



Informacja o wyborze najkorzystniejszej oferty¹

Zamawiający informuje, że w postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem jest **Realizacja kampanii edukacyjno-informacyjnych na rzecz upowszechniania korzyści z technologii cyfrowych**, numer postępowania **PN-26/2022**, jako najkorzystniejszą wybrano ofertę złożoną przez Wykonawcę:

Fabryka Komunikacji Społecznej s.c.
Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz
ul. Filtrowa 75/22
02-032 Warszawa

Uzasadnienie prawne:

Wyboru oferty najkorzystniejszej dokonano zgodnie z art. 239 ust 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129, z późn. zm.):

„1. Zamawiający wybiera najkorzystniejszą ofertę na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w dokumentach zamówienia.”.

Uzasadnienie faktyczne:

Oferta nie podlega odrzuceniu i uzyskała największą łączną liczbę punktów (tj. 74,21) w kryteriach oceny ofert określonych w SWZ.

Wybrana oferta odpowiada wymaganiom określonym przez Zamawiającego w SWZ.

Wykonawca nie podlega wykluczeniu i spełnia warunki udziału w postępowaniu.

Poniżej w tabeli szczegółowe zestawienie oceny złożonych ofert:

Lp.	Wykonawca	Kryterium i waga w %	Otrzymana liczba punktów w poszczególnych kryteriach
1	Bringmore Advertising Sp. z o.o. ul. Armii Krajowej 9A	1. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. e-usług publicznych (K1) – 28%, w tym: 1.1 Pomysł na kampanię - 14% 1.2 Pomysł na hasło/a i graficzny motyw przewodni kampanii (key visual) - 10%	17,66 9,33 5

¹ art. 253 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129, z późn. zm.)



41-506 Chorzów Oferta nr 1	1.3 Przykładowy artykuł sponsorowany zachęcający do korzystania z aplikacji mObywatel - 4%	3,33	
	2. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K2) – 26%, w tym: 2.1 Pomysł na kampanię – 12% 2.2 Pomysł hasło/a i graficzny motyw przewodni / key visual kampanii – 10% 2.3 Przykładowy artykuł sponsorowany informujący o zagrożeniach w sieci związanych z fałszywymi stronami internetowymi – 4%	15 6 5 4	
	3. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. e-usług publicznych (K3) – 9%, w tym: 3.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4% 3.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora - 5%	3,17 0,67 2,5	
	4. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K4) – 9%, w tym: 4.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4% 4.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora – 5%	4,66 1,33 3,33	
	5. Propozycja koncepcji działań uzupełniających zaproponowanych przez Wykonawcę (KU) – 4%	4	
	6. Wysokość upustów za pośrednictwem w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (UP) – 5%	4,83	
	7. Wysokość prowizji za pośrednictwem w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (PP) – 2%	1,50	
	8. Wysokość prowizji za obsługę emisji kampanii reklamowych w internecie (PI) – 5%	2	
	9. Wysokość prowizji za zakup i dostarczenie materiałów edukacyjnych i kreatywnych (PK) – 2%	2	
	10. Cena całkowita oferty brutto (C) – 10%	7,80	
	łącznie liczba punktów	62,62	
2	MASTERMIND MEDIA Sp. z o.o. Al. Jerozolimskie 94 00-807 Warszawa FAT BABY	1. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. e-usług publicznych (K1) – 28%, w tym: 1.1 Pomysł na kampanię - 14% 1.2 Pomysł na hasło/a i graficzny motyw przewodni kampanii (key visual) - 10%	10,67 4,67 3,33

	Sp. Z o.o. ul. Wiejska 17/10 00-480 Warszawa Oferta nr 2	1.3 Przykładowy artykuł sponsorowany zachęcający do korzystania z aplikacji mObywatel - 4%	2,67
		2. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K2) – 26%, w tym:	10,66
		2.1 Pomysł na kampanię – 12%	6
		2.2 Pomysł hasło/a i graficzny motyw przewodni / key visual kampanii – 10%	3,33
		2.3 Przykładowy artykuł sponsorowany informujący o zagrożeniach w sieci związanych z fałszywymi stronami internetowymi – 4%	1,33
		3. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. e-usług publicznych (K3) – 9%, w tym:	3,83
		3.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4%	1,33
		3.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora - 5%	2,5
		4. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K4) – 9%, w tym:	3,83
		4.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4%	1,33
		4.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora – 5%	2,5
5. Propozycja koncepcji działań uzupełniających zaproponowanych przez Wykonawcę (KU) – 4%	2,67		
6. Wysokość upustów za pośrednictwo w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (UP) – 5%	4,03		
7. Wysokość prowizji za pośrednictwo w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (PP) – 2%	1		
8. Wysokość prowizji za obsługę emisji kampanii reklamowych w internecie (PI) – 5%	3		
9. Wysokość prowizji za zakup i dostarczenie materiałów edukacyjnych i kreatywnych (PK) – 2%	0		
10. Cena całkowita oferty brutto (C) – 10%	6,16		
łącznie liczba punktów		45,85	
3	APLAN MEDIA Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością ul. Wróblewskiego	1. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. e-usług publicznych (K1) – 28%, w tym: 1.1 Pomysł na kampanię - 14% 1.2 Pomysł na hasło/a i graficzny motyw przewodni kampanii (key visual) - 10%	13,00 7,00 3,33

18 93-578 Łódź Oferta nr 4	1.3 Przykładowy artykuł sponsorowany zachęcający do korzystania z aplikacji mObywatel - 4%	2,67	
	2. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K2) – 26%, w tym: 2.1 Pomysł na kampanię – 12% 2.2 Pomysł hasła/a i graficzny motyw przewodni / key visual kampanii – 10% 2.3 Przykładowy artykuł sponsorowany informujący o zagrożeniach w sieci związanych z fałszywymi stronami internetowymi – 4%	13,67 6 5 2,67	
	3. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. e-usług publicznych (K3) – 9%, w tym: 3.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4% 3.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora - 5%	3,67 2 1,67	
	4. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K4) – 9%, w tym: 4.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4% 4.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora – 5%	5,33 2 3,33	
	5. Propozycja koncepcji działań uzupełniających zaproponowanych przez Wykonawcę (KU) – 4%	3,33	
	6. Wysokość upustów za pośrednictwem w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (UP) – 5%	4,59	
	7. Wysokość prowizji za pośrednictwem w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (PP) – 2%	2	
	8. Wysokość prowizji za obsługę emisji kampanii reklamowych w internecie (PI) – 5%	4,5	
	9. Wysokość prowizji za zakup i dostarczenie materiałów edukacyjnych i kreatywnych (PK) – 2%	2	
	10. Cena całkowita oferty brutto (C) – 10%	10	
	łącznie liczba punktów	62,09	
4	Fabryka Komunikacji Społecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz	1. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. e-usług publicznych (K1) – 28%, w tym: 1.1 Pomysł na kampanię - 14% 1.2 Pomysł na hasło/a i graficzny motyw przewodni kampanii (key visual) - 10%	20 9,33 6,67

	Stankiewicz ul. Filtrowa 75/22 02-032 Warszawa Oferta nr 5	1.3 Przykładowy artykuł sponsorowany zachęcający do korzystania z aplikacji mObywatel - 4%	4,00
		2. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K2) – 26%, w tym:	20
		2.1 Pomysł na kampanię – 12%	10
		2.2 Pomysł hasła/a i graficzny motyw przewodni / key visual kampanii – 10%	6,67
		2.3 Przykładowy artykuł sponsorowany informujący o zagrożeniach w sieci związanych z fałszywymi stronami internetowymi – 4%	3,33
		3. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. e-usług publicznych (K3) – 9%, w tym:	7
		3.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4%	2
		3.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora - 5%	5
		4. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K4) – 9%, w tym:	8,33
		4.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4%	3,33
4.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora – 5%	5		
5. Propozycja koncepcji działań uzupełniających zaproponowanych przez Wykonawcę (KU) – 4%	2,67		
6. Wysokość upustów za pośrednictwo w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (UP) – 5%	5		
7. Wysokość prowizji za pośrednictwo w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (PP) – 2%	1,50		
8. Wysokość prowizji za obsługę emisji kampanii reklamowych w internecie (PI) – 5%	0,50		
9. Wysokość prowizji za zakup i dostarczenie materiałów edukacyjnych i kreatywnych (PK) – 2%	1,50		
10. Cena całkowita oferty brutto (C) – 10%	7,71		
Łączna liczba punktów		74,21	
5	Althermedia Sp. z o.o. Sp.k. Al. Niepodległości	1. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. e-usług publicznych (K1) – 28%, w tym: 1.1 Pomysł na kampanię - 14%	15,67 7

210 lok. 25 00-608 Warszawa Oferta nr 6	1.2 Pomysł na hasło/a i graficzny motyw przewodni kampanii (key visual) - 10%	6,67
	1.3 Przykładowy artykuł sponsorowany zachęcający do korzystania z aplikacji mObywatel - 4%	2
	2. Propozycja koncepcji realizacji kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K2) – 26%, w tym:	17,34
	2.1 Pomysł na kampanię – 12%	8
	2.2 Pomysł hasło/a i graficzny motyw przewodni / key visual kampanii – 10%	6,67
	2.3 Przykładowy artykuł sponsorowany informujący o zagrożeniach w sieci związanych z fałszywymi stronami internetowymi – 4%	2,67
	3. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. e-usług publicznych (K3) – 9%, w tym:	4,5
	3.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4%	2
	3.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora - 5%	2,5
	4. Pomysł na zaangażowanie ambasadora do kampanii nt. cyberbezpieczeństwa (K4) – 9%, w tym:	7
	4.1 Rekomendacja ambasadora/-ów – 4%	2
	4.2 Pomysł na realizację spotu telewizyjnego z udziałem ambasadora – 5%	5
5. Propozycja koncepcji działań uzupełniających zaproponowanych przez Wykonawcę (KU) – 4%	0,67	
6. Wysokość upustów za pośrednictwo w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (UP) – 5%	4,96	
7. Wysokość prowizji za pośrednictwo w zakupie powierzchni reklamowej w prasie i działań prasowych (PP) – 2%	2	
8. Wysokość prowizji za obsługę emisji kampanii reklamowych w internecie (PI) – 5%	5	
9. Wysokość prowizji za zakup i dostarczenie materiałów edukacyjnych i kreatywnych (PK) – 2%	0	
10. Cena całkowita oferty brutto (C) – 10%	6,23	
Łączna liczba punktów	63,37	

Ponadto w przedmiotowym postępowaniu ofertę złożyli Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia:

Euvic Media Sp. z o.o.

ul. Czerska 12

00-732 Warszawa

Agencja reklamowa dsk Sp. z o.o.

ul. Niedźwiedzia 10

02-737 Warszawa

Agata Kurek - Stec

/podpisano elektronicznie/