

234570-2026 - Competition

Poland – Advertising campaign services – Usługa zakupu mediów i przestrzeni reklamowej na potrzeby Kampanii „Czytaj chwilę!” w ramach programu „Mała książka – wielki człowiek” realizowanej w 2026 roku

OJ S 67/2026 07/04/2026

Contract or concession notice – standard regime
Services

1. Buyer

1.1. Buyer

Official name: INSTYTUT KSIĄŻKI

Email: biuro@instytutksiazki.pl

Legal type of the buyer: Central government authority

Activity of the contracting authority: Recreation, culture and religion

2. Procedure

2.1. Procedure

Title: Usługa zakupu mediów i przestrzeni reklamowej na potrzeby Kampanii „Czytaj chwilę!” w ramach programu „Mała książka – wielki człowiek” realizowanej w 2026 roku

Description: Przedmiotem zamówienia jest usługa zakupu mediów i przestrzeni reklamowej na potrzeby Kampanii „Czytaj chwilę!” w ramach programu „Mała książka – wielki człowiek” realizowanej w 2026 roku, w tym: zakup czasu antenowego w telewizji, radiu, nośników OOH (citylighty), zamówienie sponsorowanych materiałów telewizyjnych, radiowych, digitalowych i prasowych, płatna promocja w Internecie i mediach społecznościowych oraz reklama w miejscach użyteczności publicznej. Zamówienie obejmuje przygotowanie i wdrożenie Strategii Mediowej i Planu Mediów Kampanii oraz zakup i obsługę emisji kampanii reklamowej w Mediach. Uwaga! W zakres zamówienia nie wchodzi produkcja Materiałów Reklamowych, za którą będzie odpowiadał wykonawca wybrany w osobnym zamówieniu. Zakres przedmiotu zamówienia obejmuje: 1.1 Przygotowanie i wdrożenie Strategii Mediowej i Planu Mediów Kampanii, 1.2 Obsługa emisji Kampanii (w tym zakup czasu antenowego), 1.3 Płatna promocja w Internecie i mediach społecznościowych, 1.4 Reklama outdoorowa, 1.5 Działania w zakresie PR i media relations, 1.6 Zamówienie materiałów telewizyjnych, radiowych, digitalowych i prasowych, 1.7 Sporządzenie raportu podsumowującego kampanię.

Procedure identifier: 9f921b27-36d7-4912-80cf-5756a05e359e

Type of procedure: Open

The procedure is accelerated: no

2.1.1. Purpose

Main nature of the contract: Services

Main classification (cpv): 79341400 Advertising campaign services

Additional classification (cpv): 79340000 Advertising and marketing services, 79341100 Advertising consultancy services, 79341000 Advertising services, 79341200 Advertising management services

2.1.2. Place of performance

Country subdivision (NUTS): Miasto Kraków (PL213)

Country: Poland

2.1.4. General information

Additional information: Z postępowania o udzielenie zamówienia wyklucza się Wykonawcę:

1.1 w stosunku, do którego zachodzi którakolwiek z okoliczności, o których mowa w art. 108 ust. 1: 1.1.2 jeżeli urzędującego członka jego organu zarządzającego lub nadzorczego, wspólnika spółki w spółce jawnej lub partnerskiej albo komplementariusza w spółce komandytowej lub komandytowo-akcyjnej lub prokurenta prawomocnie skazano za przestępstwo, o którym mowa w pkt 1.1 powyżej; 1.1.3 wobec którego wydano prawomocny wyrok sądu lub ostateczną decyzję administracyjną o zaleganiu z uiszczeniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne, chyba że Wykonawca odpowiednio przed upływem terminu do składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu albo przed upływem terminu składania ofert dokonał płatności należnych podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne wraz z odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłaty tych należności; 1.1.4 wobec którego prawomocnie orzeczono zakaz ubiegania się o zamówienia publiczne; 1.1.5 jeżeli Zamawiający może stwierdzić, na podstawie wiarygodnych przesłanek, że Wykonawca zawarł z innymi Wykonawcami porozumienie mające na celu zakłócenie konkurencji, w szczególności, jeżeli należąc do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, złożyli odrębne oferty, oferty częściowe lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, chyba że wykażą, że przygotowali te oferty lub wnioski niezależnie od siebie; 1.1.6 jeżeli, w przypadkach, o których mowa w art. 85 ust. 1 ustawy, doszło do zakłócenia konkurencji wynikającego z wcześniejszego zaangażowania tego Wykonawcy lub podmiotu, który należy z Wykonawcą do tej samej grupy kapitałowej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, chyba że spowodowane tym zakłócenie konkurencji może być wyeliminowane w inny sposób niż przez wykluczenie Wykonawcy z udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia; 1.2 art. 7 ust. 1 ustawy o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz.U. z 2025 poz. 514); 1.3 art. 5k rozporządzenia Rady (UE) nr 833/2014 z dnia 31 lipca 2014 r. dotyczącego środków ograniczających w związku z działaniami Rosji destabilizującymi sytuację na Ukrainie (Dz. Urz. UE nr L 229 z 31.07.2014, str. 1), w brzmieniu nadanym rozporządzeniem Rady (UE) 2022/576 w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 833/2014 dotyczącego środków ograniczających w związku z działaniami Rosji destabilizującymi sytuację na Ukrainie (Dz. Urz. UE nr L 111 z 8.04.2022, str. 1); 1.4 w przypadku, gdy na podwykonawcę lub dostawcę przypada ponad 10% wartości zamówienia, Zamawiający dokonuje obowiązkowej weryfikacji tego podmiotu w zakresie braku podstaw do wykluczenia na podstawie art. 5k rozporządzenia, wskazanego powyżej w treści SWZ. 2. Dodatkowo Zamawiający wykluczy Wykonawcę na podstawie przesłanek wskazanych w art. 109 ust. 1 pkt. 1, 4, 7 i 8 Ustawy PZP: 2.1. który naruszył obowiązki dotyczące płatności podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, z wyjątkiem przypadku, o którym mowa w art. 108 ust. 1 pkt 3 ustawy PZP, chyba że Wykonawca przed upływem terminu składania ofert dokonał płatności należnych podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłaty tych należności; 2.2. w stosunku, do którego otwarto likwidację, ogłoszono upadłość, którego aktywami zarządza likwidator lub sąd, zawarł układ z wierzycielami, którego działalność gospodarcza jest zawieszona albo znajduje się on w innej tego rodzaju sytuacji wynikającej z podobnej procedury przewidzianej w przepisach miejsca wszczęcia tej procedury; 2.3. który, z przyczyn leżących po jego stronie, w znacznym stopniu lub zakresie nie wykonał lub nienależycie wykonał albo długotrwale nienależycie wykonywał istotne zobowiązanie wynikające z wcześniejszej umowy w sprawie zamówienia publicznego

lub umowy koncesji, co doprowadziło do wypowiedzenia lub odstąpienia od umowy, odszkodowania, wykonania zastępczego lub realizacji uprawnień z tytułu rękojmi za wady, 2.4. który w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa wprowadził Zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji, że nie podlega wykluczeniu, spełnia warunki udziału w postępowaniu lub kryteria selekcji, co mogło mieć istotny wpływ na decyzje podejmowane przez Zamawiającego w postępowaniu o udzielenie zamówienia, lub który zataił te informacje lub nie jest w stanie przedstawić wymaganych podmiotowych środków dowodowych, 3. Zamawiający wskazuje, że w zakresie przesłanki wykluczenia, o której mowa w ust. 2 powyżej Wykonawca składa oświadczenie w Części III Sekcja D jednolitego dokumentu „Podstawy wykluczenia o charakterze wyłącznie krajowym”. **PODMIOTOWE ŚRODKI DOWODOWE SKŁADANE NA WEZWANIE** 1. Zamawiający żąda podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie: 1.1. braku podstaw wykluczenia 1.2. spełniania warunków udziału w postępowaniu. 2. Zamawiający przed wyborem najkorzystniejszej oferty, wezwie Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 10 dni, aktualnych na dzień złożenia podmiotowych środków dowodowych. 3. Na wezwanie Zamawiającego Wykonawca, o którym mowa w pkt. 2 powyżej zobowiązany jest do złożenia następujących podmiotowych środków dowodowych: 3.1 Oświadczenie w formie jednolitego europejskiego dokumentu zamówienia (JEDZ) 3.2 informację z Krajowego Rejestru Karnego w zakresie określonym w art. 108 ust. 1 pkt 1 i 2 oraz w art. 108 ust. 1 pkt 4 Ustawy PZP, dotyczącą orzeczenia zakazu ubiegania się o zamówienie publiczne tytułem środka karnego, wystawioną nie wcześniej niż 6 miesięcy przed jej złożeniem; 3.3 oświadczenie Wykonawcy, w zakresie art. 108 ust. 1 pkt 5 Ustawy PZP, o braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086), z innym Wykonawcą, który złożył odrębną ofertę, albo oświadczenie o przynależności do tej samej grupy kapitałowej wraz z dokumentami lub informacjami potwierdzającymi przygotowanie oferty, niezależnie od innego Wykonawcy należącego do tej samej grupy kapitałowej (wzór stanowi Załącznik nr 4 do SWZ), 3.4 zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzające, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków i opłat, w zakresie art. 109 ust. 1 pkt 1 ustawy Pzp, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed jego złożeniem, 3.5 zaświadczenie albo inny dokument właściwej terenowej jednostki organizacyjnej Zakładu Ubezpieczeń Społecznych lub właściwego oddziału regionalnego lub właściwej placówki terenowej Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego potwierdzający, że Wykonawca nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne, w zakresie art. 109 ust. 1 pkt 1 ustawy Pzp, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed jego złożeniem, a w przypadku zalegania z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z zaświadczeniem albo innym dokumentem składa dokumenty potwierdzające, że przed upływem terminu składania ofert Wykonawca dokonał płatności należnych składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłat tych należności; 3.6 odpis lub informację z Krajowego Rejestru Sądowego lub z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, w zakresie art. 109 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp, sporządzone nie wcześniej niż 3 miesiące przed jej złożeniem, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji; 3.7 wykaz usług wykonanych w okresie ostatnich 3 lat, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane (wzór stanowi Załącznik nr 5 do SWZ), 3.8 dowody określające czy usługi zamieszczone w „Wykazie usług” zostały wykonane należycie. Dowodami są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego dostawy były wykonywane, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych są wykonywane. A jeżeli Wykonawca z przyczyn niezależnych od niego nie jest w stanie uzyskać

tych dokumentów - oświadczenie Wykonawcy. W przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wystawione w okresie ostatnich 3 miesięcy. 3.9 wykaz osób skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych i doświadczenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami (wzór stanowi Załącznik nr 6 do SWZ). Wszelki szczegóły dotyczące powyższych informacji w dokumencie SWZ. Komunikowanie się z Wykonawcami: w postępowaniu Zamawiający wymaga przekazywania oświadczeń, wniosków, zawiadomień oraz informacji przy użyciu środków komunikacji elektronicznej za pomocą platformy zakupowej. Szczegółowe informacje w zakresie terminu realizacji zamówienia (szczegółowe terminy rozpoczęcia, realizacji poszczególnych działań i zakończenia) zawarte są w SWZ.

Legal basis:

Directive 2014/24/EU

2.1.6. Grounds for exclusion

Sources of grounds for exclusion: Procurement Document

5. Lot

5.1. Lot: LOT-0001

Title: Usługa zakupu mediów i przestrzeni reklamowej na potrzeby Kampanii „Czytaj chwilę!” w ramach programu „Mała książka – wielki człowiek” realizowanej w 2026 roku

Description: Usługa zakupu mediów i przestrzeni reklamowej na potrzeby Kampanii „Czytaj chwilę!” w ramach programu „Mała książka – wielki człowiek” realizowanej w 2026 roku, w tym: zakup czasu antenowego w telewizji, radiu, nośników OOH (citylighty), zamówienie sponsorowanych materiałów telewizyjnych, radiowych, digitalowych i prasowych, płatna promocja w Internecie i mediach społecznościowych oraz reklama w miejscach użyteczności publicznej. Zamówienie obejmuje przygotowanie i wdrożenie Strategii Mediowej dla Kampanii oraz zakup i obsługę emisji kampanii reklamowej w Mediach. Uwaga! W zakres zamówienia nie wchodzi produkcja Materiałów Reklamowych, za którą będzie odpowiadał Wykonawca wybrany w osobnym zamówieniu. Kampania Instytutu Książki w 2026 roku będzie kolejną odsłoną kampanii społecznej skoncentrowanej wokół programu bookstartowego Instytutu Książki „Mała książka – wielki człowiek”. W ramach tego ogólnopolskiego projektu bezpłatne wyprawki czytelnicze (dedykowane książki wraz z broszurami informacyjnymi dla opiekunów /rodziców) otrzymują: - rodzice nowo narodzonych dzieci na oddziałach położniczych i noworodkowych w większości szpitali w całej Polsce (około 280 szpitali), - dzieci w wieku przedszkolnym w bibliotekach biorących udział w projekcie, jeśli odwiedzą je z rodzicami lub opiekunami (w projekt zaangażowanych jest ponad 7000 bibliotek publicznych w Polsce), - dzieci rozpoczynające naukę w pierwszych klasach wszystkich szkół podstawowych w całej Polsce (około 13 500 szkół podstawowych).

5.1.1. Purpose

Main nature of the contract: Services

Main classification (cpv): 79341400 Advertising campaign services

Additional classification (cpv): 79340000 Advertising and marketing services, 79341100

Advertising consultancy services, 79341200 Advertising management services

Options:

Description of the options: Zamawiający nie przewiduje prawa opcji. Zamawiający przewiduje możliwości udzielenia zamówienia polegającego na powtórzeniu podobnych usług na podstawie art. 214 ust. 1 pkt 7 ustawy PZP. Zamówienia te będą polegały na powtórzeniu podobnych jednej lub kilku usług spośród następujących usług objętych niniejszym zamówieniem. Warunki, na jakich będą udzielone ww. zamówienia, będą odpowiadały warunkom określonym w niniejszym postępowaniu oraz we wzorze umowy

5.1.2. Place of performance

Country subdivision (NUTS): Miasto Kraków (PL213)

Country: Poland

5.1.3. Estimated duration

Start date: 01/06/2026

Duration end date: 04/12/2026

5.1.4. Renewal

Maximum renewals: 0

5.1.6. General information

Reserved participation:

Participation is not reserved.

Procurement Project not financed with EU Funds.

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement (GPA): no

Additional information: WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU 1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy nie podlegają wykluczeniu (rozdział VI SWZ) oraz spełniają określone przez Zamawiającego warunki udziału w postępowaniu (poniżej). 2. O udzielenie zamówienia w niniejszym postępowaniu mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy spełniają warunki dotyczące: 2.1. zdolności do występowania w obrocie gospodarczym: „Nie dotyczy” 2.2. uprawnień do prowadzenia określonej działalności gospodarczej lub zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów: „Nie dotyczy” 2.3. sytuacji ekonomicznej lub finansowej: Zamawiający nie stawia dodatkowych warunków. 2.4. zdolności technicznej lub zawodowej - o udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który wykaże, że: 2.4.1. posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie, tj. w okresie ostatnich trzech (3) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, wykonał należycie: a) 1 usługę, której przedmiotem była realizacja kampanii reklamowej obejmującej co najmniej: przeprowadzenie działań w mediach tradycyjnych (minimum telewizja i radio –zapewnienie emisji spotów) oraz w Internecie i z wykorzystaniem mediów społecznościowych o wartości nie mniejszej niż 2 000 000,00 (dwa miliony) zł brutto, b) 2 (dwie) usługi, których przedmiotem była realizacja kampanii społecznych obejmujących co najmniej: działania w mediach tradycyjnych (minimum telewizja –zapewnienie emisji spotów) oraz w Internecie i z wykorzystaniem mediów społecznościowych realizowanych dla organizacji non-profit (przez co będą rozumiane organizacje pozarządowe, instytucje samorządowe lub rządowe) lub dla spółek Skarbu Państwa lub spółek komunalnych. UWAGA: W zakresie warunku wskazanego w pkt 2.4.1, w przypadku, gdy usługa wykazana przez Wykonawcę na spełnienie warunku opisanego w lit. a) powyżej była kampanią społeczną i była realizowana na rzecz organizacji non-profit (przez co będą rozumiane organizacje pozarządowe, instytucje samorządowe lub rządowe) lub dla spółek Skarbu Państwa lub spółek komunalnych, Zamawiający uzna spełnienie warunku opisanego w lit. b) odpowiednio w części (wykazanie 1 usługi). 2.4.2. skierują do realizacji zamówienia osoby zdolne do realizacji zamówienia, tj. skierują zespół składający się z co najmniej: a) Account Manager (1 osoba) - posiadający minimum 3 lata doświadczenia zawodowego w zakresie pełnienia funkcji

kierowniczych przy przygotowaniu i prowadzeniu kampanii reklamowych i społecznych w mediach tradycyjnych (radio, telewizja) oraz w Internecie (serwisy internetowe i media społecznościowe), b) Performance Manager (1 osoba) – posiadający minimum 3 lata doświadczenia zawodowego przy przygotowaniu i prowadzeniu kampanii reklamowych i społecznych, w tym minimum jednej kampanii społecznej obejmującej działania co najmniej z wykorzystaniem mediów tradycyjnych (telewizja, radio) oraz Internetu (serwisy internetowe i media społecznościowe), c) Media Planner (1 osoba) – posiadający minimum 3 lata doświadczenia zawodowego w realizacji kampanii; UWAGA: Zamawiający nie dopuszcza łączenia powyższych funkcji, tj. do pełnienia z każdej funkcji musi być wyznaczona odrębna osoba. 3. Weryfikacji i oceny warunków udziału w postępowaniu Zamawiający dokona na podstawie oświadczeń i dokumentów składanych przez uczestniczących w postępowaniu Wykonawców z zachowaniem sposobu i formy, o których mowa w SWZ. 4. Do przeliczenia na PLN wartości wskazanej w dokumentach złożonych na potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu, wyrażonej w walutach innych niż PLN, Zamawiający przyjmie średni kurs publikowany przez Narodowy Bank Polski dla tej waluty z dnia publikacji ogłoszenia o zamówieniu. 5. Oceniając zdolność techniczną lub zawodową, Zamawiający może, na każdym etapie postępowania, uznać, że Wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli posiadanie przez Wykonawcę sprzecznych interesów, w szczególności zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych Wykonawcy w inne przedsięwzięcia gospodarcze Wykonawcy może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia. ZAMAWIAJĄCY NIE WYMAGA PRZEDSTAWIENIA PRZEDMIOTOWYCH ŚRODKÓW DOWODOWYCH

5.1.9. Selection criteria

Sources of selection criteria: Procurement Document

5.1.10. Award criteria

Criterion:

Type: Price

Name: Cena

Description: $C = (C_{min} / C_i) * \text{waga } C$ – ilość otrzymanych punktów za kryterium „cena” C_{min} – najniższa cena spośród ofert nieodrzuconych C_i – cena oferty badanej (do oceny brane są pod uwagę ceny brutto)

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 35

Criterion:

Type: Quality

Name: Parametry kampanii w Internecie – kryterium świadomości marki „Mała książka – wielki człowiek” - liczba unikalnych użytkowników (UU), którzy zobaczyli reklamę

Description: W tym kryterium ocena będzie przyznawana na podstawie zaproponowanego przez Wykonawcę w ofercie zagregowanej sumy zasięgu działań promocyjnych w Internecie (liczby unikalnych użytkowników - UU) zgodnie z następującymi zasadami: 1) w razie zaoferowania wymaganej minimalnej liczby unikalnych użytkowników wynoszącej 35 000 000 – oferta otrzyma 0 punktów; 2) w razie zaoferowania liczby unikalnych użytkowników wynoszącej 45 000 000 lub więcej – oferta otrzyma 15 punktów; 3) w razie zaoferowania liczby unikalnych użytkowników większej od 35 000 000 i mniejszej niż 45 000 000 oferta otrzyma liczbę punktów wyliczoną zgodnie z następującym wzorem: $P_{uu} = (L_{uu} - 35\,000\,000) / 666\,666$ Gdzie: P_{uu} – liczba punktów przyznanych badanej ofercie za oferowane parametry kampanii w Internecie L_{uu} – liczba unikalnych użytkowników zaoferowana w badanej ofercie Oferowana liczba unikalnych użytkowników powinna zostać przez Wykonawców wskazana w pkt 3 w Formularzu ofertowym (załącznik nr 1 do SWZ). Brak wskazania w formularzu

ofertowym liczby unikalnych użytkowników zostanie potraktowany przez Zamawiającego jako spełnienie minimalnej wymaganej wartości i nie zostaną przyznane punkty w tym kryterium. Oferta Wykonawcy, który zaoferuje liczbę unikalnych użytkowników mniejszą niż 35 000 000 UU, zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy, jako niezgodna z warunkami zamówienia.

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 15

Criterion:

Type: Quality

Name: 3 Parametry kampanii w Internecie - kryterium świadomości marki „Mała książka – wielki człowiek” – częstotliwość kontaktu z reklamą w grupie docelowej

Description: W tym kryterium ocena będzie przyznawana na podstawie zaproponowanego przez Wykonawcę w ofercie sumarycznego poziomu wyświetleń (częstotliwość) w Internecie w trakcie trwania kampanii zgodnie z następującymi zasadami (poziom częstotliwości rozumiany jest jako iloraz liczby wyświetleń do liczby UU – unikalnych użytkowników): 1) w razie zaoferowania wymaganej minimalnej liczby 2 - oferta otrzyma 0 punktów; 2) w razie zaoferowania liczby 3 - oferta otrzyma 2 punkty; 3) w razie zaoferowania liczby 4 – oferta otrzyma 4 punkty; 4) w razie zaoferowania liczby 5 – oferta otrzyma 6 punktów; 5) w razie zaoferowania liczby 6 – otrzyma 8 punktów; 6) w razie zaoferowania liczby 7 – otrzyma 10 punktów; Oferowany sumaryczny poziom wyświetleń (częstotliwość) w Internecie w trakcie trwania kampanii powinna zostać przez Wykonawców wskazana w pkt 3 w Formularzu ofertowym (załącznik nr 1 do SWZ). Brak wskazania w formularzu ofertowym sumarycznego poziomu wyświetleń (częstotliwości) w Internecie w trakcie trwania kampanii zostanie potraktowany przez Zamawiającego jako spełnienie minimalnego poziomu i nie zostaną przyznane punkty w tym kryterium. Oferta Wykonawcy, która będzie zawierała sumaryczny poziom wyświetleń (częstotliwość) mniejszy niż 2 lub większy niż 7, zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy, jako oferta niezgodna z warunkami zamówienia. W przypadku liczby większej niż 7 Zamawiający uzna reklamę za tzw. reklamę „natrętną”. 10%

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 10

Criterion:

Type: Quality

Name: Zasięgi OOH - Citylight

Description: W tym kryterium ocena będzie przyznawana na podstawie zaproponowanej przez Wykonawcę w ofercie liczby nośników typu citylight (1,2 m²×1,8 m².) w każdym z miast wymaganych w SWZ oraz przez okres wymagany w SWZ, zgodnie z następującymi zasadami: 1) w przypadku zaoferowania wymaganego minimalnego poziomu po 20 nośników w każdym z dziesięciu miast – oferta otrzyma 0 punktów; 2) w przypadku zaoferowania dodatkowych nośników w każdym z dziesięciu wymaganych miast – oferta otrzyma po 1 punkcie za każdy zaoferowany dodatkowo powyżej 20 nośnik per miasto, nie więcej jednak niż 10 punktów. Oferowana liczba nośników w każdym z wymaganych miast powinna zostać przez wykonawców wskazana w pkt 3 Formularza ofertowego (załącznik nr 1 do SWZ). Brak wskazania w formularzu ofertowym liczby nośników typu citylight o wymiarach 1,2×1,8 m. w każdym z miast wymaganych w SWZ oraz przez okres wymagany w SWZ zostanie potraktowany przez Zamawiającego jako spełnienie minimalnego poziomu i nie zostaną przyznane punkty w tym kryterium. Uwaga! Oferta Wykonawcy, który zaoferuje liczbę nośników w każdym z dziesięciu miast mniejszą niż 20 nośników zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy, jako niezgodna z SWZ.

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 10

Criterion:

Type: Quality

Name: Parametry kampanii w telewizji – kryterium świadomości marki „Mała książka – wielki człowiek” - wartość procentowa zasięgu 3+

Description: W tym kryterium ocena będzie przyznawana na podstawie zaproponowanej przez Wykonawcę w ofercie wartości procentowej zasięgu 3+, zgodnie z następującymi zasadami:

1) w razie zaoferowania wymagalnej minimalnej wartości procentowej zasięgu 3+ w wysokości równej 35% – oferta otrzyma 0 punktów; 2) w razie zaoferowania wartości procentowej zasięgu 3+ w wysokości 45% lub więcej – oferta otrzyma 10 punktów; 3) w razie zaoferowania wartości procentowej zasięgu 3+ w wysokości większej od 35%, ale mniejszej niż 45% – oferta otrzyma liczbę punktów wyliczoną zgodnie z następującym wzorem: $P_{proc} = ((L_{proc} - 35) * 1,00)$ gdzie: P_{proc} – liczba punktów przyznanych badanej ofercie za oferowane parametry kampanii w telewizji w zakresie wartości procentowej zasięgu 3+ L_{proc} – wartość procentowa zasięgu 3+ zaoferowana w badanej ofercie (liczba procent np. dla 35% $L_{proc} = 35$) Oferowana wartość procentowa zasięgu 3+ powinna zostać przez Wykonawców wskazana w pkt 3 Formularza ofertowego (załącznik nr 1 do SWZ). Brak wskazania w formularzu ofertowym wartości procentowej zasięgu 3+ zostanie potraktowany przez Zamawiającego jako spełnienie minimalnej wymaganej wartości i nie zostaną przyznane punkty w tym kryterium. Oferta Wykonawcy, który zaoferuje wartość procentową zasięgu 3+ mniejszą niż 35%, zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy, jako oferta niezgodna z warunkami zamówienia.

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 10

Criterion:

Type: Quality

Name: Parametry kampanii w telewizji – kryterium świadomości marki „Mała książka – wielki człowiek” - liczba punktów GRP

Description: W tym kryterium ocena będzie przyznawana na podstawie zaproponowanej przez Wykonawcę w ofercie liczby punktów GRP, zgodnie z następującymi zasadami:

1) w razie zaoferowania wymaganej minimalnej liczby 400 punktów GRP – oferta otrzyma 0 punktów; 2) w razie zaoferowania liczby 500 lub więcej punktów GRP – oferta otrzyma 10 punktów; 3) w razie zaoferowania liczby punktów GRP większej od 400 ale nie większej niż 500 – oferta otrzyma liczbę punktów wyliczoną zgodnie z następującym wzorem: $P_{grp} = (L_{grp} - 400) / 10$ gdzie: P_{grp} – liczba punktów przyznanych badanej ofercie za oferowane parametry kampanii w telewizji w zakresie liczby punktów GRP L_{grp} – liczba zaoferowanych punktów GRP w badanej ofercie Oferowana liczba punktów GRP powinna zostać przez Wykonawców wskazana w pkt 3 w Formularzu ofertowym (załącznik nr 1 do SWZ). Brak wskazania w formularzu ofertowym liczby punktów GRP zostanie potraktowany przez Zamawiającego jako wykazanie spełnienia minimalnej wymaganej wartości i nie zostaną przyznane punkty w tym kryterium. Uwaga! Oferta Wykonawcy, który zaoferuje liczbę punktów GRP mniejszą niż 400 zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy, jako oferta niezgodna z warunkami zamówienia. Liczba punktów GRP dotyczy sumy dwóch 3-tygodniowych odsłon kampanii. 10%

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 10

Criterion:

Type: Quality

Name: Parametry kampanii w radio – kryterium świadomości marki „Mała książka – wielki człowiek” - liczba punktów GRP

Description: Parametry kampanii w radio – kryterium świadomości marki „Mała książka – wielki człowiek” - liczba punktów GRP W tym kryterium ocena będzie przyznawana na podstawie zaproponowanej przez Wykonawcę w ofercie liczby punktów GRP, zgodnie z następującymi zasadami: 1) w razie zaoferowania wymaganej minimalnej liczby 300 punktów GRP – oferta otrzyma 0 punktów; 2) w razie zaoferowania liczby 400 lub więcej punktów GRP – oferta otrzyma 10 punktów; 3) w razie zaoferowania liczby punktów GRP większej od 300 ale nie większej niż 400 – oferta otrzyma liczbę punktów wyliczoną zgodnie z następującym wzorem: $P_{grp} = (L_{grp} - 300)/10$ gdzie: P_{grp} – liczba punktów przyznanych badanej ofercie za oferowane parametry kampanii radiowej w zakresie liczby punktów GRP L_{grp} – liczba zaoferowanych punktów GRP w badanej ofercie Oferowana liczba punktów GRP powinna zostać przez Wykonawców wskazana w pkt 3 w Formularzu ofertowym (załącznik nr 1 do SWZ). Brak wskazania w formularzu ofertowym liczby punktów GRP zostanie potraktowany przez Zamawiającego jako wykazanie spełnienia minimalnej wymaganej wartości i nie zostaną przyznane punkty w tym kryterium. Uwaga! Oferta Wykonawcy, który zaoferuje liczbę punktów GRP mniejszą niż 300 zostanie odrzucona na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5) ustawy, jako oferta niezgodna z warunkami zamówienia. Liczba punktów GRP dotyczy sumy dwóch 3-tygodniowych odsłon kampanii. 10%

Category of award weight criterion: Weight (percentage, exact)

Award criterion number: 10

5.1.11. Procurement documents

Languages in which the procurement documents are officially available: Polish

Address of the procurement documents: <https://platformazakupowa.pl/transakcja/1289997>

5.1.12. Terms of procurement

Terms of submission:

Electronic submission: Required

Address for submission: <https://platformazakupowa.pl/transakcja/1289997>

Languages in which tenders or requests to participate may be submitted: Polish

Electronic catalogue: Allowed

Description of the financial guarantee: 1. Wykonawca jest zobowiązany do wniesienia wadium w wysokości 45 000,00 zł (słownie: czterdzieści pięć tysięcy). 2. Wadium musi być wniesione przed upływem terminu składania ofert w jednej lub kilku następujących formach wymienionych w art. 97 ust. 7 ustawy Pzp, w zależności od wyboru Wykonawcy. 3. Jeżeli wadium jest wnoszone w formie gwarancji lub poręczenia Wykonawca przekazuje Zamawiającemu oryginał gwarancji lub poręczenia w postaci elektronicznej, tj. sporządzonej i podpisanej przez podmiot wystawiający dokument wadialny. Wadium takie musi obejmować cały okres związania ofertą. Treść gwarancji lub poręczenia nie może zawierać postanowień uzależniających jego dalsze obowiązywanie od zwrotu oryginału dokumentu gwarancyjnego do gwaranta. 4. W przypadku wadium wnoszonego w formie poręczeń lub gwarancji należy wskazać – „Instytut Książki”. 5. W przypadku wniesienia wadium w formie gwarancji lub poręczenia, koniecznym jest, aby gwarancja lub poręczenie obejmowały odpowiedzialność za wszystkie przypadki powodujące utratę wadium przez Wykonawcę, określone w art. 98 ust. 6 ustawy Pzp. 6. Gwarancja lub poręczenie musi zawierać w swojej treści nieodwołalne i bezwarunkowe zobowiązanie wystawcy dokumentu do zapłaty na rzecz Zamawiającego kwoty wadium płatne na pierwsze pisemne żądanie Zamawiającego. 7. Wadium wniesione w formie gwarancji (bankowej czy ubezpieczeniowej) musi mieć taką samą płynność jak wadium wniesione w pieniądzu – dochodzenie roszczenia z tytułu wadium wniesionego w tej formie nie może być utrudnione. Dlatego w treści gwarancji powinna znaleźć się klauzula stanowiąca, iż wszystkie spory odnośnie gwarancji będą rozstrzygane zgodnie z prawem polskim i poddane

jurysdykcji sądów polskich, chyba, że inna właściwość wynika z przepisów prawa. 8. Wadium wniesione w pieniądzu przelewem na rachunek bankowy musi wpłynąć na rachunek bankowy Zamawiającego nr 46 1130 1150 0012 1269 2720 0049 (w tytule przelewu należy wpisać numer postępowania, tj. OZP.261.4.2026/PZP), najpóźniej przed upływem terminu składania ofert. Ze względu na ryzyko związane z czasem trwania okresu rozliczeń międzybankowych Zamawiający zaleca dokonanie przelewu ze stosownym wyprzedzeniem. 9. Zamawiający dokona zwrotu wadium na zasadach określonych w art. 98 ust. 1 i 2 ustawy Pzp. Wykonawca będzie miał możliwość w przypadkach określonych w art. 98 ust. 2 ustawy Pzp wystąpienia o zwrot wadium, przy czym złożenie wniosku o zwrot wadium spowoduje rozwiązanie stosunku prawnego Zamawiającego z Wykonawcą i utratę przez Wykonawcę prawa do korzystania ze środków ochrony prawnej, uregulowanych w Dziale IX ustawy Pzp. 10. Zamawiający zwróci wadium wniesione w innej formie niż w pieniądzu poprzez złożenie gwarantowi lub poręczycielowi oświadczenia o zwolnieniu wadium. Zaleca się, aby poręczenie lub gwarancja wskazywały adres mailowy na jaki Zamawiający winien składać oświadczenie o zwolnieniu wadium, o którym mowa w art. 98 ust. 5 ustawy Pzp. 11. Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, w przypadkach określonych w art. 98 ust. 6 ustawy Pzp.

Deadline for receipt of tenders: 04/05/2026 10:00:00 (UTC+02:00) Eastern European Time, Central European Summer Time

Duration during which the tender must remain valid: 90 Days

Information about public opening:

Opening date: 04/05/2026 11:00:00 (UTC+02:00) Eastern European Time, Central European Summer Time

Additional information: Termin związania ofertą określony datą: 2026-08-01

Terms of contract:

The execution of the contract must be performed within the framework of sheltered employment programmes: No

Electronic invoicing: Allowed

Electronic ordering will be used: yes

Electronic payment will be used: yes

5.1.15. Techniques

Framework agreement:

No framework agreement

Information about the dynamic purchasing system:

No dynamic purchase system

5.1.16. Further information, mediation and review

Review organisation: Krajowa Izba Odwoławcza

Information about review deadlines: 1. Odwołanie wnosi się w terminie 10 dni od dnia przekazania informacji o czynności zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia, jeżeli informacja została przekazana przy użyciu środków komunikacji elektronicznej 2.

Odwołanie wobec treści ogłoszenia wszczynającego postępowanie o udzielenie zamówienia lub wobec treści dokumentów zamówienia, wnosi się w terminie 10 dni od dnia publikacji ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej lub zamieszczenia dokumentów zamówienia na stronie internetowej. 3. Odwołanie w przypadkach innych niż określone w pkt. 6 i 7 wnosi się w terminie 10 dni od dnia, w którym powzięto lub przy zachowaniu należytej staranności można było powziąć wiadomość o okolicznościach stanowiących podstawę jego wniesienia, 4. Szczegółowe informacje dotyczące środków ochrony prawnej określone są w Dziale IX „Środki ochrony prawnej” ustawy Pzp.

Organisation providing additional information about the procurement procedure: INSTYTUT KSIĄŻKI

Organisation providing offline access to the procurement documents: INSTYTUT KSIĄŻKI

Organisation providing more information on the review procedures: Krajowa Izba Odwoławcza

Organisation receiving requests to participate: INSTYTUT KSIĄŻKI

Organisation processing tenders: INSTYTUT KSIĄŻKI

8. Organisations

8.1. ORG-0001

Official name: Krajowa Izba Odwoławcza

Registration number: 5262239325

Postal address: ul. Postępu 17a

Town: Warszawa

Postcode: 02-676

Country subdivision (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Country: Poland

Email: odwolania@uzp.gov.pl

Telephone: 224587840

Internet address: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

Roles of this organisation:

Review organisation

Organisation providing more information on the review procedures

8.1. ORG-0002

Official name: INSTYTUT KSIĄŻKI

Registration number: 6762670222

Postal address: ul. Zygmunta Wróblewskiego 6

Town: Kraków

Postcode: 31-148

Country subdivision (NUTS): Miasto Kraków (PL213)

Country: Poland

Email: biuro@instytutksiazki.pl

Telephone: +48 518 182 862

Internet address: <https://www.instytutksiazki.pl/>

Information exchange endpoint (URL): <https://platformazakupowa.pl/pn/instytutksiazki>

Buyer profile: <https://platformazakupowa.pl/pn/instytutksiazki>

Roles of this organisation:

Buyer

Organisation providing additional information about the procurement procedure

Organisation providing offline access to the procurement documents

Organisation receiving requests to participate

Organisation processing tenders

Notice information

Notice identifier/version: 890b48e8-d954-481e-b587-7377071f26d8 - 01

Form type: Competition

Notice type: Contract or concession notice – standard regime

Notice subtype: 16

Notice dispatch date: 03/04/2026 12:15:21 (UTC+00:00) Western European Time, GMT

Languages in which this notice is officially available: Polish

Notice publication number: 234570-2026

OJ S issue number: 67/2026

Publication date: 07/04/2026