

Dąbrowa Górnicza: Organizacja mety 72. Wyścigu kolarskiego Tour de Pologne UCI World Tour oraz imprezy sportowej Nutella Mini Tour de Pologne - 3 sierpnia 2015 r.

Numer ogłoszenia: 49425 - 2015; data zamieszczenia: 09.04.2015

OGŁOSZENIE O ZAMIARZE ZAWARCIA UMOWY - Usługi

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

I. 1) NAZWA I ADRES: Gmina Dąbrowa Górnicza, ul. Graniczna 21, 41-300 Dąbrowa Górnicza, woj. śląskie, tel. 32 2956700, faks 32 2625032, 2956700 , strona internetowa bip.dabrowa-gornicza.pl

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Administracja samorządowa.

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Organizacja mety 72. Wyścigu kolarskiego Tour de Pologne UCI World Tour oraz imprezy sportowej Nutella Mini Tour de Pologne - 3 sierpnia 2015 r..

II.2) Rodzaj zamówienia: Usługi.

II.3) Określenie przedmiotu oraz wielkości lub zakresu zamówienia: Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego w trybie z wolnej ręki zgodnie z art. 67 ust. 1 pkt 1) lit. b) ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U z 2013 r., poz. 907 z późn. zm). o wartości poniżej 207.000,00 EUR. Przedmiotem zamówienia jest organizacja Organizacja mety 72. Wyścigu kolarskiego Tour de Pologne UCI World Tour oraz imprezy sportowej Nutella Mini Tour de Pologne - 3 sierpnia 2015 r. 1. LANG TEAM Sp. z o.o. oświadcza że Wyścig odbędzie się na wysokim poziomie sportowym, a także zapewni obsługę medialną na poziomie adekwatnym do skali międzynarodowej wydarzenia, jakim jest Tour de Pologne UCI World Tour. 2. LANG TEAM Sp. z o.o. zobowiązuje się do wykonania własnym staraniem i na własną odpowiedzialność następujących działań: wizji lokalnych w miejscu mety oraz na trasach prowadzących przez Miasto. Podczas tych wizji przedstawiciel Organizatora ustali z upoważnionymi przedstawicielami Miasta przebieg trasy przez miasto, dokładne miejsce mety, rozmieszczenie elementów konstrukcji/scenografii Tour de Pologne (zgodnie z wymogami Międzynarodowej Federacji Kolarskiej UCI oraz wymogami technicznymi i prawnymi związanymi z transmisją telewizyjną) oraz przekaże wszystkie odpowiednie dyspozycje techniczne, zgodnie z którymi Miasto powinno postępować w celu zagwarantowania pomyślnej realizacji Wyścigu. 3. Zorganizowanie uroczystej prezentacji Tour de Pologne, podczas której Miasto zostanie zaprezentowane jako współorganizator etapu Wyścigu. 4. Promocja Miasta podczas organizowanych konferencji prasowych. 5. Zamieszczenie przez Organizatora herbu/logo Miasta, wraz z aktywnym linkiem do strony Miasta, na oficjalnej stronie internetowej Lang Team poświęconej Wyścigowi. 6. Promocja Miasta w mediach ogólnopolskich współpracujących z Organizatorem, które otrzymały status Patrona Medialnego: 6.1 Telewizja Polska: a) Bezpośrednia relacja z każdego etapu Wyścigu w Telewizji Polskiej, średni czas transmisji z etapu wynosi 90 min. Transmisja na żywo pokazująca, przy użyciu najnowocześniejszej techniki telewizyjnej (helikoptery i motory z kamerami

beprzewodowymi) rywalizację sportową oraz walory turystyczne Miasta. b) Codzienne kroniki z każdego etapu Wyścigu w programie TVP 1 - średni czas minimum 2 minuty (emisja po głównym wydaniu Wiadomości). c) Informacje z każdego etapu Wyścigu w wiadomościach sportowych Telewizji Polskiej: TVP 1, TVP 2, TVP Info, TVP Sport. d) Zwiastuny emitowane przed rozpoczęciem Wyścigu w zapowiedziach programowych TVP 1, TVP Sport, TVP Info, TVP Regionalna. 6.2 Radio ogólnopolskie: a) Polskie Radio Program Pierwszy, Radiowa Trójka i Czwórka: spoty 30-sekundowe Wyścigu w zapowiedziach radiowych, w spotach emitowanych przed Wyścigiem wymienienie nazwy Miasta mety etapu. b) Wejścia na żywo z etapu Wyścigu oraz relacje w wiadomościach sportowych Programu 1 Polskiego Radia. 6.3 Prasa: 1. Przegląd Sportowy: zapowiedzi Wyścigu w formie reklam z uwzględnieniem Miast etapowych, informacje redakcyjne, sprawozdania z każdego etapu oraz podsumowanie Wyścigu. 2. Grupa Polskاپresse (dzienniki regionalne Polska The Times: Dziennik Zachodni, Głos Wielkopolski, Dziennik Bałtycki, Gazeta Krakowska, Gazeta Wrocławska, Dziennik Łódzki, Kurier Lubelski, Metropolia Warszawska): promocja, zapowiedzi, relacje z Wyścigu. Publikacje modułów reklamowych z uwzględnieniem Miast etapowych. 3. Współpraca z magazynami branżowymi, w tym publikacje plakatu Wyścigu, w ilości ustalonej w terminie do 15 maja 2015r. 6.4 Internet: a) Onet.pl - odsłonowa kampania reklamowa przed rozpoczęciem Wyścigu na stronie głównej i sportowej portalu. Przeprowadzenie kampanii mailingowej w domenie poczta.onet.pl (kryteria: zainteresowania sport i rekreacja) z uwzględnieniem Miast etapowych. Relacja z każdego dnia Wyścigu, zapowiedzi i podsumowania, wywiady, materiały video, umieszczenie logotypu lub herbu Miasta w specjalnym serwisie dedykowanym Wyścigowi. b) Transmisja na żywo, przekaz interaktywny na stronie www.sport.tvp.pl. c) Współpraca z branżowymi patronami Internetowymi np.: bikeWorld.pl, S24.pl. 6.5 Kino Cinema City Emisja 1-minutowego spotu promującego Wyścig oraz trasę z uwzględnieniem Miast etapowych przed każdym filmem wyświetlanym w sieci 36 kin Cinema City. Sześciotygodniowa kampania na 340 ekranach w całym kraju. Dodatkowo emisja spotu w holach kin na ekranach plazmowych. 6.6 Billboardy Miesięczna kampania billboardowa promująca Tour de Pologne z uwzględnieniem Miast etapowych na ekranach Cityboard Media o wymiarach 6 x 3 m. 6.7 Promocji Miasta w mediach regionalnych współpracujących z Organizatorem, które otrzymały status Partnera Medialnego: 6.7.1 Radio regionalne: a) Spoty 30 sekundowe emitowane co najmniej 5 dni przed rozpoczęciem Wyścigu. W spotach radiowych wymienienie nazwy Miasta mety etapu. b) Sprawozdania i relacje z danego etapu Wyścigu. 6.7.2 Prasa regionalna i portale Internetowe: Zapowiedzi i relacje z etapu Wyścigu. 7. Zaproszenie Prezydenta/Burmistrza Miasta do Honorowego Komitetu Organizacyjnego Tour de Pologne, którego skład będzie umieszczony w oficjalnym folderze Wyścigu oraz na stronie internetowej Organizatora. 8. Zapewnienie Miastu miejsca do ustawienia stoiska promocyjnego podczas uroczystej prezentacji Wyścigu. Przygotowanie animacji trasy z nazwami Miast etapowych emitowanej w programach poświęconych Tour de Pologne w Telewizji Polskiej np. kroniki wieczorne, newsy. 9. Przygotowanie animacji trasy w wersji z tzw. Wizytówką Miasta zaprezentowaną na konferencji prasowej oraz wykorzystaną przez media współpracujące z organizatorem. 10. Umieszczenie nazwy Miasta etapowego na przygotowanych i wyprodukowanych przez Organizatora materiałach reklamowo-promocyjnych Wyścigu w tym na/w: a) oficjalnych folderach, b) plakatach, c) identyfikatorach, d) mapach trasy Tour de Pologne, e) mapach danego etapu. 11. Umieszczenie w oficjalnym folderze Wyścigu informacji o Mieście wraz z dwoma zdjęciami w rozdzielczości 300 dpi (które zostaną przekazane wraz z prawami autorskimi). Materiały prześle Organizatorowi Miasto do dn. 2

marca 2015 r. Tekst w wersji elektronicznej Miasto przygotowuje w dwóch wersjach językowych (polski, angielski), z których każda nie będzie zawierała więcej niż 1800 znaków. 12. Umieszczenie nazwy Miasta etapowego na mapach i w przekroju wysokościowym danego etapu. Materiały zostaną zaprezentowane w mediach współpracujących z Organizatorem. 13. Wyświetlanie herbu lub logotypu Miasta na ekranie LED ustawionym na podium do dekracji zwycięzców, pomiędzy dekoracjami poszczególnych klasyfikacji danego etapu Wyścigu. Dodatkowo wyświetlanie herbu lub logotypu Miasta na bandach LED ustawionych przed podium. 14. Umieszczenie herbu lub logotypu Miasta na bramie Mety danego etapu Wyścigu. Brama i grafiki na bramę zostaną wyprodukowane przez Organizatora. 15. Umieszczenie herbu lub logotypu Miasta na ekranie do wywiadów, wyprodukowanym przez Organizatora. 16. Umieszczenie herbu lub logotypu Miasta na słupie reklamowym, ustawionym w miasteczku sponsorskim. Słup i grafiki zostaną wyprodukowane przez Organizatora. 17. Umożliwienie Miastu ustawienia 4 szt. balonów reklamowych (do wysokości 4,3 m) z herbem / logotypem / nazwą Miasta etapowego na rundzie końcowej etapu Wyścigu (w miejscach wskazanych przez przedstawiciela Organizatora). 18. Umożliwienie Miastu ekspozycji 10 szt. bannerów reklamowych (o wym. 5 x 0,8 m) z herbem / logotypem / nazwą Miasta etapowego na płótkach wygradzeniowych zabezpieczających rundę końcową etapu Wyścigu. Bannery zostaną dostarczone Organizatorowi i użyczone na czas trwania etapu Wyścigu. 19. Umożliwienie Miastu ekspozycji 10 szt. tablic reklamowych (o wym. 2 x 1 m) z herbem / logotypem / nazwą Miasta etapowego na płótkach wygradzeniowych etapu Wyścigu. Tablice (folia naklejona na płyty, polipropylen kanalikowy 5 mm) zostaną dostarczone Organizatorowi i użyczone na czas trwania etapu Wyścigu. 20. Umożliwienie Miastu ekspozycji 1 szt. banneru reklamowego (o wym. 15 x 1 m) z herbem / logotypem / nazwą Miasta etapowego na trybunie honorowej, ustawianej przy mecie etapu Wyścigu. Banner zostanie dostarczony Organizatorowi i użyczony na czas trwania etapu Wyścigu. 21. Umożliwienie Miastu ekspozycji 4 szt. flag reklamowych z herbem / logotypem / nazwą Miasta etapowego umieszczonych na trybunie honorowej, ustawianej przy mecie etapu Wyścigu. Flagi zostaną dostarczone Organizatorowi i użyczone na czas trwania etapu Wyścigu. 22. Umożliwienie Miastu ustawienia stoiska promocyjnego Miasta na starcie i mecie danego etapu Wyścigu, w miejscach wskazanych przez przedstawiciela Organizatora. 23. Przekazanie Miastu sprawozdania z wykonanych usług promocyjnych do dnia 15 września 2015 r. wraz z dokumentacją fotograficzną etapu Wyścigu..

II.4) Wspólny Słownik Zamówień (CPV): 92.60.00.00-7, 92.62.20.00-7.

II.5) Szacunkowa wartość zamówienia (bez VAT): jest mniejsza niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy.

SEKCJA III: PROCEDURA

Tryb udzielenia zamówienia: Zamówienie z wolnej ręki

1. Podstawa prawna

Postępowanie wszczęte zostało na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych.

2. Uzasadnienie wyboru trybu

Przedmiotem zamówienia są usługi w zakresie organizowania wydarzeń sportowych, świadczone przez

jedynego wykonawcę, polegające na organizacji i przeprowadzeniu mety 3 etapu 72. wyścigu kolarskiego Tour de Pologne UCI World Tour w Dąbrowie Górniczej, w terminie 03 sierpnia 2015 roku. Zamówienie udzielone będzie w trybie zamówienia z wolnej ręki zgodnie z art. 66 Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U.z 2013r. Nr 907, z późn. zm. zwanej dalej ustawą), na podstawie art. 67 ust. 1 pkt. 1b, gdzie Zamawiający może udzielić zamówienia z wolnej ręki, jeżeli usługi mogą być świadczone tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn związanych z ochroną praw wyłącznych, wynikających z odrębnych przepisów. Przedmiotowe zamówienie można uzyskać tylko od jednego wykonawcy, tj. Lang Team Sp. z o.o. z uwagi na fakt, że Lang Team Sp. z o.o. jest wyłącznym organizatorem wyścigu tej rangi w Polsce. W ramach przedmiotowego zamówienia zostanie zawarta umowa z Lang Team Sp. z o. o na organizację mety 3 etapu 72. wyścigu kolarskiego Tour de Pologne UCI World Tour, który odbędzie się w dniu 03 sierpnia 2015 roku w Dąbrowie Górniczej. Lang Team Sp. z o.o. jest wyłącznym organizatorem w/w przedsięwzięcia sportowego, jest autorem i pomysłodawcą cyklu wyścigu Tour de Pologne w Polsce i od lat jest jednym organizatorem w/w imprezy sportowej. Scenariusz imprezy jest autorską koncepcją Lang Team Sp. z o. o w związku z tym podlega ochronie praw wyłącznych, a zatem wykorzystanie go podczas imprez jest możliwe jedynie po zawarciu umowy z Wykonawcą, tj. Lang Team Sp. z o.o. Ponadto, Lang Team Sp. z o. o posiada ogromne doświadczenie w zakresie organizacji imprez sportowych tak dużej rangi a także wykwalifikowany personel organizacyjny oraz profesjonalne zaplecze techniczne, czyli spełnia niezbędne warunki do organizacji w/w zawodów sportowych.

SEKCJA IV: UDZIELENIE ZAMÓWIENIA

NAZWA I ADRES WYKONAWCY KTÓREMU ZAMAWIAJĄCY ZAMIERZA UDZIELIĆ ZAMÓWIENIA

Lang Team Sp. z o.o, ul. Pachnąca 81, 02-792 Warszawa, kraj/woj. mazowieckie.