

Warszawa, dnia 11.06.2021 r.

Wykonawcy

Dotyczy: Realizacja kampanii informacyjnej z udziałem influencerów (Ambasadorów ZSK) – III przetarg. Znak sprawy: IBE/15/2021.

Zawiadomienie o wynikach oceny ofert i wyborze oferty najkorzystniejszej

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, oferty złożyli następujący Wykonawcy:

L.p.	Nazwa (firma)	Cena brutto
1	LTTM Sp. z o.o. Mangalia 2a, 02-758 Warszawa,	564 256,00
2	WUNDERTEAM Grzegorz Borowiecki Mickiewicza 29, Katowice 40-085,	165 000,00
3	ClickAd Interactive Sp. z o.o. Ul. Wiertnicza 89, 02-952 Warszawa	170 450,02
4	APLAN MEDIA Sp. z o.o. Ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź	258 150,00

- II. Zamawiający odrzucił oferty następujących Wykonawców:

1) LTTM Sp. z o.o., Mangalia 2a, 02-758 Warszawa

Uzasadnie faktyczne i prawne

Cennik ofertowy został przygotowany niezgodnie z wymogami SWZ. Zgodnie z zapisami §12 ust. 1 oraz formularzem ofertowym Zamawiający wymagał jednej ceny dla każdej kategorii. Wykonawca wycenił każdy kanał w danej kategorii odrębnie – sumując ceny każdego z kanałów (łącznie zsumowano 7 elementów), podczas gdy zamiarem zamawiającego zgodnie z OPZ było skorzystanie tylko z jednego kanału w ramach każdej z kategorii (czyli należało zsumować tylko 3 elementy).

W efekcie Wykonawca złożył zamiast jednej oferty cenowej kilka ofert różnych cenowo, w zależności od tego z którego influencera Zamawiający chciałby skorzystać.

Zgodnie z §12 ust. 6 SWZ:

1. Wykonawca może samodzielnie lub jako członek konsorcjum złożyć jedną ofertę. Złożenie więcej niż jednej oferty powoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez wykonawcę.

Mając powyższe na uwadze, zamawiający uznał, że 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;

2) ClickAd Interactive Sp. z o. O., ul. Wiertnicza 89, 02-952 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne i prawne

Zamawiający w OPZ stanowiącym załącznik do SWZ wymagał przedstawienia w ofercie 9 influencerów w podziale na poniższe 3 grupy:

1. 3 spełniających warunek szerokiej, ogólnopolskiej rozpoznawalności, ugruntowanego, pozytywnego wizerunku; osoby angażujące się od lat w kampanie społeczne, wartościowe inicjatywy czy pozytywne społecznie działania (np. Małgorzata Socha, Marcin Dorociński, Magdalena Cielecka);
2. 3 spełniających warunek przedsiębiorczości - osoby, o szerokiej, ogólnopolskiej rozpoznawalności oraz ugruntowanym, pozytywnym wizerunku, które dzięki pracy zawodowej, przebranżowieniu się czy realizacji pasji osiągnęły sukces i rozpoznawalność (np. Dorota Szelałowska, Jan Dąbrowski, Julia Wieniawa); Za warunek przedsiębiorczości uznaje się prowadzenie aktywnego popartego sukcesami życie zawodowe, upowszechniane mediach społecznościowych. Na użytek zamówienia nie uważa się prowadzenia jedyne działalności na forum mediów społecznościowych.
3. 3 spełniających warunek profili tematycznych - prowadzenie kanałów o charakterze edukacyjnym i popularnonaukowym (np. Nauka. To lubię, Janina Daily, Uwaga Naukowy Bełkot). Za kanał edukacyjny / popularnonaukowy uważa się kanał, który w sposób rzetelny i przystępny wyjaśnia zagadnienia z różnych dziedzin opierając się na profesjonalnych publikacjach, badaniach i komentarzach ekspertów. Kanał nie powinien mieć wyłącznie charakteru lifestylowego i rozrywkowego.

Wskazana w kategorii 2 Karolina Gołębiowska i jej kanał „Stylizacje” nie spełnia wymogów przedstawionych w OPZ, ponieważ zdaniem Zamawiającego nie posiada ogólnopolskiej rozpoznawalności i dotyczy branży kosmetycznej, przez co nie zapewni dotarcia do pełnej grupy docelowej wskazanej w OPZ.

Wskazana w kategorii 2 Magda Kogut-Wałęcka i jej kanał „Szczęśliwa” nie spełnia wymogów przedstawionych w OPZ, ponieważ zdaniem Zamawiającego nie posiada ogólnopolskiej rozpoznawalności i dotyczy branży lifestylowej, przez co nie zapewni dotarcia do pełnej grupy docelowej wskazanej w OPZ.

W opinii Zamawiającego także zaproponowany w kategorii 2 „ROJOV13” nie spełnia warunku szerokiej, ogólnopolskiej rozpoznawalności, a jedynie posiada rozpoznawalność w wąskiej grupie osób zainteresowanych światem gier komputerowych. Zaproponowany influencer jest aktywny przede wszystkim w mediach społecznościowych, zaś w opisie zamówienia wskazano, że na użytek zamówienia nie uważa się prowadzenia jedyne działalności na forum mediów społecznościowych.

Zaproponowany w kategorii 3 „Nervarien” nie spełnia warunku profili tematycznych - prowadzenie kanałów o charakterze edukacyjnym i popularnonaukowym. Za kanał edukacyjny / popularnonaukowy uważa się kanał, który w sposób rzetelny i przystępny wyjaśnia zagadnienia z różnych dziedzin opierając się na profesjonalnych publikacjach, badaniach i komentarzach ekspertów. Kanał nie powinien mieć wyłącznie charakteru lifestylowego i rozrywkowego, zaś zaproponowany influencer prowadzi działalność przede wszystkim gamingową i rozrywkową, nie edukacyjną.

Mając powyższe na uwadze, zamawiający uznał, że 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;

- III. Pozostałe w postępowaniu oferty otrzymały następującą liczbę punktów w ustalonych kryteriach:
- 1) Kryterium I - Cena wykonania zamówienia - 40% (40 pkt)
 - 2) Kryterium II - Projekty postów/komunikatów – 30% (30 pkt)
 - 3) Kryterium III - Dodatkowe nieodpłatne działania – 30% (30 pkt)

L.p.	Nazwa (firma)	Kryt. I - 40 pkt	Kryt. II - 30 pkt	Kryt. III - 30 pkt	Suma punktów
1	WUNDERTEAM Grzegorz Borowiecki Mickiewicza 29, Katowice 40-085,	40,00	30,00	30,00	100,00
2	APLAN MEDIA SP. Z O.O. Ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź	25,47	30,00	30,00	85,47

- IV. Zamawiający informuje, iż za najkorzystniejszą uznana została oferta złożona przez:
WUNDERTEAM Grzegorz Borowiecki ul. Mickiewicza 29, Katowice 40-085, z ceną brutto 165 000,00. Oferta w wyniku oceny otrzymała największą liczbę punktów.
- V. Umowa w sprawie zamówienia publicznego może zostać zawarta po upływie 5 dni od otrzymania niniejszego zawiadomienia, zgodnie z postanowieniami art. 308 ust. 2) ustawy pzp.

.....
(podpis)