



Warszawa, dnia 03.11.2022 r.

INFORMACJA O WYNIKACH POSTĘPOWANIA oraz ODRZUCENIU OFERT

Dotyczy: znak sprawy: O.OZP.260.115.9.2022, postępowanie na „Przygotowanie założeń i przeprowadzenie Kampanii społecznej na temat szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych z Programu Szczepień Ochronnych (dalej PSO) ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV (wirus brodawczaka ludzkiego) wśród rodziców oraz nastolatków (dalej Kampania) oraz utrzymaniu działalności, modernizacji i promocji portalu Szczepienia.info (<https://szczepienia.pzh.gov.pl>), w tym modernizacji istniejących i wdrożeniu nowych funkcjonalności portalu oraz publikowaniu nowych treści merytorycznych promujących szczepienia w mediach społecznościowych”

Na podstawie art. 253 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych Zamawiający - Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy informuje, że w przedmiotowym dokonał wyboru najkorzystniejszej oferty oraz odrzucił oferty.

I. Najkorzystniejszą ofertę:

a) złożył Wykonawca:

Grupa Artemis spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

ul. Fabryczna 9 lok. 3

00-446 Warszawa (oferta nr 3)

który zaoferował realizację zamówienia w następującej cenie oraz wstępnej koncepcji kampanii:

• **netto: 597 950,00 zł brutto: 735 478,50 zł**

w tym:

Modernizacja i utrzymanie strony www: 38 376,00 zł brutto

Obsługa mediów społecznościowych: 320 415,00 zł brutto

Przygotowanie i wdrożenie bazy wiedzy: 94 095,00 zł brutto

Organizacja Kampanii społecznej (przygotowanie i przeprowadzenie Kampanii z wyłączeniem zakupu mediów konwencjonalnych): 199 875,00 zł brutto

Organizacja Kampanii społecznej (zakup mediów konwencjonalnych): 82 717,50 brutto

• **wstępna koncepcja kampanii: TAK, w tym:**

a) zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii i key messages z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 8 pkt;

b) atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii i key messages dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 8 pkt;

c) atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 8 pkt;



Uzasadnienie wyboru:

Zamawiający dokonał wyboru oferty przy zastosowaniu kryterium: „cena = 70% oraz wstępna koncepcja kampanii = 30%”.

Wykonawca uzyskał najwyższą punktację = 94,00 pkt.

II. W postępowaniu złożono 4 oferty, których zbiorcze zestawienie cen i uzyskanej punktacji, w kryterium określonym w SWZ oraz ogłoszeniu o zamówieniu tj. „Cena = 70% i wstępna koncepcja kampanii=30%” przedstawia poniższa tabelka tj.:

II. W postępowaniu złożono 4 oferty, których zbiorcze zestawienie cen i uzyskanej punktacji, w kryterium określonym w SWZ oraz ogłoszeniu o zamówieniu tj. „Cena = 70% i wstępna koncepcja kampanii=30%” przedstawia poniższa tabelka tj.:

Numer oferty	Nazwa (firma) i adres wykonawcy	Cena	Liczba punktów w kryterium cena	Wstępna koncepcja kampanii	Liczba punktów w kryterium wstępna koncepcja kampanii	Liczba punktów razem
1	TARRAYA S.A. ul. Głogowska 108/6 60-263 Poznań	netto: 661 622,01 zł brutto: 813 795,07 zł			<i>Oferta odrzucona</i>	
2	Konsorcjum Agencja Reklamowa dsk sp z. o.o. – lider Konsorcjum ul. Niedźwiedzia 10 02-737 Warszawa Euvic Media Sp z o.o. – partner Konsorcjum ul. Czerska 12 00-732 Warszawa	netto: 639 790,00 zł brutto: 786 941,70 zł	65,42	TAK	Ilość pkt Razem: 24 Ilość Przyznanych pkt za: a) zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii i key messages z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 8 b) atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii i key messages dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 8 c) atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 8	89,42
3	Grupa Artemis spółka z ograniczoną odpowiedzialnością ul. Fabryczna 9 lok. 3 00-446 Warszawa	netto: 597 950,00 zł brutto: 735 478,50 zł	70,00	TAK	Ilość pkt Razem: 24 pkt Ilość Przyznanych pkt za: a) zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii i key messages z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 8 pkt b) atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii i key messages dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 8 pkt c) atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 8 pkt	94,00



4	APLAN MEDIA Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością ul. Wróblewskiego 18 93-578 Łódź	netto: 658 900,00 zł brutto: 810 447,00 zł	63,52	TAK	<p>Ilość pkt Razem: 28</p> <p>Ilość Przyznanych pkt za:</p> <p>a) zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii i key messages z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 8 pkt</p> <p>b) atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii i key messages dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 10 pkt</p> <p>c) atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 10 pkt</p>	91,52
5	Fabryka Marketingu Sp. z o.o. ul. Ratuszowa 11 03-450 Warszawa	netto: 547 000,00 zł brutto: 672 810,00 zł	Oferta odrzucona			

II. Z postępowania nie wykluczono żadnego Wykonawcy.

III. W postępowaniu odrzucono następujące oferty:

a) ofertę nr 1, złożoną przez Wykonawcę:

TARRAYA S.A.

ul. Głogowska 108/6

60-263 Poznań

Uzasadnienie faktyczne:

„Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli: jej treść jest niezgodna z warunkami zamówienia”;

Podstawa prawna:

art. 226 ust. 1 pkt. 5) ustawy z dnia 11 września 2019 Prawo zamówień publicznych.

b) ofertę nr 5, złożoną przez Wykonawcę:

Fabryka Marketingu Sp. z o.o.

ul. Ratuszowa 11

03-450 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne:

„Zamawiający odrzuca ofertę, jeżeli: jej treść jest niezgodna z warunkami zamówienia”;

Podstawa prawna:

art. 226 ust. 1 pkt. 5) ustawy z dnia 11 września 2019 Prawo zamówień publicznych.

IV. UNIEWAŻNIENIE POSTĘPOWANIA:

Zamawiający nie unieważnia przedmiotowego postępowania.

V. Zamawiający informuje, iż zgodnie z art. 264 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych w terminie nie krótszym niż **10** dni od dnia przesłania niniejszego zawiadomienia, może zostać zawarta umowa w sprawie udzielenia zamówienia Wykonawcą wskazanym w pkt. I.



- VI. Zgodnie z art. 515 ust. 1 pkt. 1) lit. a) ustawy PZP, Wykonawcy mogą wnieść odwołanie w terminie **10** od dnia przekazania informacji o czynności zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia, jeżeli informacja została przekazana przy użyciu środków komunikacji elektronicznej.

***p.o. Pełnomocnik Dyrektora ds. Operacyjnych
Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH –
Państwowego Instytutu Badawczego
Monika WIKTORSKA***