rozstrzygnąć konkursu, jeżeli stwierdzi, że żadna ze złożonych prac nie odpowiada założeniom i celom konkursu oraz wymaganiom co do projektu ustalonym w niniejszym Regulaminie.
10. Decyzja o nieprzyznaniu nagrody i nierozstrzygnięciu konkursu podejmowana jest większością głosów członków Sądu Konkursowego.
11. Wyniki konkursu zostaną podane do wiadomości publicznej na stronie internetowej Biuletynu Informacji Publicznej (<http://bip.uml.lodz.pl/>) oraz www.mlodziwlodzi.pl. Zwycięzca konkursu zostanie poinformowany o zwycięstwie także drogą mailową oraz telefonicznie.

§ 14.

Pouczenie o środkach ochrony prawnej

1. W toku postępowania konkursowego przysługują środki ochrony prawnej określone w Ustawie. Środki ochrony prawnej przysługują Uczestnikom konkursu, a także innym osobom, jeżeli ich interes prawny w uzyskaniu zamówienia doznał lub może doznać uszczerbku w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów Ustawy.



Załączniki:

Załącznik nr 1 – Brief kampanii promocyjnej programu Młodzi w Łodzi;

Załącznik nr 2 – Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu oraz oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia;

Załącznik nr 3 – Wykaz usług;

Załącznik nr 4 – Projekt umowy.