



Warszawa, dnia 4 listopada 2013r.

BF/PG-ZP/066-78/13

Wszyscy Wykonawcy

Dotyczy: „Planowanie mediów i zakup mediów w ramach kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej na rynkach rosyjskim, ukraińskim, czeskim, włoskim, hiszpańskim i irlandzkim”, numer: 59/13.

Rozstrzygnięcie postępowania

Działając w postępowaniu na „Planowanie mediów i zakup mediów w ramach kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej na rynkach rosyjskim, ukraińskim, czeskim, włoskim, hiszpańskim i irlandzkim”, numer: 59/13, informuje, że jako najkorzystniejszą wybrano ofertę Media Group Sp. z o.o., ul. Żurawia 6/12, 00-503 Warszawa z ceną ofertową 15.670.000,00 PLN brutto.

W postępowaniu oferty złożyli następujący wykonawcy:

- 1) Media Group Sp. z o.o., ul. Żurawia 6/12, 00-503 Warszawa – oferta nr 1;
- 2) Arena Media Communications Sp. z o.o., ul. Postępu 13, 02-676 Warszawa – oferta nr 2;
- 3) Lowe Media Sp. z o.o., ul. Domaniewska 39, 02-672 Warszawa – oferta nr 3.

L.p.	Kryterium:	Oferta nr 1	Oferta nr 2	Oferta nr 3
1.	średni ważony zasięg 3+ w kampanii prasowej skierowanej do rosyjskich turystów indywidualnych w aglomeracjach Sankt-Petersburga, Moskwy, Kaliningradu, Niżnego Nowogrodu i Jekaterynburga	20,00	9,06	13,25
2.	średni ważony zasięg 3+ w kampanii prasowej skierowanej do ukraińskich turystów indywidualnych w aglomeracjach Kijowa, Charkowa, Lwowa, Doniecka	10,00	5,98	5,50
3.	wskaźnik wielkości kampanii outdoorowej skierowanej do ukraińskich turystów indywidualnych	5,00	4,80	0,56
4.	średni ważony zasięg 1+ w kampanii telewizyjnej skierowanej do ukraińskich turystów indywidualnych w aglomeracjach Kijowa, Charkowa, Lwowa, Doniecka	7,78	8,44	10,00
5.	średni ważony zasięg 1+ w aglomeracjach Rzymu i Mediolanu	8,21	9,79	10,00
6.	wskaźnik wielkości kampanii outdoorowej skierowanej do włoskich turystów indywidualnych w środkach komunikacji miejskiej	5,00	1,36	1,73
7.	liczba stron reklamowych i publikacji w kampanii skierowanej do przedstawicieli włoskiego przemysłu spotkań	5,00	1,08	0,60



8.	średni ważony zasięg 3+ w kampanii prasowej skierowanej do hiszpańskich turystów indywidualnych w aglomeracjach Madrytu i Barcelony	10,00	5,15	9,17
9.	wskaźnik wielkości kampanii outdoorowej skierowanej do hiszpańskich turystów indywidualnych w środkach komunikacji miejskiej	0,92	5,00	0,41
10.	liczba pełnych stron reklamowych i publikacji w kampanii skierowanej do przedstawicieli hiszpańskiego przemysłu spotkań	4,44	5,00	3,89
11.	zasięg 3+ w kampanii prasowej skierowanej do irlandzkich turystów indywidualnych w aglomeracji Dublina	5,00	2,42	1,90
12.	wskaźnik wielkości kampanii outdoorowej skierowanej do irlandzkich turystów indywidualnych w komunikacji miejskiej lub przy głównych ulicach w Dublinie	4,53	5,00	2,08
13.	wskaźnik wielkości kampanii outdoorowej skierowanej do irlandzkich turystów indywidualnych na targach Holiday World Show	0,23	5,00	0,02
14.	liczba pełnych stron reklamowych i publikacji w kampanii skierowanej do przedstawicieli irlandzkiego przemysłu spotkań	5,00	3,21	1,79
15.	zasięg 3+ w kampanii prasowej skierowanej do czeskich turystów indywidualnych w miastach powyżej 100 tysięcy mieszkańców	15,00	13,69	8,75
16.	cena całkowita oferty	10,00	10,00	10,00
Suma punktów:		116,11	94,98	79,65

Zamawiający informuje, że przed otwarciem ofert podał kwotę przewidzianą na realizację zamówienia, tj. kwotę 15.670.000,00 PLN brutto. Umowę w przedmiotowym postępowaniu Zamawiający będzie mógł zawrzeć nie krótszym niż 10 dni od przesłania niniejszego zawiadomienia.

ZAMAWIAJĄCY

WICEPREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej

Bartłomiej Walas

Rozdzielnik:

1. Media Group Sp. z o.o., mediagroup@mediagroup.com.pl.
2. Arena Media Communications Sp. z o.o., michal.wilenski@arenamedia.com.
3. Lowe Media Sp. z o.o., Monika.Kochanowska@lowemedia.pl.
4. Strona internetowa www.pot.gov.pl
5. Tablica ogłoszeń w siedzibie POT.