



Znak sprawy: 06/MS/2024/ML

Warszawa, 27.09.2024 r.

## ZAWIADOMIENIE O WYBORZE NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

**Dotyczy:** Postępowania prowadzonego w trybie zapytania ofertowego na podstawie regulaminu wewnętrznego Polskiej Organizacji Turystycznej dot. udzielania zamówień przez Biuro Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej w celu realizacji zadań powierzonych przez Ministra właściwego do spraw kultury fizycznej, o których mowa w art. 3 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 2 pkt 1c) ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 2023 r. poz. 1608) na: *„Realizację kampanii wizerunkowej promującej Polskę jako destynację atrakcyjną turystycznie, z wykorzystaniem wizerunku rozpoznawalnych na świecie polskich sportowców”*.

Zamawiający – Polska Organizacja Turystyczna informuje, że w przedmiotowym postępowaniu wybrano ofertę złożoną przez Wykonawcę:

### Konsorcjum firm:

**Octopus Warsaw Sp. z o. o., ul. Domaniewska 39, 02-672 Warszawa**

**Octopus Media Sp. z o. o., ul. Domaniewska 39, 02-672 Warszawa**

### Uzasadnienie:

Oferta spełnia wszystkie wymagania określone w Zapytaniu ofertowym oraz uzyskała najwyższą liczbę punktów na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w niniejszym postępowaniu. W poniższej tabeli Zamawiający podaje dane dotyczące Wykonawców, którzy złożyli oferty w niniejszym postępowaniu, a także punktację przyznaną ofertom w poszczególnych kryteriach oceny ofert:

Lp.	Kryterium	Podkryteria	Liczba punktów					
			Konsorcjum firm: Mastermind Media Sp. z o. o. Al. Jerozolimskie 94 00-807 Warszawa Havas Media Sp. z o. o. ul. Dziekońskiego 1 00-728 Warszawa Brand New Heaven Sp. o. o. ul. Kredytowa 3a/114 00-056 Warszawa	Konsorcjum firm: Octopus Warsaw Sp. z o. o. ul. Domaniewska 39 02-672 Warszawa Octopus Media Sp. z o. o. ul. Domaniewska 39 02-672 Warszawa	Stor9 Sp. z o. o. ul. Naruszewicza 14 02-627 Warszawa			
1.	Kreacja	Koncepcja Kreatywna	Wartość artystyczna i merytoryczna, stopień profesjonalizmu koncepcji kreatywnej	4,8	9,2	Oferta odrzucona		
			Wartość artystyczna i merytoryczna wizualizacji Landing Page oraz projektów graficznych (prasa)	2,3	4,4			
		Scenariusz	Wartość artystyczna i merytoryczna scenariusza spotu	4,8	9,2			
			Kreatywność (pomysłowość) zaproponowanego scenariusza spotu	2,2	4,6			
			Stopień profesjonalizmu przygotowania scenariusza i jego spójność z brief	2,6	4,5			
			Stopień profesjonalizmu przygotowania storyboardu i jego spójność z brief	2,6	4,8			
		2.	Siła marki sportowca		30		30	
		3.	Mediaplan	Planowany zasięg kampanii	6		14,8	
Parametry jakościowe na rynku polskim	3,2			4,8				
4.	Osiągnięcia Wykonawcy	Osiągnięcia Wykonawcy	4,8	5				
		Przynależność do Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej (SAR)	5	5				
<b>RAZEM</b>			68,3	96,3				

p.o. Dyrektora  
Departament Marketingu i Komunikacji  
Agnieszka Walawender