

Warszawa, dnia 02.04.2021 r.

Wykonawcy

*Dotyczy: Realizacja kampanii informacyjnej z udziałem influencerów (Ambasadorów ZSK).
Znak sprawy: IBE/5/2021.*

Zawiadomienie o wynikach oceny ofert i unieważnieniu postępowania

Szanowni Państwo,

- I. Na podstawie art. 253 ust. 1 ustawy z dnia 11 września stycznia 2019 r. (Dz. U. z 2019 r. poz. 2019 ze zm.) *Prawo zamówień publicznych (dalej ustawa pzp)* Zamawiający informuje, iż w przedmiotowym postępowaniu, złożono następujące oferty:

Numer oferty	Nazwa (firma) i adres wykonawcy	Cena brutto
1	Spotlight Agency Wioślarska 8, 00-411 Warszawa	121 770,00
2	LTTM Sp. z o.o. ul. Mangalia 2a, 02-758 Warszawa	

- II. Zamawiający nie wykluczył żadnego wykonawcy.
III. Zamawiający odrzucił ofertę Wykonawcy **Spotlight Agency, ul. Wioślarska 8, 00-411 Warszawa.**

Uzasadnienie faktyczne i prawne

Zamawiający odrzuca ofertę złożoną przez firmę **Spotlight Agency** z uwagi na niespełnianie warunków określonych w OPZ w pkt 05.3.

Zamawiający wymagał przedstawienia 9 influencerów spośród 3 kategorii:

3 spełniających warunek szerokiej rozpoznawalności, ugruntowanego, pozytywnego wizerunku; osoby angażujące się w kampanie społeczne, wartościowe inicjatywy czy pożyteczne społecznie działania /.../

3 spełniających warunek przedsiębiorczości - osoby, które dzięki pracy zawodowej, przebranżowieniu się czy realizacji pasji osiągnęły sukces i rozpoznawalność /.../

3 spełniających warunek profili tematycznych - prowadzenie kanałów o charakterze edukacyjnym i popularnonaukowym /.../

W ramach kategorii 1 Wykonawca przedstawił następujących Influencerów:

M.E.

J.Ż.

P.S.

Wymienieni influencerzy nie spełniają warunku szerokiej rozpoznawalności oraz ugruntowanego, pozytywnego wizerunku. Na taki wizerunek pracuje się latami, wymaga on zaangażowania w pracę zawodową, osiągania znaczących sukcesów, o których informacja dociera do szerokich kręgów społeczeństwa. Na wizerunek składa się także latami budowane zaangażowanie w działania o charakterze społecznym (kampanie, akcje specjalne, projekty charytatywne). Influencerzy zaproponowani przez Wykonawcę są rozpoznawalni wyłącznie wśród młodych osób (25-), nie posiadają jeszcze ugruntowanego wizerunku wśród ogółu społeczeństwa ani dorobku, który pozwoliłby Instytutowi na współpracę z nimi.

W ocenie Zamawiającego zaproponowane osoby trafiają wyłącznie do jednej grupy odbiorców (osoby uczące się) spośród wymienionych w pkt 03. OPZ (Osoby uczące się - uczniowie wszystkich szkół i etapów edukacji formalnej, osoby wchodzące lub powracające na rynek pracy, osoby chcące się przebranżowić lub poszerzyć swoje kwalifikacje, osoby chcące potwierdzić swoje kompetencje (uzyskać kwalifikację), osoby bezrobotne). W konsekwencji należy uznać, że zrealizowanie kampanii przy współpracy ze wskazanymi Influencerami nie zapewni Zamawiającemu dotarcia do całej wskazanej grupy docelowej.

W ramach kategorii 2 Wykonawca przedstawił następujących Influencerów:

A.F.

N.K.

A.F.

Wymienieni influencerzy nie spełniają warunku przedsiębiorczości - czyli osób, które dzięki pracy zawodowej, przebranżowieniu się czy realizacji pasji osiągnęły sukces i rozpoznawalność. Na zweryfikowanych przez Zamawiającego kontaktach influencerów nie widnieją żadne materiały, które pozwoliłyby zaliczyć wskazane osoby do tej grupy.

Ponadto wizerunek A.F. został mocno nadszarpnięty po incydencie z influencerem K., o czym można przeczytać na różnych portalach.

Według opisu na stronie Spotlight Agency, A.F. "na swoich kanałach social mediowych pokazuje codzienne życie i swoje zainteresowania". Z uwagi na działalność influencerską ww. osoby, nie można wskazać, aby spełniała ona warunek przedsiębiorczości.

Podobny opis można znaleźć przy opisie influencerki N.K.: "Prowadzi profil o tematyce lifestylowo - modowej na platformie Instagram".

Wskazane w tej grupie osoby w ocenie Zamawiającego trafiają również wyłącznie do jednej grupy odbiorców (osoby uczące się) spośród wymienionych w pkt 03. OPZ. Zrealizowanie kampanii przy współpracy ze wskazanymi Influencerami nie zapewni Zamawiającemu dotarcia do całej wskazanej grupy docelowej (czyli także do osób 25/30/40+) oraz może mieć negatywny wpływ na wizerunek Instytutu.

W ramach kategorii 3 Wykonawca przedstawił następujących Influencerów:

Matura to bzdura

Bezużyteczna plus

Na Waksy

Wskazane w pozycji 2 i 3 kanały nie spełniają warunku profili tematycznych - prowadzenie kanałów o charakterze edukacyjnym i popularnonaukowym. Kanał Bezużyteczna plus w ocenie Zamawiającego jest kanałem o charakterze informacyjnym. Natomiast Kanał na

Waksy jest w ocenie Zamawiającego kanałem rozrywkowym, a zawarte w nim treści nie mają charakteru edukacyjnego. Ponadto, kanał Na Waksy oferuje sprzedaż (ubrań, gadżetów, biletów na Waksy Camp), link do sklepu jest umiejscowiony w opisie Kanału, oraz pojawia się w komentarzach, co w dużej mierze umiejscawia go wśród profili o tematyce e-commerce. W związku z tym żaden z kanałów nie może stanowić platformy dla promocji Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Ponadto po przejrzaniu zamieszczanych treści na obydwu zaproponowanych profilach influencerów, Zamawiający dopatrył się pod postami wielu komentarzy obraźliwych, wulgarnych, niosących znamiona mowy nienawiści i powszechnie uznawanych za niestosowne.

Obecność tych komentarzy może świadczyć o tym, że na kanałach nie jest stosowana moderacja obraźliwych treści, łamiących standardy społeczności Instagram (polegająca np. na usuwaniu lub ukrywaniu komentarzy) oraz automatyczne filtrowanie komentarzy wulgarnych i obraźliwych. W związku z powyższym współpraca z tymi kanałami mogłaby negatywnie wpłynąć na wizerunek Instytutu jako jednostki badawczej, o charakterze eksperckim.

Mając powyższe na uwadze, zamawiający stwierdził w trakcie oceny ofert, iż przedmiotowa oferta nie jest zgodna z warunkami SWZ.

Ustawa pzp w art. 226 ust. 1 pkt. 5 nakazuje odrzucić ofertę jeżeli:

5) jej treść jest niezgodna z warunkami zamówienia;

IV. Zamawiający odrzucił ofertę Wykonawcy LTTM Sp. z o.o. ul. Mangalia 2a, 02-758 Warszawa.

Uzasadnienie faktyczne i prawne

Dnia 29.03.2021 r, o godz. 12.36, to jest po terminie składania ofert, który upłynął w dniu o godz. 12.00 przesłano na adres mailowy niewskazany w SWZ, oraz na błędnie, z użyciem polskich znaków, oznaczony adres zamowienia@ibe.edu.pl; dodatkową ofertą, złożoną przez Agencję LTTM Sp. z o.o. ul. Mangalia 2a, 02-758 Warszawa / NIP: 5272744071. Oferta ta, pomijając niewłaściwą formę, z racji złożenia po terminie nie była otwarta, i nie była przedmiotem oceny.

Ustawa pzp w art. 226 ust. 1 pkt. 1 nakazuje odrzucić ofertę jeżeli:

5) została złożona po terminie składania ofert;

V. Z racji odrzucenia wszystkich złożonych ofert, na podstawie art. 255 pkt. 2 ustawy pzp Zamawiający postanowił unieważnić przedmiotowe postępowanie.

Z poważaniem,

.....