**URZĄD MARSZAŁKOWSKI**

 **WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO**

**W OLSZTYNIE**

ZP.272.1.110.2021 Olsztyn, dnia 21.09.2021 r.

**INFORMACJA O UNIEWAŻNIENIU POSTĘPOWANIA**

Zamawiający, działając na podstawie art. 256 ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129 ze zm.) unieważnia postępowanie prowadzone w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii marketingowej promującej Województwo Warmińsko-Mazurskie z wykorzystaniem mediów przewoźnika lotniczego.

Zgodnie z art. 256 ustawy Prawo zamówień publicznych, Zamawiający unieważnia postępowanie o udzielenie zamówienia przed upływem terminu składania ofert, jeżeli wystąpiły okoliczności powodujące, że dalsze prowadzenie postępowania jest nieuzasadnione.

Po wszczęciu postępowania wystąpiły okoliczności powodujące, że dalsze prowadzenie postępowania jest nieuzasadnione i bezcelowe.

Wszczynając postępowanie Zamawiający zakładał, że sezon letni 2021 przyniesie długo oczekiwany w realiach pandemii COVID-19 wzrost ruchu lotniczego. Przyczyną, dla której Zamawiający podjął decyzję o wszczęciu niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia był prognozowany szybki wzrost międzynarodowego ruchu lotniczego ( tzw. efekt odbicia związany z uchyleniem istotnej części ograniczeń związanych z pandemią COVID-19 ). Zamawiający przewidywał więc i zakładał wzrost ruchu ( a co za tym idzie dotarcie do większej ilości odbiorców, biorąc pod uwagę dane za poprzednie miesiące wzrostowe ) w roku 2021 w stosunku do roku 2020. Rzeczywistość okazała się jednak odmienna od prognozowanych założeń. Jak wskazują analizy dotyczące ruchu lotniczego, spadek międzynarodowego ruchu lotniczego utrzymuje się i będzie się utrzymywał, a jego wzrost do poziomu sprzed pandemii prognozowany jest najwcześniej na 2023 rok.

W konsekwencji, zlecenie prowadzenia kampanii marketingowej promującej Województwo Warmińsko-Mazurskie z wykorzystaniem mediów przewoźnika lotniczego okazałoby się nieefektywne wobec braku możliwości dotarcia do zakładanej grupy odbiorców.

Skala ryzyka związana z nieosiągnięciem zakładanego rezultatu kampanii marketingowej przekracza zwykłe ryzyka kontraktowe związane z działalnością Zamawiającego tzw. normalne ryzyko kontraktowe. Obecnie należy uznać, że ryzyko związane z nieosiągnięciem zakładanego rezultatu jest pewne. Nie jest możliwe uzyskanie zakładanych korzyści w wyniku realizacji przedsięwzięcia w obecnych warunkach.