

338653-2026 - Wyniki

Polska – Usługi w zakresie promocji – Kampania repositionująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

OJ S 94/2026 18/05/2026

Ogłoszenie o udzieleniu zamówienia lub ogłoszenie o udzieleniu koncesji – tryb standardowy Usługi

1. Nabywca

1.1. Nabywca

Oficjalna nazwa: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

E-mail: stupakowskamalgorzata@gmail.com

Status prawny nabywcy: Instytucja regionalna

Sektor działalności instytucji zamawiającej: Organizacja wypoczynku, kultura i religia

2. Procedura

2.1. Procedura

Tytuł: Kampania repositionująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

Opis: Na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych (tj. Dz.U. z 2024 r., poz. 1320 ze zm.), Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna jest Zamawiającym upoważnionym do przeprowadzenia postępowania, udzielenia zamówienia Wykonawcy, którego oferta będzie wybrana jako najkorzystniejsza w imieniu i na rzecz czterech partnerów finansujących, od których będzie pochodziło finansowanie działań będących przedmiotem zamówienia, tj.: Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (Polska) Fundacja Bocianie Gniazdo w Runowie (Polska) Administracja Samorządu Rejonu Kretyngańskiego (Litwa) Muzeum w Kretyndzie (Litwa) Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (PROT) pełni rolę lidera zamówienia publicznego i odpowiada za organizację postępowania przetargowego w imieniu czterech partnerów finansujących. Po wyborze wykonawcy każdy z partnerów finansujących działania podpisze osobną umowę z wykonawcą i opłaci przypadającą mu część wynagrodzenia. 1. Przedmiot zamówienia jest współfinansowany ze środków programu Interreg South Baltic 2021-2027 Działanie 3.1 Developing sustainable, resilient and innovative tourism. 2. Przetarg jest prowadzony jako wspólne zamówienie czterech instytucji partnerskich w ramach międzynarodowego projektu współpracy „Turystyka konna dla każdego – wspieranie integracyjnego i zorientowanego na obywateli rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku”, który jest współfinansowany przez UE w ramach programu Interreg South Baltic 2021-2027. Jest on realizowany wspólnie od 1 stycznia 2025 r. do 31 grudnia 2027 r. przez 10 instytucji z pięciu krajów i koncentruje się na pięciu regionach partnerskich, które służą jako poligon doświadczalny dla dalszego rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku: województwo pomorskie (Polska), powiat Kretinga (Litwa), wyspa Öland (Szwecja), Odsherred (Dania) i Meklemburgia-Pomorze Przednie (Niemcy). Cztery instytucje partnerskie zaangażowane w przetarg jako partnerzy finansujący będą zlecać i finansować wymagane usługi w wyraźnym celu wygenerowania korzyści dla wszystkich pięciu wyżej wymienionych regionów partnerskich projektu. Celem projektu „Turystyka konna dla każdego” jest przekształcenie obszaru Południowego Bałtyku w integracyjny, zrównoważony i całoroczny kierunek turystyki konnej, który oprócz klasycznej jazdy konnej oferuje dodatkowe

atrakcje związane z końmi, dostępne dla szerokiego grona odbiorców, nie tylko jeźdźców (np. kontemplacja z końmi, pikniki z końmi). Cel ten ma zostać osiągnięty poprzez budowanie regionalnych partnerstw w zakresie turystyki konnej, pilotażowe wdrażanie nowych rodzajów tras jeździeckich oraz opracowywanie innowacyjnych ofert turystyki konnej we współpracy z małymi i średnimi przedsiębiorstwami z branży jeździeckiej w pięciu regionach partnerskich. Integralną częścią i elementem łączącym działania jest wspólna kampania repositionowania i wizerunkowa, mająca na celu zmianę postrzegania turystyki konnej z ekskluzywnej formy spędzania wolnego czasu na formę dostępną dla wszystkich, niezależnie od statusu społecznego, wieku, ograniczeń fizycznych czy poziomu doświadczenia w jeździe konnej. Celem tego otwartego przetargu ogółouropejskiego jest znalezienie zewnętrznego dostawcy usług, który wesprze partnerstwo w opracowaniu i realizacji tej kampanii. W pierwszym etapie pożądana zmiana wizerunku turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku zostanie zakomunikowana i utrwalona wśród niemieckich turystów odwiedzających ten region. Przyciągnięcie tej grupy docelowej i otwarcie tego rynku źródłowego leżą we wspólnym interesie wszystkich regionów partnerskich, dlatego też zostanie to wykorzystane jako pierwszy wspólny „test”. Ponadto w tym kontekście należy zwrócić szczególną uwagę na promowanie turystyki konnej poza głównym sezonem, a także w mniej znanych lokalizacjach poza głównymi ośrodkami turystycznymi. W dalszej perspektywie zamierza się jednak wykorzystać nowy wizerunek i branding do marketingu na innych kluczowych rynkach europejskich, a także na odpowiednich rynkach krajowych każdego z krajów partnerskich. Szczególnie interesujący są goście krajowi odwiedzający region poza sezonem (np. właściciele drugich domów, osoby starsze) oraz mieszkańcy lokalni (np. osoby lub rodziny z okolicy, klasy szkolne), ponieważ dotarcie do nich może pomóc w uzyskaniu bardziej zrównoważonego popytu i dodatkowych dochodów dla małych i średnich przedsiębiorstw związanych z jeździectwem przez cały rok, a kontakt z końmi może ponadto bezpośrednio promować jakość życia mieszkańców. Kampania repositionowania i wizerunkowa, która ma zostać zaprojektowana i wdrożona przez wykonawcę, powinna zatem być specjalnie zaprojektowana w celu przyciągnięcia w pierwszym etapie niemieckich turystów (= główny, wspólny rynek źródłowy) do pięciu regionów partnerskich projektu „Turystyka konna dla każdego” wspomnianego powyżej głównego rynku. Jednocześnie jednak nowa marka i wizerunek powinny – w idealnym przypadku – być na tyle ogólne, aby można je było później wykorzystać również w krajowych kampaniach repositionowania i wizerunkowych, a także w działaniach skierowanych do odwiedzających z innych krajów obszaru Południowego Bałtyku i innych kluczowych rynków europejskich. 3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia „OPZ” został zawarty w załączniku nr 1 do SWZ.

Identyfikator procedury: 6f5d39e7-1838-44cf-9082-9c2bbc5f8626

Poprzednie ogłoszenie: 864947-2025

Wewnętrzny identyfikator: 2/2025

Rodzaj procedury: Otwarta

Procedura jest przyspieszona: nie

2.1.1. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79342200 Usługi w zakresie promocji

2.1.2. Miejsce realizacji

Podpodział krajowy (NUTS): Trójmiejski (PL633)

Kraj: Polska

2.1.4. Informacje ogólne

Podstawa prawna:

5. Część zamówienia

5.1. Część zamówienia: LOT-0001

Tytuł: Kampania repozycjonująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

Opis: 1. Przedmiot zamówienia jest współfinansowany ze środków programu Interreg South Baltic 2021-2027 Działanie 3.1 Developing sustainable, resilient and innovative tourism. 2.

Przetarg jest prowadzony jako wspólne zamówienie czterech instytucji partnerskich w ramach międzynarodowego projektu współpracy „Turystyka konna dla każdego – wspieranie

integracyjnego i zorientowanego na obywateli rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku”, który jest współfinansowany przez UE w ramach programu Interreg

South Baltic 2021-2027. Jest on realizowany wspólnie od 1 stycznia 2025 r. do 31 grudnia 2027 r. przez 10 instytucji z pięciu krajów i koncentruje się na pięciu regionach partnerskich,

które służą jako poligon doświadczalny dla dalszego rozwoju turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku: województwo pomorskie (Polska), powiat Kretinga (Litwa), wyspa

Öland (Szwecja), Odsherred (Dania) i Meklemburgia-Pomorze Przednie (Niemcy). Cztery instytucje partnerskie zaangażowane w przetarg jako partnerzy finansujący będą zlecać i

finansować wymagane usługi w wyraźnym celu wygenerowania korzyści dla wszystkich pięciu wyżej wymienionych regionów partnerskich projektu. Celem projektu „Turystyka konna dla

każdego” jest przekształcenie obszaru Południowego Bałtyku w integracyjny, zrównoważony i całoroczny kierunek turystyki konnej, który oprócz klasycznej jazdy konnej oferuje dodatkowe

atrakcje związane z końmi, dostępne dla szerokiego grona odbiorców, nie tylko jeźdźców (np. kontemplacja z końmi, pikniki z końmi). Cel ten ma zostać osiągnięty poprzez budowanie

regionalnych partnerstw w zakresie turystyki konnej, pilotażowe wdrażanie nowych rodzajów tras jeździeckich oraz opracowywanie innowacyjnych ofert turystyki konnej we współpracy z

małymi i średnimi przedsiębiorstwami z branży jeździeckiej w pięciu regionach partnerskich. Integralną częścią i elementem łączącym działania jest wspólna kampania repozycjonowania i

wizerunkowa, mająca na celu zmianę postrzegania turystyki konnej z ekskluzywnej formy spędzania wolnego czasu na formę dostępną dla wszystkich, niezależnie od statusu

społecznego, wieku, ograniczeń fizycznych czy poziomu doświadczenia w jeździe konnej. Celem tego otwartego przetargu ogółouropejskiego jest znalezienie zewnętrznego dostawcy

usług, który wesprze partnerstwo w opracowaniu i realizacji tej kampanii. W pierwszym etapie pożądana zmiana wizerunku turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku zostanie

zakomunikowana i utrwalona wśród niemieckich turystów odwiedzających ten region. Przyciągnięcie tej grupy docelowej i otwarcie tego rynku źródłowego leżą we wspólnym

interesie wszystkich regionów partnerskich, dlatego też zostanie to wykorzystane jako pierwszy wspólny „test”. Ponadto w tym kontekście należy zwrócić szczególną uwagę na

promowanie turystyki konnej poza głównym sezonem, a także w mniej znanych lokalizacjach poza głównymi ośrodkami turystycznymi. W dalszej perspektywie zamierza się jednak

wykorzystać nowy wizerunek i branding do marketingu na innych kluczowych rynkach europejskich, a także na odpowiednich rynkach krajowych każdego z krajów partnerskich.

Szczególnie interesujący są goście krajowi odwiedzający region poza sezonem (np. właściciele drugich domów, osoby starsze) oraz mieszkańcy lokalni (np. osoby lub rodziny z

okolicy, klasy szkolne), ponieważ dotarcie do nich może pomóc w uzyskaniu bardziej zrównoważonego popytu i dodatkowych dochodów dla małych i średnich przedsiębiorstw

związanych z jeździectwem przez cały rok, a kontakt z końmi może ponadto bezpośrednio promować jakość życia mieszkańców. Kampania repozycjonowania i wizerunkowa, która ma

zostać zaprojektowana i wdrożona przez wykonawcę, powinna zatem być specjalnie

zaprojektowana w celu przyciągnięcia w pierwszym etapie niemieckich turystów (= główny, wspólny rynek źródłowy) do pięciu regionów partnerskich projektu „Turystyka konna dla każdego” wspomnianego powyżej głównego rynku. Jednocześnie jednak nowa marka i wizerunek powinny – w idealnym przypadku – być na tyle ogólne, aby można je było później wykorzystać również w krajowych kampaniach repozycjonowania i wizerunkowych, a także w działaniach skierowanych do odwiedzających z innych krajów obszaru Południowego Bałtyku i innych kluczowych rynków europejskich. 3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia „OPZ” został zawarty w załączniku nr 1 do SWZ.

5.1.1. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79342200 Usługi w zakresie promocji

5.1.2. Miejsce realizacji

Podpodział krajowy (NUTS): Trójmiejski (PL633)

Kraj: Polska

5.1.3. Szacowany okres obowiązywania

Okres obowiązywania: 24 Miesiące

5.1.6. Informacje ogólne

Projekt zamówienia w pełni lub częściowo finansowany z funduszy UE

Zamówienie jest objęte zakresem Porozumienia w sprawie zamówień rządowych (GPA): nie

5.1.10. Kryteria udzielenia zamówienia

Kryterium:

Rodzaj: Cena

Opis: kryterium cena oferty/C Maksymalnie w tym kryterium można uzyskać 20 punktów (20%)

Liczba punktów przyznana ofercie w kryterium „cena oferty” zostanie obliczona wg wzoru:

$C = C_n / C_{ob} \times 20\%$ gdzie C – liczba punktów dla kryterium „cena oferty” CN – najniższa cena oferowana Cob – cena oferty rozpatrywanej

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: kryterium jakość proponowanego podejścia i metodologii zarządzania projektem

(Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia)/K Maksymalnie w tym kryterium można uzyskać

50 punktów (50%) Wykonawca przedstawi Koncepcję kreatywną realizacji zamówienia,

zawierającą propozycję wdrażania poszczególnych wskazanych w OPZ częściowych usług jak również strategiczno – organizacyjne podejście /metodologię (szczególnie chodzi tutaj o spójność wdrażania poszczególnych działań jak również całokształtu metodologii wdrażania).

Kryterium „Jakość proponowanego podejścia i metodologii zarządzania projektem” będzie oceniane zgodnie z poniższą tabelą: Wszystkie wymagane usługi są zapewnione w pełnym zakresie. Są one ściśle powiązane z celami projektu i umożliwiają osiągnięcie celów projektu na najwyższym poziomie jakości. Proponowane podejście / metodologia jest we wszystkich aspektach dopracowane pod każdym względem i przedstawione w sposób bardzo spójny. Wykazuje ono bardzo wysoki poziom zrozumienia specyfiki turystyki konnej w regionach partnerskich projektu, a także specyficznych wymagań związanych z tworzeniem marki i kampanii dla destynacji obejmującej pięć różnych krajów, i zwraca na nie szczególną uwagę we wszystkich istotnych aspektach. Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia jest bardzo dobrze rozwinięta i rzetelna pod względem technicznym, a także bardzo jasno opisana we wszystkich swoich częściach z bardzo wysokim poziomem szczegółowości. Wyjaśnienia pozwalają oczekiwać bardzo wysokiego poziomu realizacji, spełniając wymagania i cele określone w OPZ w wyjątkowym stopniu. 50 pkt Wszystkie wymagane usługi są zapewnione w

pełnym zakresie. Są one ściśle powiązane z celami projektu i umożliwiają osiągnięcie celów projektu na dobrym poziomie jakości. Proponowane podejście / metodologia jest szczegółowo opracowane i przedstawione w sposób spójny. Wykazuje ono dobre zrozumienie specyfiki turystyki konnej w regionach partnerskich projektu, a także specyficznych wymagań związanych z tworzeniem marki i kampanii dla destynacji obejmującej pięć różnych krajów, i zwraca na nie w jakimś stopniu uwagę we wszystkich istotnych aspektach. Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia jest rzetelna pod względem technicznym, a także dość jasno opisana we wszystkich swoich częściach z dobrym poziomem szczegółowości. Wyjaśnienia pozwalają oczekiwać dobrego poziomu realizacji, spełniając wymagania i cele określone w OPZ w wysokim stopniu. 40 pkt Wszystkie wymagane usługi są zapewnione w pełnym zakresie. Są one w stanie osiągnąć cele projektu na odpowiednim poziomie jakości. Proponowane podejście / metodologia jest w większości przypadków szczegółowo opracowane i przedstawione w sposób spójny. Wykazuje ono właściwe zrozumienie specyfiki turystyki konnej w regionach partnerskich projektu, a także specyficznych wymagań związanych z tworzeniem marki i kampanii dla destynacji obejmującej pięć różnych krajów, i zwraca na nie szczególną uwagę w niektórych częściach. Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia jest w większości zrozumiała i wydaje się rzetelna pod względem technicznym. Wyjaśnienia pozwalają oczekiwać zadowalającego poziomu realizacji, który spełnia wymagania i cele określone w OPZ w większości przypadków. 30 pkt Wszystkie wymagane usługi są oferowane w pełni. Proponowane podejście / metodologia jest jedynie częściowo opracowane szczegółowo i nie jest spójnie prezentowane we wszystkich przypadkach. Wykazuje ono pewne zrozumienie specyfiki turystyki konnej w regionach partnerskich projektu, a także specyficznych wymagań związanych z tworzeniem marki i kampanii dla destynacji obejmującej pięć różnych krajów, ale nie uwzględnia ich we wszystkich istotnych częściach. Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia w niektórych przypadkach nie łatwa do zrozumienia i/lub wydaje się nie w pełni poprawna technicznie. Wyjaśnienia prowadzą do oczekiwania niskiego poziomu jakości realizacji, który tylko częściowo spełnia wymagania i cele określone w OPZ. 20 pkt Nie wszystkie wymagane usługi są oferowane w pełni. Proponowane podejście / metodologia jest opracowane raczej pobieżnie i/lub nie jest spójnie przedstawione. Nie we wszystkich częściach wykazuje ono właściwe zrozumienie specyfiki turystyki konnej w regionach partnerskich projektu, a także specyficznych wymagań związanych z tworzeniem marki i kampanii dla destynacji obejmującej pięć różnych krajów. Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia jest częściowo niemożliwa do zrozumienia i/lub wydaje się technicznie niepewna w niektórych obszarach. Wyjaśnienia wskazują na niewystarczający poziom wykonania, niespełniający wymagań i celów określonych w OPZ. 10 pkt

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Opis: kryterium doświadczenie osoby skierowanej do realizacji zamówienia – Kierownika projektu/D Maksymalnie w tym kryterium można uzyskać 30 punktów (30%) Ocenie zostanie poddane doświadczenie Kierownika projektu nabyte w ciągu 10 lat przed terminem składania ofert lub krótszym, polegające na wykonaniu usług związanych z tworzeniem i wdrażaniem strategii brandingowych oraz kampanii marketingowych zorientowanych na storytelling w obszarze zrównoważonej turystyki na obszarach wiejskich / peryferyjnych, o budżecie powyżej 300 000 PLN netto, wg poniższej reguły: Liczba usług zrealizowanych w ciągu 10 lat przed terminem składania ofert lub krótszym, polegających na wykonaniu usług związanych z tworzeniem i wdrażaniem strategii brandingowych oraz kampanii marketingowych zorientowanych na storytelling w obszarze zrównoważonej turystyki wiejskiej, o budżecie

powyżej 300 000 PLN netto – ponad usługi wykazane na potwierdzenie spełnienia warunków udziału [pkt] 1 usługa 5 pkt 2 usługi 10 pkt 3 usługi 15 pkt 4 usługi 20 pkt 5 usług 25 pkt 6 i więcej usług 30 pkt

Opis stosowanej metody, jeżeli nie można przypisać wagi kryteriom: 1. Cena oferty/C 20 punktów (tj. 20 % całości punktacji) 2. Jakość proponowanego podejścia i metodologii zarządzania projektem (Koncepcja kreatywna realizacji zamówienia)/K 50 punktów (tj. 50 % całości punktacji) 3. Doświadczenie osoby skierowanej do realizacji zamówienia – Kierownika projektu/D 30 punktów (tj. 30 % całości punktacji)

5.1.15. Techniki

Umowa ramowa:

Brak umowy ramowej

Informacje o dynamicznym systemie zakupów:

Brak dynamicznego systemu zakupów

5.1.16. Dalsze informacje, mediacja i odwołanie

Organ mediacyjny: Krajowa Izba Odwoławcza

Organ odwoławczy: Krajowa Izba Odwoławcza

Informacje o terminach odwołania: 1. Środki ochrony prawnej przysługują Wykonawcy, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu zamówienia, oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów uPzp. 2. Odwołanie przysługuje na: 1) niezgodną z przepisami ustawy czynność Zamawiającego, podjętą w postępowaniu o udzielenie zamówienia, w tym na projektowane postanowienie umowy; 2) zaniechanie czynności w postępowaniu o udzielenie zamówienia, do którego zamawiający był obowiązany na podstawie ustawy. 3. Odwołanie wnosi się do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w formie pisemnej albo w formie elektronicznej albo w postaci elektronicznej opatrzone podpisem zaufanym. 4. Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej oraz postanowienie Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej, o którym mowa w art. 519 ust. 1 uPzp, stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego przysługuje skarga do sądu. Skargę wnosi się do Sądu Okręgowego w Warszawie za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej. 5. Szczegółowe informacje dotyczące środków ochrony prawnej określone są w Dziale IX „Środki ochrony prawnej” uPzp.

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Organizacja zapewniająca dostęp offline do dokumentów zamówienia: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych: Krajowa Izba Odwoławcza

Organizacja podpisująca umowę: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

6. Wyniki

Wartość wszystkich umów przyznanych w tym zawiadomieniu: 165 000,00 EUR

6.1. Wyniki – ID części zamówienia: LOT-0001

Status wyboru zwycięzcy: Wyłoniono co najmniej jednego zwycięzcę.

6.1.2. Informacje o zwycięzcach

Zwycięzca:

Oficjalna nazwa: Green Living Projekt, Inc., nazwa handlowa GLP Films z siedzibą 27 Lilac Lane, Kennebunkport, Maine 04046, USA,

Oferta:

Identyfikator oferty: Kampania repositionująca i wizerunkowa turystyki konnej w obszarze Południowego Bałtyku, w ramach projektu Interreg South Baltic „Turystyka konna dla każdego”.

Identyfikator części zamówienia lub grupy części: LOT-0001

Wartość przetargu: 165 000,00 EUR

Oferta jest ofertą wariantową: nie

Podwykonawstwo: Jeszcze nie wiadomo

Informacje dotyczące zamówienia:

Identyfikator umowy: Umowa nr 1/HFTE/2026

Data wyboru zwycięzcy: 19/02/2026

Data zawarcia umowy: 15/04/2026

Informacje o funduszach Unii Europejskiej:

Nazwa projektu lub programu finansowanego przez UE: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR) (2021/2027)

Organizacja podpisująca umowę: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

6.1.4. Informacje statystyczne

Otrzymane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału:

Rodzaj otrzymanych ofert lub wniosków: Oferty złożone drogą elektroniczną

Liczba otrzymanych ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału: 1

8. Organizacje

8.1. ORG-0001

Oficjalna nazwa: POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Numer rejestracyjny: NIP: 5832842841

Numer rejestracyjny: REGON: 192982037

Adres pocztowy: ul. ul. Wały Jagiellońskie 2A

Miejscowość: Gdańsk

Kod pocztowy: 80-887

Podpodział krajowy (NUTS): Trójmiejski (PL633)

Kraj: Polska

Punkt kontaktowy: prowadząca postępowanie

E-mail: stupakowskamalgorzata@gmail.com

Telefon: 58 732 70 40

Adres strony internetowej: www.prot.gda.pl

Role tej organizacji:

Nabywca

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia

Organizacja zapewniająca dostęp offline do dokumentów zamówienia

Organizacja podpisująca umowę

8.1. ORG-0002

Oficjalna nazwa: Krajowa Izba Odwoławcza

Numer rejestracyjny: 5262239325

Adres pocztowy: ul. Postępu 17A

Miejscowość: Warszawa
Kod pocztowy: 02-676
Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)
Kraj: Polska
E-mail: odwolania@uzp.gov.pl
Telefon: (22) 458 78 05
Adres strony internetowej: <https://www.uzp.gov.pl>

Role tej organizacji:

Organ odwoławczy
Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych
Organ mediacyjny

8.1. ORG-0003

Oficjalna nazwa: Green Living Projekt, Inc., nazwa handlowa GLP Films z siedzibą 27 Lilac Lane, Kennebunkport, Maine 04046, USA,
Wielkość podmiotu gospodarczego: Małe
Numer rejestracyjny: 20150611D
Miejscowość: Kennebunkport
Kod pocztowy: Maine 04046
Kraj: Stany Zjednoczone
E-mail: hello@glpfilms.com
Telefon: 000000000000

Role tej organizacji:

Podmiot świadczący usługi w zakresie zamówień
Oferent

Zwycięzca tych części zamówienia: LOT-0001

Informacje o ogłoszeniu

Identyfikator/wersja ogłoszenia: fed11aa4-d685-4df2-b12a-c787bf81c140 - 02
Typ formularza: Wyniki
Rodzaj ogłoszenia: Ogłoszenie o udzieleniu zamówienia lub ogłoszenie o udzieleniu koncesji – tryb standardowy
Podrodzaj ogłoszenia: 29
Ogłoszenie – data wysłania: 14/05/2026 15:24:26 (UTC+02:00) czas wschodnioeuropejski, czas środkowoeuropejski letni
Języki, w których przedmiotowe ogłoszenie jest oficjalnie dostępne: polski
Numer publikacji ogłoszenia: 338653-2026
Numer wydania Dz.U. S: 94/2026
Data publikacji: 18/05/2026