

491950-2026 - Wyniki

Polska – Usługi prowadzenia kampanii reklamowych – Usługa zakupu mediów i przestrzeni reklamowej na potrzeby Kampanii „Czytaj chwilę!” w ramach programu „Mała książka – wielki człowiek” realizowanej w 2026 roku

OJ S 135/2026 16/07/2026

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

1. Nabywca

1.1. Nabywca

Oficjalna nazwa: INSTYTUT KSIĄŻKI

E-mail: biuro@instytutksiazki.pl

Status prawny nabywcy: Instytucja administracji centralnej

Sektor działalności instytucji zamawiającej: Organizacja wypoczynku, kultura i religia

2. Procedura

2.1. Procedura

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

Opis: 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.

Identyfikator procedury: 9f921b27-36d7-4912-80cf-5756a05e359e

Rodzaj procedury: Otwarta

Procedura jest przyspieszona: nie

2.1.1. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79341400 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 79340000 Usługi reklamowe i marketingowe, 79341100

Doradcze usługi reklamowe, 79341000 Usługi reklamowe, 79341200 Usługi zarządzania reklamą

2.1.2. Miejsce realizacji

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Kraków (PL213)

Kraj: Polska

2.1.4. Informacje ogólne

Informacje dodatkowe: 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 obligatoryjnej 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 potwierdzające, 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.

Podstawa prawna:

Dyrektywa 2014/24/UE

5. Część zamówienia

5.1. Część zamówienia: LOT-0001

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

Opis: 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. Przeznaczenie

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 79341400 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 79340000 Usługi reklamowe i marketingowe, 79341100

Doradcze usługi reklamowe, 79341200 Usługi zarządzania reklamą

Opcje:

Opis opcji: 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. Miejsce realizacji

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Kraków (PL213)

Kraj: Polska

5.1.3. Szacowany okres obowiązywania

Data początkowa: 01/06/2026

Data zakończenia trwania: 04/12/2026

5.1.4. Wznowienie

Maksymalna liczba wznowień: 0

5.1.5. Wartość

Szacunkowa wartość bez VAT: 0,00 PLN

5.1.6. Informacje ogólne

Projekt zamówienia niefinansowany z funduszy UE

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

Informacje dodatkowe: 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

5.1.10. Kryteria udzielenia zamówienia

Kryterium:

Rodzaj: Cena

Nazwa: Cena

Opis: $C = (C_{min} / C_i) * \text{waga } C$ – 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)

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 35

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

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

Opis: 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.

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 15

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

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

Opis: 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%
Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)
Kryterium udzielenia - Liczba: 10

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

Nazwa: Zasięgi OOH - Citylight

Opis: 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.

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

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

Opis: 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.

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)
Kryterium udzielenia - Liczba: 10

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

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

Opis: 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 odcinków kampanii. 10%

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)
Kryterium udzielenia - Liczba: 10

Kryterium:

Rodzaj: Jakość

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

Opis: 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 Lgrp – 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%

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

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 odwoławczy: Krajowa Izba Odwoławcza

Informacje o terminach odwołania: 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.

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia: INSTYTUT KSIĄŻKI

Organizacja zapewniająca dostęp offline do dokumentów zamówienia: INSTYTUT KSIĄŻKI

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

6. Wyniki

Wartość wszystkich umów przyznanych w tym zawiadomieniu: 2 529 780,00 PLN

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: MASTERMIND MEDIA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

Oferta:

Identyfikator oferty: Część 1: Najkorzystniejsza oferta

Identyfikator części zamówienia lub grupy części: LOT-0001

Wartość przetargu: 2 529 780,00 PLN

Podwykonawstwo: Nie

Informacje dotyczące zamówienia:

Identyfikator umowy: IK.262.399.2026

Data wyboru zwycięzcy: 16/06/2026

Data zawarcia umowy: 07/07/2026

6.1.4. Informacje statystyczne

Otrzymane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału:

Rodzaj otrzymanych ofert lub wniosków: Oferty złożone przez oferentów z siedzibą w państwach Europejskiego Obszaru Gospodarczego innych niż państwo nabywcy

Liczba otrzymanych ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału: 0

Rodzaj otrzymanych ofert lub wniosków: Oferty złożone drogą elektroniczną

Liczba otrzymanych ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału: 5

Rodzaj otrzymanych ofert lub wniosków: Oferty złożone przez mikro-, małych lub średnich oferentów

Liczba otrzymanych ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału: 5

8. Organizacje

8.1. ORG-0001

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: 224587840

Role tej organizacji:

Organ odwoławczy

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych

8.1. ORG-0002

Oficjalna nazwa: INSTYTUT KSIĄŻKI

Numer rejestracyjny: 6762670222

Adres pocztowy: ul. Zygmunta Wróblewskiego 6

Miejscowość: Kraków

Kod pocztowy: 31-148

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Kraków (PL213)

Kraj: Polska

E-mail: biuro@instytutksiazki.pl

Telefon: +48 518 182 862

Profil nabywcy: <https://platformazakupowa.pl/pn/instytutksiazki>

Role tej organizacji:

Nabywca

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia

Organizacja zapewniająca dostęp offline do dokumentów zamówienia

8.1. ORG-0003

Oficjalna nazwa: MASTERMIND MEDIA SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

Wielkość podmiotu gospodarczego: Średnie

Numer rejestracyjny: 7010406776

Adres pocztowy: Aleje Jerozolimskie 94

Miejscowość: Warszawa

Kod pocztowy: 00-807

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

Role tej organizacji:

Oferent

Zwycięzca tych części zamówienia: LOT-0001

Informacje o ogłoszeniu

Identyfikator/wersja ogłoszenia: 02270445-6fff-44b2-b1cc-c6605e9aec34 - 01

Typ formularza: Wyniki

Rodzaj ogłoszenia: Ogłoszenie o udzieleniu zamówienia lub ogłoszenie o udzieleniu koncesji
– tryb standardowy

Podrodzaj ogłoszenia: 29

Ogłoszenie – data wysłania: 15/07/2026 06:32:58 (UTC+00:00) czas zachodnioeuropejski,
GMT

Języki, w których przedmiotowe ogłoszenie jest oficjalnie dostępne: polski

Numer publikacji ogłoszenia: 491950-2026

Numer wydania Dz.U. S: 135/2026

Data publikacji: 16/07/2026