

Warszawa, dnia 12.10.2023 r.

INFORMACJA O WYNIKACH POSTĘPOWANIA

Dotyczy: „Kampania „Promocja szczepień, utrzymanie funkcjonalności portalu informacyjnego dotyczącego szczepień – działania promocyjne i popularyzacyjne dotyczące szczepień ochronnych” w ramach Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025”
Nr postępowania: O.OZP.260.147.6.2023

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

I. Najkorzystniejszą ofertę:

Grupa Artemis spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

ul. Fabryczna 9 lok. 3

00-446 Warszawa (oferta nr 1)

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

- **netto: 481 350,00 zł brutto: 592 060,50 zł**

w tym:

Zamówienie PODSTAWOWE/GWARANTOWANE:

Netto: 463 350,00 zł Brutto: 569 920,50 zł

w tym:

Modernizacja i utrzymanie strony www: 70 479,00 zł brutto;

Obsługa mediów społecznościowych Facebook, Instagram, YT: 47 232,00 zł brutto;

Przygotowanie i wdrożenie bazy wiedzy: 53 136,00 zł brutto;

Organizacja Kampanii społecznej (przygotowanie i przeprowadzenie Kampanii z wyłączeniem zakupu mediów konwencjonalnych: 346 798,50 zł brutto;

Organizacja Kampanii społecznej (zakup mediów konwencjonalnych): 52 275,00 zł brutto;

Zamówienie OPCJONALNE:

Netto: 18 000,00 zł Brutto: 22 140,00 zł

Miesięczny koszt świadczenia dodatkowych usług wsparcia w ramach prawa opcji wynosi:

Netto: 3 000,00 zł Brutto: 3 690,00 zł

- **wstępna koncepcja kreatywna kampanii: TAK, w tym:**

a) **zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ: 10 pkt.**

b) atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup: 10 pkt.

c) atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 10 pkt.

Uzasadnienie wyboru:

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

Wykonawca uzyskał najwyższą punktację = 100,00 pkt.

II. W postępowaniu złożono 6 ofert, których zbiorcze zestawienie cen i uzyskanej punktacji, w kryterium określonym w SWZ oraz ogłoszeniu o zamówieniu tj. „cena (Cn) = 70% oraz wstępna koncepcja kreatywna kampanii (K) = 30%” przedstawia poniższa tabelka tj.:

Numer oferty	Nazwa (firma) i adres wykonawcy	Cena (Cn)	Liczba punktów w kryterium cena (Cn)	Wstępna Koncepcja kreatywna kampanii (K)	Liczba punktów w kryterium wstępna koncepcja kreatywna kampanii (K)	Liczba punktów razem
1	Grupa Artemis spółka z ograniczoną odpowiedzialnością ul. Fabryczna 9 lok. 3 00-446 Warszawa	Netto: 481 350,00 zł Brutto: 592 060,50 zł	70,00	TAK	<p>Ilość pkt Razem: 30 pkt.</p> <p>Ilość Przyznanych pkt za:</p> <p>d) <u>zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 10 pkt.</u></p> <p>e) <u>atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 10 pkt.</u></p> <p>f) <u>atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 10 pkt.</u></p>	100,00
2	CREATIVEHARDER SP. Z O.O. ul. DRWALI 9A 04-840 WARSZAWA	Netto: 1 839 700,00 zł Brutto: 2 262 831,00 zł	18,32	TAK	<p>Ilość pkt Razem: 21 pkt.</p> <p>Ilość Przyznanych pkt za:</p> <p>a) <u>zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 5 pkt.</u></p> <p>b) <u>atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 8 pkt.</u></p> <p>c) <u>atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 8 pkt.</u></p>	39,32

3	TARRAYA S.A. ul. Głogowska 108/6 60-263 Poznań	Netto: 2 222 137,70 zł Brutto: 2 733 229,37 zł	15,16	TAK	<p>Ilość pkt Razem: 24 pkt.</p> <p>Ilość Przyznanych pkt za:</p> <p>a) <u>zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 8 pkt.</u></p> <p>b) <u>atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 8 pkt.</u></p> <p>c) <u>atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 8 pkt.</u></p>	39,16
4	Althermedia Sp. z o.o. Sp.k. Al. Niepodległości 210/25 00-608 Warszawa	Netto: 1 203 302,98 zł Brutto: 1 480 062,67 zł	-----	TAK	<p>Ilość pkt Razem: -----</p> <p>Ilość Przyznanych pkt za:</p> <p>a) <u>zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: -</u> -----</p> <p>b) <u>atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: -----</u></p> <p>c) <u>atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: -----</u></p>	-----
5	Agencja Reklamowa dsk sp. z o.o. ul. Niedźwiedzia 10 02-737 Warszawa	Netto: 908 000,00 zł Brutto: 1 116 840,00 zł	-----	TAK	<p>Ilość pkt Razem: -----</p> <p>Ilość Przyznanych pkt za:</p> <p>a) <u>zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: -----</u></p> <p>b) <u>atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: -----</u> ---</p> <p>c) <u>atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: -----</u> --</p>	-----

6	<p>Konsorcjum Firm: Fabryka Komunikacji Spółecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz - Lider ul. Filtrowa 75/22 02-032 Warszawa Euvic Media Sp. z o.o. – Partner ul. Czerska 12 00-732 Warszawa</p>	<p>Netto: 2 209 830,00 zł Brutto: 2 718 090,90 zł</p>	15,25	TAK	<p>Ilość pkt Razem: 30 pkt.</p> <p>Ilość Przyznaných pkt za:</p> <p>a) <u>zgodność i spójność wstępnej koncepcji kampanii, claimu i key visuala z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 10 punktów: 10 pkt.</u></p> <p>b) <u>atrakcyjność wstępnej koncepcji kampanii, claim i key visual dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 10: 10 pkt.</u></p> <p>c) <u>atrakcyjność koncepcji graficznej Kampanii dla grup docelowych: 10 pkt.</u></p>	45,25
---	--	--	-------	-----	---	-------

III. Z postępowania nie wykluczono żadnego Wykonawcy.

IV. W postępowaniu odrzucono 2 oferty.

V. UNIEWAŻNIENIE POSTĘPOWANIA:

Zamawiający nie unieważnia przedmiotowego postępowania.

VI. 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 z Wykonawcą wskazanym w pkt. I.

VII. 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.

Zatwierdził:

Dyrektor

**Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH –
Państwowego Instytutu Badawczego
dr n. med. Bernard WAŚKO**