

406949-2026 - Result

Poland – Advertising campaign services – Opracowanie koncepcji prowadzenia kampanii promocyjno-informacyjnej programu o akronimie EDU-FISH oraz jej przeprowadzenie
OJ S 113/2026 15/06/2026

Contract or concession award notice – standard regime

Services - Supplies

1. Buyer

1.1. Buyer

Official name: Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Email: starnawski@zut.edu.pl

Legal type of the buyer: Body governed by public law, controlled by a central government authority

Activity of the contracting authority: Education

2. Procedure

2.1. Procedure

Title: Opracowanie koncepcji prowadzenia kampanii promocyjno-informacyjnej programu o akronimie EDU-FISH oraz jej przeprowadzenie

Description: 1. Przedmiotem zamówienia jest opracowanie spójnej koncepcji prowadzenia kampanii promocyjno-informacyjnej programu edukacyjno-promocyjnego o akronimie EDU-FISH (zwanej dalej „Programem”) oraz przeprowadzenie według tej koncepcji kampanii promocyjno-informacyjnej na rzecz Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie (lider), Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Zespołu Szkół im. Prof. M. Siły-Nowickiego w Sierakowie oraz Gminy Sieraków (zwanym dalej „Partnerami Programu”) w celu osiągnięcia celów Programu. 2. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (OPZ) stanowi Załącznik nr 2 SWZ. Zamówienie będzie realizowane na warunkach określonych w Projektowanych postanowieniach Umowy (Wzór Umowy), stanowiących Załącznik nr 11 SWZ.

Procedure identifier: b044778f-bec9-45b8-8135-bf7582386a8c

Previous notice: 808441-2025

Internal identifier: ZP.WNoŻiR.200.II.2025

Type of procedure: Open

The procedure is accelerated: no

2.1.1. Purpose

Main nature of the contract: Services

Additional nature of the contract: Supplies

Main classification (cpv): 79341400 Advertising campaign services

Additional classification (cpv): 79341200 Advertising management services, 79341100 Advertising consultancy services

2.1.2. Place of performance

Country: Poland

Anywhere in the given country

Additional information: Kampania promocyjno - informacyjna ma docierać do odbiorców w całej Polsce

2.1.3. Value

Estimated value excluding VAT: 3 170 731,70 PLN

2.1.4. General information

Additional information: Informacje dodatkowe: I. Ilekroć w niniejszym ogłoszeniu używane jest określenie: 1) ustawa PZP - polska ustawa z dnia 11.09.2019 r. - Prawo zamówień publicznych, 2) SWZ lub Dokumenty zamówienia - sporządzony dla niniejszego postępowania (i trybu przetargu nieograniczonego) dokument zamówienia, o którym mowa w art. 133 i 134 ustawy PZP, wraz z załącznikami. II. Ofertę oraz dokument JEDZ należy podpisać kwalifikowanym podpisem elektronicznym. III. Ocena braku podstaw do wykluczenia nastąpi z uwzględnieniem dokumentów, o których mowa w dziale IX SWZ. IV. Przedmiotowe środki dowodowe, tj. dokumenty służące potwierdzeniu zgodności z pozacenowymi kryteriami oceny ofert należy złożyć wraz z ofertą. Dokumentów tych nie będzie można uzupełnić po upływie terminu składania ofert. V. Zamawiający przewiduje w niniejszym postępowaniu zastosowanie procedury, o której mowa w art. 139 ust. 1 ustawy PZP (Zamawiający najpierw dokona badania i oceny ofert, a następnie dokona kwalifikacji podmiotowej Wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona, w zakresie braku podstaw wykluczenia i spełniania warunków udziału w postępowaniu określonych w dziale VII i VIII SWZ). VI. Zamawiający przewiduje możliwość unieważnienia postępowania o udzielenie zamówienia, jeżeli środki publiczne, które Zamawiający zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości lub części zamówienia, nie zostały mu przyznane.

Legal basis:

Directive 2014/24/EU

art. 132 - 139 ustawy z dnia 11 września 2019 r - Prawo zamówień publicznych

5. Lot

5.1. Lot: LOT-0001

Title: Opracowanie koncepcji prowadzenia kampanii promocyjno-informacyjnej programu o akronimie EDU-FISH oraz jej przeprowadzenie

Description: 1. Przedmiotem niniejszego zamówienia jest opracowanie spójnej koncepcji prowadzenia kampanii promocyjno-informacyjnej programu edukacyjno-promocyjnego o akronimie EDUFISH (zwanej dalej „Programem”) oraz przeprowadzenie według tej koncepcji kampanii promocyjno-informacyjnej jak wyżej (zwanej dalej „Kampanią”) na rzecz Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie (lider), Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Zespołu Szkół im. Prof. M. Siły-Nowickiego w Sierakowie oraz Gminy Sieraków (zwanych dalej „Partnerami Programu”) w celu osiągnięcia celów Programu. 2. Oprócz przygotowania koncepcji, o której mowa w ust. 1 powyżej (zwanej dalej „Koncepcją”), do leżących po stronie Wykonawcy obowiązków wymaganych do wykonania w ramach prowadzonej Kampanii należy również przeprowadzenie następujących działań minimum, wymagających uwzględnienia w ramach przygotowania i przeprowadzenia Koncepcji: 1) Opracowanie harmonogramu oraz zasad monitorowania i ewaluacji Kampanii; 2) Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej (key visual) oraz zasadami stosowania zaprojektowanych elementów graficznych z uwzględnieniem oznakowania wspólnotowych UE (zgodnie z wymogami Programu) i oznakowań Partnerów Programu; 3) Opracowanie kreatywne graficznych linii projektowych, spójnych z założeniami rekomendowanej Koncepcji oraz ich dalsze adaptacje w ramach działań w Kampanii; 4) Koordynacja działań w Kampanii między Partnerami Programu; 5) Zakup wskazanych w Koncepcji form prowadzenia Kampanii, w tym profesjonalnych kont na platformach społecznościowych wraz z opłaceniem aktywności

internetowych dla każdego z Partnerów Programu; 6) Zakup niezbędnego oprogramowania i zabezpieczenie serwerów koniecznych do prowadzenia Kampanii w internecie; 7) Zaplanowanie i przeprowadzenie wspólnego przekazu Partnerów Programu w ramach działań Public Relations; 8) Zaprojektowanie, zakup i dostarczenie systemów ekspozycyjno - wystawienniczych wykorzystywanych w wydarzeniach targowych, wystawienniczych, rekrutacyjnych i promocyjnych; 9) Zaplanowanie i organizacja wydarzeń, eventów promocyjnych adresowanych do grup docelowych oraz interesariuszy Programu; 10) Zaprojektowanie, zakup, wydruk i dystrybucja materiałów poligraficznych, gadżetów, a także odzieży, wykorzystywanych podczas Kampanii; 11) Okresowe raportowanie postępów Kampanii wraz z prowadzeniem rozliczeń realizowanych działań. 3. Do leżących po stronie Wykonawcy obowiązków składających się na przedmiot niniejszego zamówienia związanych z jego realizacją należy ponadto: 1) Dobór, skierowanie do realizacji Kampanii, w tym opracowania jej Koncepcji oraz utrzymywanie przez cały okres jej realizacji odpowiedniego personelu, niezbędnego do należytego wykonania Kampanii, z uwzględnieniem wymagań w tym zakresie określonych w dziale VIII ust. 5 SWZ; 2) Przeniesienie na Zamawiającego oraz innych Partnerów Programu majątkowych praw autorskich do dzieł (utworów w rozumieniu polskiej ustawy o ochronie praw autorskich i praw pokrewnych) wytworzonych w ramach realizacji przedmiotu niniejszego zamówienia; 3) Wykonanie innych świadczeń wskazanych we Wzorze Umowy (Załącznik nr 11 SWZ). 4. Oczekiwane (wymagane) przez Zamawiającego wytyczne do uwzględnienia w opracowaniu Koncepcji, jak też wymagania i szczegółowy zakres obowiązków, o których mowa w ust. 2 powyżej, jak też warunki ich realizacji, a także cele Programu, którym ma służyć Kampania oraz wskazanie jej grupy docelowej (adresatów działań promocyjno-informacyjnych podejmowanych w ramach prowadzonej Kampanii) – podaje Załącznik nr 2 SWZ (opis przedmiotu zamówienia - OPZ). 5. W zakresie nieuregulowanym w Załączniku nr 2 SWZ, warunki realizacji przedmiotu zamówienia, jak też warunki realizacji świadczeń, o których mowa w ust. 3 powyżej – określa również Wzór Umowy.

Internal identifier: ZP/WNoŻiR/200/II/2025.1

5.1.1. Purpose

Main nature of the contract: Services

Additional nature of the contract: Supplies

Main classification (cpv): 79341400 Advertising campaign services

Additional classification (cpv): 79341200 Advertising management services, 79341100

Advertising consultancy services

5.1.2. Place of performance

Country: Poland

Anywhere in the given country

Additional information: Kampania promocyjno - informacyjna ma docierać do odbiorców w całej Polsce

5.1.3. Estimated duration

Start date: 16/01/2026

Duration end date: 30/06/2029

5.1.5. Value

Estimated value excluding VAT: 3 170 731,70 PLN

5.1.6. General information

Procurement Project fully or partially financed with EU Funds.

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement (GPA): yes

Additional information: Na potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu Zamawiający będzie żądał od Wykonawcy, który złożył ofertę najwyższej ocenioną następujących dokumentów (podmiotowych środków dowodowych): 1. Wykaz usług; 2. Referencje potwierdzające należyte wykonanie usług z wykazu; 3. Wykaz osób.

5.1.10. Award criteria

Criterion:

Type: Price

Name: Cena

Description: W ramach kryterium „Cena” (wskaźnik wagi kryterium oznaczony jako „C”) – oferta z najniższą ceną za zamówienie uzyska 60 punktów wagowych. Pozostałe oferty otrzymają punkty w ilości proporcjonalnie mniejszej, wyliczonej według następującego wzoru: $LpOoC = (Nc / Co) \times 60$, gdzie: • LpOoC oznacza liczbę punktów za cenę w ramach kryterium w ofercie ocenianej; • Nc oznacza najniższą oferowaną cenę za zamówienie spośród ofert podlegających ocenie; • Co – oznacza cenę za zamówienie w ofercie ocenianej.

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

Award criterion number: 60

Criterion:

Type: Quality

Name: Jakość Kluczowego Personelu Wykonawczego

Description: 1. W ramach kryterium „Jakość Kluczowego Personelu Wykonawczego” (wskaźnik oznaczony jako „J”) ocenie podlegało dodatkowe doświadczenie osób Personelu Kluczowego Wykonawcy spośród wskazanych w dziale VIII ust. 5 pkt 1) lub 2) SWZ (ponad doświadczenie tam wskazane) oraz skierowanie zadeklarowanie, że w realizacji zamówienia uczestniczyć będzie, w charakterze (do pełnienia roli) specjalisty ds. mediów społecznościowych osoba o doświadczeniu wskazanym w pkt 3) poniżej. W ramach niniejszego kryterium oferty były oceniane w następujący sposób: 1) Jeżeli oferta Wykonawcy deklarowała (oferowała), że w realizacji zamówienia (Umowy o zamówienie) uczestniczyć będzie, jako kierownik (Lider), o którym mowa w dziale VIII ust. 5 pkt 1) SWZ osoba, co do której Wykonawca potwierdzi, iż w okresie ostatnich 5 lat przed terminem składania ofert w niniejszym postępowaniu, uczestniczyła bezpośrednio jako kierownik (lider) w więcej niż 2 należycie wykonanych kampaniach promocyjnych, reklamowych lub marketingowych, sprawując w każdej z nich, przez okres nie krótszy niż łącznie 6 miesięcy, funkcję (rolę) kierownika lub podobną (lidera) sprawującą się minimum do kierowania kampanią oraz nadzorem jej przebiegu, gdzie każda z wyżej wskazanych kampanii była o wartości (rozumianej jako wynagrodzenie płatne z tytułu wykonania kampanii) nie mniejszej niż 100 000 zł (słownie: sto tysięcy złotych) netto, oferta mogła otrzymać maksymalnie 10 punktów, zgodnie z poniższą zasadą: a) W przypadku zrealizowania co najmniej 3 kampanii jak wyżej - 2 pkt. b) W przypadku zrealizowania co najmniej 4 kampanii jak wyżej - 4 pkt. c) W przypadku zrealizowania co najmniej 5 kampanii jak wyżej - 6 pkt. d) W przypadku zrealizowania co najmniej 6 kampanii jak wyżej - 8 pkt. e) W przypadku zrealizowania co najmniej 7 kampanii jak wyżej - 10 pkt. Punkty określone w lit. a) - e) powyżej nie podlegały sumowaniu. 2) Jeżeli oferta Wykonawcy deklarowała (oferowała), że w realizacji zamówienia (Umowy o zamówienie) uczestniczyć będzie, jako specjalista ds. strategii lub planowania, przez którą należy rozumieć osobę odpowiadającą za przygotowanie Koncepcji (pomysłu i planu tej Kampanii) oraz jej wdrożenie w ramach prowadzonej Kampanii (tj. prowadzenie Kampanii zgodnie z tą Koncepcją), osoba, co do której Wykonawca potwierdzi, iż w okresie ostatnich 5 lat przed terminem składania ofert w niniejszym postępowaniu, brała bezpośredni udział w należytym przygotowaniu (była autorem lub współautorem) oraz wdrożeniu (tj. prowadzeniu kampanii zgodnie z tą koncepcją) więcej niż dwóch koncepcji prowadzenia kampanii

promocyjnych, reklamowych lub marketingowych, oferta mogła otrzymać maksymalnie 10 punktów, zgodnie z poniższą zasadą: a) W przypadku przygotowania i wdrożenia co najmniej 10 koncepcji - 5 pkt. b) W przypadku przygotowania i wdrożenia co najmniej 20 koncepcji - 10 pkt. Punkty określone w lit. a) - b) powyżej nie podlegały sumowaniu. 3) Jeżeli oferta Wykonawcy deklarowała (oferowała), że w realizacji zamówienia (Umowy o zamówienie) uczestniczyć będzie dodatkowa osoba, w charakterze (do pełnienia roli) specjalisty ds. mediów społecznościowych, przez którą należy rozumieć osobę odpowiadającą za tworzenie i wdrażanie strategii komunikacji w mediach społecznościowych, tworzenie atrakcyjnych i spójnych treści (tekstowych, graficznych, wideo) dopasowanych do specyfiki poszczególnych platform społecznościowych, atrakcyjnych dla docelowej grupy odbiorców, zarządzanie kampanią w mediach społecznościowych (planowanie, tworzenie i optymalizację płatnych kampanii online w mediach społecznościowych), a także monitorowanie i analiz danych (śledzenie wskaźników, takich jak zasięgi, zaangażowanie czy konwersje w celu mierzenia efektywności działań i wprowadzania potrzebnych zmian) osoba, która w okresie ostatnich 5 lat przed terminem składania ofert w niniejszym postępowaniu, uczestniczyła bezpośrednio w co najmniej 2 kampaniach promocyjnych, reklamowych lub marketingowych, w których zajmowała się wszystkimi wskazanymi wyżej działaniami przypisanymi specjalście ds. mediów społecznościowych na minimum 3 różnych platformach mediów społecznościowych - oferta otrzymywała 20 pkt.

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

Award criterion number: 40

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. Jeżeli informacja o czynności Zamawiającego stanowiącej podstawę odwołania została przekazana w inny sposób niż przy użyciu środków komunikacji elektronicznej jak wyżej – termin na wniesienie odwołania wynosi 15 dni od dnia przekazania w inny sposób niż przy użyciu środków komunikacji elektronicznej informacji o czynności Zamawiającego stanowiącej podstawę jego wniesienia. Powyższe w niniejszym ustępie podaje się z zastrzeżeniem ust. 2 i 3 poniżej. 2. Odwołanie wobec treści ogłoszenia wszczynającego niniejsze postępowanie o udzielenie zamówienia lub wobec treści dokumentów zamówienia w niniejszym postępowaniu 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 ust. 1 i 2 powyżej 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.

6. Results

Value of all contracts awarded in this notice: 2 670 818,00 PLN

6.1. Result lot identifier: LOT-0001

Winner selection status: At least one winner was chosen.

6.1.2. Information about winners

Winner:

Name of the tendering party: Konsorcjum Fabryka Komunikacji Społecznej

Leader of tendering party: Fabryka Komunikacji Społecznej s.c. Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz

Official name: Fabryka Komunikacji Społecznej sp. z o.o.

Tender:

Tender identifier: 1

Identifier of lot or group of lots: LOT-0001

Value of the tender: 2 670 818,00 PLN

Subcontracting: No

Contract information:

Identifier of the contract: ZP/WNoŻiR/200/II/2025

Date of the conclusion of the contract: 14/05/2026

Information about European Union funds:

Name of EU-financed project or programme: European Maritime and Fisheries Fund (EMFF) (2021/2027)

Identifier of EU funds: UMOWA O DOFINANSOWANIE NR FEDR.02.01-IP.01-0001/24

6.1.4. Statistical information

Received tenders or requests to participate:

Type of received submissions: Tenders

Number of tenders or requests to participate received: 7

Type of received submissions: Tenders submitted electronically

Number of tenders or requests to participate received: 7

Type of received submissions: Tenders from micro, small or medium tenderers

Number of tenders or requests to participate received: 7

Type of received submissions: Tenders from tenderers registered in other European Economic Area countries than the country of the buyer

Number of tenders or requests to participate received: 0

Type of received submissions: Tenders from tenders registered in countries outside of the European Economic Area

Number of tenders or requests to participate received: 0

Type of received submissions: Tenders verified and inadmissible because of an abnormally low price or cost

Number of tenders or requests to participate received: 3

8. Organisations

8.1. ORG-0001

Official name: Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Registration number: 8522545056

Department: Dział Zamówień Publicznych

Postal address: al. Piastów 17

Town: Szczecin

Postcode: 70-310

Country subdivision (NUTS): Miasto Szczecin (PL424)

Country: Poland

Contact point: <https://ezamowienia.gov.pl/pl/>
Email: starnawski@zut.edu.pl
Telephone: 480914494918
Internet address: <https://ezamowienia.gov.pl/pl/>
Information exchange endpoint (URL): <https://ezamowienia.gov.pl/pl/>
Buyer profile: <https://ezamowienia.gov.pl/pl/>

Roles of this organisation:

Buyer

8.1. ORG-0002

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

Roles of this organisation:

Review organisation

8.1. ORG-0004

Official name: Fabryka Komunikacji Społecznej sp. z o.o.
Size of the economic operator: Small
Registration number: 7010330642, 145941492
Postal address: ul. Filtrowa 75/22
Town: Warszawa
Postcode: 02-032
Country subdivision (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)
Country: Poland

Roles of this organisation:

Tenderer

Winner of these lots: LOT-0001

8.1. ORG-0007

Official name: Fabryka Komunikacji Społecznej s.c. Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz
Size of the economic operator: Small
Registration number: 1132436410, 015550878
Postal address: ul. Filtrowa 75/22
Town: Warszawa
Postcode: 02-032
Country subdivision (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)
Country: Poland

Roles of this organisation:

Tenderer

Leader of tendering party

Winner of these lots: LOT-0001

8.1. ORG-0000

Official name: Publications Office of the European Union
Registration number: PUBL
Town: Luxembourg

Postcode: 2417
Country subdivision (NUTS): Luxembourg (LU000)
Country: Luxembourg
Email: ted@publications.europa.eu
Telephone: +352 29291
Internet address: <https://op.europa.eu>

Roles of this organisation:

TED eSender

Notice information

Notice identifier/version: 212e1722-4a38-43f0-b481-9d9abac3bb33 - 01
Form type: Result
Notice type: Contract or concession award notice – standard regime
Notice subtype: 29
Notice dispatch date: 11/06/2026 17:00:38 (UTC+00:00) Western European Time, GMT
Languages in which this notice is officially available: Polish
Notice publication number: 406949-2026
OJ S issue number: 113/2026
Publication date: 15/06/2026