Toruń, dnia 08.05.2020 r.

**Informacja o odrzuceniu ofert i wyborze najkorzystniejszej oferty**

Dot. postępowania o zamówienie publiczne

 pn. „Kampania informacyjno-promocyjna”, nr ref. KPFR/KAMPANIA\_IP/1/2020

1. Działając na podstawie art. 92 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych Kujawsko-Pomorskie Fundusz Rozwoju sp. z o.o. informuje, że w postępowaniu
w trybie przetargu nieograniczonego pn. „Kampania informacyjno-promocyjna”, nr ref. KPFR/KAMPANIA\_IP/1/2020, prowadzonego z zastosowaniem art. 24aa ustawy pzp, wpłynęły następujące oferty:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr oferty | Nazwa i adres Wykonawcy | Punkty w kryterium „Cena” | Punkty w kryterium „Ilość unikalnych użytkowników” | Punkty w kryterium „Koncepcja kampanii (strategiczna i kreatywna)” | Punkty razem |
| 1 | ALTHERMEDIA sp. z o.o. s.k., Al. Niepodległości 210/25, 00-608 Warszawa | Oferta odrzucona |
| **2** | **POLSKA PRESS sp. z o.o., ul. Domaniewska 45, 02-672 Warszawa** | **33,79** | **30** | **31,6** | **95,39** |
| 3 | MASTERMIND MEDIA sp. z o.o., Al. Jerozolimskie 94, 00-807 Warszawa | 33,36 | 28,18 | 25,20 | 87,01 |
| 4 | TARRAYA S.A., ul. Głogowska 108/6, 60-263 Poznań | 36,00 | 25,66 | 28,40 | 90,06 |
| 5 | ClickAd Interactive sp. z o.o., ul. Wiertnicza 89, 02- 952 Warszawa | Oferta odrzucona |
| 6 | Aplan Media sp. z o.o., ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź | 35,18 | 6,21 | 30,00 | 71,39 |

1. Jako najkorzystniejszą ofertę wybrano ofertę wykonawcy **POLSKA PRESS sp. z o.o., ul. Domaniewska 45, 02-672 Warszawa**. W toku procedury prowadzonej w oparciu o art. 24aa pzp zamawiający dokonał oceny ofert zgodnie z art. 91 ust. 1 pzp i jako najkorzystniejszą uznał ofertę wykonawcy Polska Press sp. z o.o., która to oferta nie podlegała odrzuceniu i uzyskała najwyższą liczbę punktów spośród wszystkich ofert niepodlegających odrzuceniu – 95,39 pkt. W dalszym toku postępowania Wykonawca ten potwierdził brak przesłanek wykluczenia i spełnienie warunków udziału w postępowaniu. Tym samym oferta Wykonawcy została wybrana jako najkorzystniejsza zgodnie z art. 91 ust. 1 pzp.
2. Zamawiający nie wykluczył z postępowania żadnego wykonawcy.
3. Zamawiający odrzucił oferty wykonawców:
4. ALTHERMEDIA sp. z o.o. s.k. – oferta została odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) pzp jako niezgodna z treścią SIWZ. Zamawiający w Załączniku nr 1 do SIWZ – Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. V Budżet zamówienia zastrzegł, że „na przeprowadzenie kampanii z użyciem kanału, o którym mowa w punkcie III podpunkt 5 lit. a) Wykonawca może przeznaczyć maksymalnie 20,00% (z dokładnością do 2 miejsc po przecinku) wartości zamówienia podanej w ofercie – dotyczy to zarówno ekspozycji, jak i produkcji materiałów kreatywnych w Internecie.” Wykonawca w zestawieniu cenowym w Formularzu Oferty zamieścił następujące pozycje: 1.1.1. Reklama GoogAdw – 41 820, 00 zł brutto, 1.5 kampania odsłonowa 13 530,00 zł brutto, mailing – 12 915,00 zł brutto. Łączna wartość w podanych pozycjach to 68 265,00 zł brutto, podczas gdy łączna cena oferty to 209 838,00 zł brutto. Stosunek ceny działań w kanale Internet do łącznej ceny oferty to 32,52%. Nie zmienia powyższego fakt, że pozycje „kampania odsłonowa” i „mailing” zostały umieszczone w punkcie 1.5, w którym należało uwzględnić działania inne niż w kanałach Internet, Prasa, Telewizja. Są to bowiem działania w kanale Internet, niezależnie od tego, gdzie w formularzu cenowym i w Opisie koncepcji strategicznej zostały umieszczone. Tym samym oferta wykonawca jest niezgodna z wymogami SIWZ i podlegała odrzuceniu na podstawie 89 ust. 1 pkt 2) pzp.
5. ClickAd Interactive sp. z o.o. - oferta została odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) pzp jako niezgodna z treścią SIWZ oraz na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 7a) pzp w związku z niewyrażeniem przez wykonawcę zgody na przedłużenie terminu związania ofertą.

Zgodnie z pkt. III ppkt. 6 lit. b) tiret trzecie Załącznika nr 1 do SIWZ – „Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia” zamawiający wskazał, że elementem koncepcji kreatywnej są próbki wszystkich materiałów (tekstowych i wizualnych), które powstaną w trakcie kampanii zgodnie z ofertą, przedłożone w formie elektronicznej w formacie jpg. lub pdf. Wykonawca zgodnie z ofertą i koncepcją strategiczną zaproponował dystrybucję ulotek oraz wysyłanie wiadomości SMS. Próbki tych materiałów nie zostały dołączone do oferty. Jako, że są to materiały podlegające ocenie w ramach kryteriów oceny ofert, nie podlegały one uzupełnieniu. Tym samym oferta wykonawca jest niezgodna z wymogami SIWZ i podlegała odrzuceniu na podstawie 89 ust. 1 pkt 2) pzp.

W dniu 22.04.2020 wykonawca został wezwany do przedłużenia terminu związania ofertą na podstawie art. 85 ust. 2 pzp. W wezwaniu zamawiający zastrzegł, że niezłożenie w wyznaczonym terminie oświadczenia o wyrażeniu zgody będzie traktowane jako brak zgody na przedłużenie terminu związania ofertą oraz będzie skutkowało odrzuceniem oferty na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 7a) pzp. Wykonawca we wskazanym terminie nie przekazał zamawiającemu zgody na przedłużenie terminu związania ofertę i tym samym jego ofert podlega odrzuceniu na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 7a) pzp.

*Beata Kmieć*

*Przewodnicząca komisji przetargowej*