

## Uzasadnienie przyznanych punktów zgodnie z kryteriami z §18 SWZ

- I. Wykonawca: Althermedia Sp. z o. o. Sp. k., al. Niepodległości 210 lok. 25, 00-608 Warszawa

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 295 170,00 zł brutto, otrzymał **26,83 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt

Podkryterium	Podział	Ocena przyznana
<b>A1 – Czas trwania reklamy ambientowej</b>	trwa co najmniej 30 dni – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - kampania trwa 30 dni
	trwa co najmniej 21 dni – 6 pkt	
	trwa co najmniej 14 dni – 4 pkt	
	trwa co najmniej 7 dni – 2 pkt	
	trwa krócej niż 7 dni – 0 pkt	
<b>A2 – Kreatywność</b> (przez pojęcie „kreatywny” Zamawiający rozumie, że pomysł na reklamę ambientową jest oryginalny, zaskakujący, przyciągający uwagę)	reklama jest kreatywna – 4 pkt	<b>0 pkt</b> - reklama nie jest kreatywna, powiela istniejące rozwiązania
	reklama nie jest kreatywna – 0 pkt	
<b>A3 - Lokalizacja</b>	reklama znajduje się równocześnie w min. 5 lokalizacjach – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - reklama znajduje się w min. 5 lokalizacjach
	reklama znajduje się równocześnie w min. 2 lokalizacjach – 3 pkt	
	reklama znajduje się w 1 lokalizacji – 0 pkt	
<b>A4 – Grupy odbiorców</b> (Poprzez grupy odbiorców kampanii Zamawiający rozumie grupy docelowe: a) rodziny z dziećmi, b) osoby starsze (wiek 60+), c) osoby młode (wiek 18+)	reklama trafia do wszystkich 3 grup odbiorców kampanii – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - reklama dociera do wszystkich 3 grup odbiorców kampanii
	reklama trafia do 2 z 3 grup odbiorców kampanii – 6 pkt	
	reklama trafia tylko do 1 grupy odbiorców kampanii – 0 pkt	

<b>A5 - Czytelność</b>	przekaz reklamowy jest zrozumiały/czytelny – 4 pkt	<b>0 pkt</b> - przekaz reklamowy jest niezrozumiały i nieczytelny, zawiera nieprawdziwe informacje, które nie mają pokrycia w rzeczywistości
	przekaz reklamowy jest niezrozumiały/nieczytelny – 0 pkt	
<b>SUMA</b>		<b>22 PKT</b>

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 78,83 PKT

II. **Wykonawca: TARRAYA S.A., ul. Głogowska 108/6, 60-263 Poznań**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 844 674,11 zł brutto, otrzymał **22,99 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt - Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 82,99 PKT

III. **Wykonawca: Fabryka Komunikacji Społecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz, Fabryka Komunikacji Społecznej Sp. z o. o., ul. Filtrowa 75 lok. 22, 02-032 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 929 850,86 zł brutto, otrzymał **22,49 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt - Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 82,49 PKT

- IV. Wykonawca: **SOPEXA (Société Pour l'Expansion des Ventes des Produits Agricoles et Alimentaires) Adres: 25 rue Notre – Dame des Victoires PARYŻ 75002 Francja, Oddział w Polsce: Aleje Jerozolimskie 146B, 02-305 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 4 432 996,69 zł brutto, otrzymał **19,94 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt

Podkryterium	Podział	Ocena przyznana
<b>A1 – Czas trwania reklamy ambientowej</b>	trwa co najmniej 30 dni – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - kampania trwa 30 dni
	trwa co najmniej 21 dni – 6 pkt	
	trwa co najmniej 14 dni – 4 pkt	
	trwa co najmniej 7 dni – 2 pkt	
	trwa krócej niż 7 dni – 0 pkt	
<b>A2 – Kreatywność</b> (przez pojęcie „kreatywny” Zamawiający rozumie, że pomysł na reklamę ambientową jest oryginalny, zaskakujący, przyciągający uwagę)	reklama jest kreatywna – 4 pkt	<b>0 pkt</b> - reklama nie jest kreatywna, Zamawiający wykorzystuje już zaproponowane pomysły
	reklama nie jest kreatywna – 0 pkt	
<b>A3 - Lokalizacja</b>	reklama znajduje się równocześnie w min. 5 lokalizacjach – 6 pkt	<b>0 pkt</b> - reklama znajduje się w 1 lokalizacji
	reklama znajduje się równocześnie w min. 2 lokalizacjach – 3 pkt	
	reklama znajduje się w 1 lokalizacji – 0 pkt	
<b>A4 – Grupy odbiorców</b> (Poprzez grupy odbiorców kampanii Zamawiający rozumie grupy docelowe: a) rodziny z dziećmi, b) osoby starsze (wiek 60+), c) osoby młode (wiek 18+)	reklama trafia do wszystkich 3 grup odbiorców kampanii – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - reklama dociera do wszystkich 3 grup odbiorców kampanii
	reklama trafia do 2 z 3 grup odbiorców kampanii – 6 pkt	
	reklama trafia tylko do 1 grupy odbiorców kampanii – 0 pkt	

<b>A5 - Czytelność</b>	przekaz reklamowy jest zrozumiały/czytelny – 4 pkt	<b>4 pkt</b> - przekaz reklamowy jest zrozumiały i czytelny
	przekaz reklamowy jest niezrozumiały/nieczytelny – 0 pkt	
<b>SUMA</b>		<b>20 PKT</b>

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – do 30 pkt

<b>Podkryterium</b>	<b>Podział</b>	<b>Ocena przyznana</b>
<b>S1 – Grupy odbiorców</b> (Poprzez grupy odbiorców kampanii Zamawiający rozumie grupy docelowe: a) rodziny z dziećmi, b) osoby starsze (wiek 60+), c) osoby młode (wiek 18+)	każdy konkurs jest dedykowany innej grupie odbiorców kampanii – 10 pkt	<b>10 pkt</b> – Każdy konkurs jest dedykowany innej grupie odbiorców
	dwa konkursy są dedykowane różnym, konkretnym grupom odbiorców, jeden konkurs jest uniwersalny – 7 pkt	
	jeden konkurs jest dedykowany konkretnej grupie odbiorców, dwa konkursy są uniwersalne – 4 pkt	
	konkursy nie są dedykowane konkretnym grupom odbiorców – 0 pkt	
<b>S2 – Zgłoszenie do udziału w konkursach</b>	zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów jest łatwe i nie wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań – 8 pkt	<b>0 pkt</b> - zgłoszenie do udziału w konkursie dla seniorów nie jest łatwe i wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań

	zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów nie jest łatwe i wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań – 0 pkt	
<b>S3 – Tematyka konkursów</b>	tematyka każdego z konkursów jest zróżnicowana i jednocześnie powiązana z tematem kampanii – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - Tematyka każdego z konkursów jest zróżnicowana i jednocześnie powiązana z tematem kampanii
	tematyka każdego z konkursów nie jest zróżnicowana i nie jest powiązana z tematem kampanii – 0 pkt	
<b>S4 – Nagrody</b>	proponowane nagrody są atrakcyjne i dopasowane do grupy odbiorców – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - Proponowane nagrody są atrakcyjne i dopasowane do grupy odbiorców
	proponowane nagrody nie są atrakcyjne i nie są dopasowane do grupy odbiorców – 0 pkt	
<b>SUMA</b>		<b>22 PKT</b>

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 61,94 PKT

V. **Wykonawca: CreativeHarder Sp. z o. o., ul. Drwali 9a, 04-840 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 2 210 000,00 zł brutto, otrzymał **40,00 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt -\_Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 100,00 PKT

VI. **Wykonawca: Agencja Reklamowa dsk Sp. z o. o., ul. Niedźwiedzia 10, 02-737 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 300 834,83 zł brutto, otrzymał **26,78 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt -\_Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 86,78 PKT

VII. **Wykonawca: Five Media Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa, ul. Żelazna 59, lok. 5.9, 00-848 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 926 100,00 zł brutto, otrzymał **22,52 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt - Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – do 30 pkt

Podkryterium	Podział	Ocena przyznana
<b>S1 – Grupy odbiorców</b> (Poprzez grupy odbiorców kampanii Zamawiający rozumie grupy docelowe: a) rodziny z dziećmi, b) osoby starsze (wiek 60+), c) osoby młode (wiek 18+)	każdy konkurs jest dedykowany innej grupie odbiorców kampanii – 10 pkt	<b>10 pkt</b> – Każdy konkurs jest dedykowany innej grupie odbiorców
	dwa konkursy są dedykowane różnym, konkretnym grupom odbiorców, jeden konkurs jest uniwersalny – 7 pkt	
	jeden konkurs jest dedykowany konkretnej grupie odbiorców, dwa konkursy są uniwersalne – 4 pkt	
	konkursy nie są dedykowane konkretnym grupom odbiorców – 0 pkt	
<b>S2 – Zgłoszenie do udziału w konkursach</b>	zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów jest łatwe i nie wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów jest łatwe i nie wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań
	zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów nie jest łatwe i wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań – 0 pkt	
<b>S3 – Tematyka konkursów</b>	tematyka każdego z konkursów jest zróżnicowana i jednocześnie powiązana z tematem kampanii – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - Tematyka każdego z konkursów jest zróżnicowana i jednocześnie powiązana z tematem kampanii
	tematyka każdego z konkursów nie jest zróżnicowana i nie jest powiązana z tematem kampanii – 0 pkt	
<b>S4 – Nagrody</b>	proponowane nagrody są atrakcyjne i dopasowane do grupy odbiorców – 6 pkt	<b>0 pkt</b> - Proponowane nagrody nie są atrakcyjne, są nieporównywalne
	proponowane nagrody nie są atrakcyjne i nie są dopasowane do grupy odbiorców – 0 pkt	

<b>SUMA</b>	<b>24 PKT</b>
-------------	---------------

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 76,52 PKT

VIII. **Wykonawca: Sigma BIS S.A., ul. Bielańska 12, 00-085 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 149 233,00 zł brutto, otrzymał **28,07 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt

Podkryterium	Podział	Ocena przyznana
<b>A1 – Czas trwania reklamy ambientowej</b>	trwa co najmniej 30 dni – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - kampania trwa 30 dni
	trwa co najmniej 21 dni – 6 pkt	
	trwa co najmniej 14 dni – 4 pkt	
	trwa co najmniej 7 dni – 2 pkt	
	trwa krócej niż 7 dni – 0 pkt	
<b>A2 – Kreatywność</b> (przez pojęcie „kreatywny” Zamawiający rozumie, że pomysł na reklamę ambientową jest oryginalny, zaskakujący, przyciągający uwagę)	reklama jest kreatywna – 4 pkt	<b>0 pkt</b> - reklama nie jest kreatywna, jest powielaniem istniejących rozwiązań
	reklama nie jest kreatywna – 0 pkt	
<b>A3 - Lokalizacja</b>	reklama znajduje się równocześnie w min. 5 lokalizacjach – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - reklama znajduje się w min. 5 lokalizacjach
	reklama znajduje się równocześnie w min. 2 lokalizacjach – 3 pkt	
	reklama znajduje się w 1 lokalizacji – 0 pkt	
<b>A4 – Grupy odbiorców</b> (Poprzez grupy odbiorców kampanii Zamawiający rozumie grupy docelowe: a) rodziny z dziećmi, b) osoby starsze (wiek 60+), c) osoby młode (wiek 18+)	reklama trafia do wszystkich 3 grup odbiorców kampanii – 8 pkt	<b>8 pkt</b> - reklama dociera do wszystkich 3 grup odbiorców kampanii
	reklama trafia do 2 z 3 grup odbiorców kampanii – 6 pkt	
	reklama trafia tylko do 1 grupy odbiorców kampanii – 0 pkt	

<b>A5 - Czytelność</b>	przekaz reklamowy jest zrozumiały/czytelny – 4 pkt	<b>4 pkt</b> - przekaz reklamowy jest zrozumiały i czytelny
	przekaz reklamowy jest niezrozumiały/nieczytelny – 0 pkt	
<b>SUMA</b>		<b>26 PKT</b>

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – do 30 pkt

<b>Podkryterium</b>	<b>Podział</b>	<b>Ocena przyznana</b>
<b>S1 – Grupy odbiorców</b> (Poprzez grupy odbiorców kampanii Zamawiający rozumie grupy docelowe: a) rodziny z dziećmi, b) osoby starsze (wiek 60+), c) osoby młode (wiek 18+)	każdy konkurs jest dedykowany innej grupie odbiorców kampanii – 10 pkt	<b>10 pkt</b> – każdy konkurs jest dedykowany innej grupie odbiorców
	dwa konkursy są dedykowane różnym, konkretnym grupom odbiorców, jeden konkurs jest uniwersalny – 7 pkt	
	jeden konkurs jest dedykowany konkretnej grupie odbiorców, dwa konkursy są uniwersalne – 4 pkt	
	konkursy nie są dedykowane konkretnym grupom odbiorców – 0 pkt	
<b>S2 – Zgłoszenie do udziału w konkursach</b>	zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów jest łatwe i nie wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań – 8 pkt	<b>0 pkt</b> - zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów nie jest łatwe i wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań



	zgłoszenie do udziału w każdym z konkursów nie jest łatwe i wymaga od uczestników podejmowania wielu dodatkowych działań – 0 pkt	
<b>S3 – Tematyka konkursów</b>	tematyka każdego z konkursów jest zróżnicowana i jednocześnie powiązana z tematem kampanii – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - Tematyka każdego z konkursów jest zróżnicowana i jednocześnie powiązana z tematem kampanii
	tematyka każdego z konkursów nie jest zróżnicowana i nie jest powiązana z tematem kampanii – 0 pkt	
<b>S4 – Nagrody</b>	proponowane nagrody są atrakcyjne i dopasowane do grupy odbiorców – 6 pkt	<b>6 pkt</b> - Proponowane nagrody są atrakcyjne i dopasowane do grupy odbiorców
	proponowane nagrody nie są atrakcyjne i nie są dopasowane do grupy odbiorców – 0 pkt	
<b>SUMA</b>		<b>22 PKT</b>

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 76,07 PKT

**IX. Wykonawca: Euvic Media Sp. z o. o., ul. Czerska 12, 00-732 Warszawa**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 609 300,00 zł brutto, otrzymał **24,49 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt - Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 84,49 PKT

**X. Wykonawca: APLAN MEDIA Sp. z o. o., ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź**

KRYTERIUM CENA (C) – do 40 pkt

Wykonawca proponując cenę 3 532 275,26 zł brutto, otrzymał **25,03 pkt**.

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI AMBIENT MARKETINGU (A) – do 30 pkt - Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

KRYTERIUM OCENA KONCEPCJI KONKURSÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH (S) – Wykonawca spełnił wszystkie wymagania zawarte w kryterium i uzyskał maksymalną liczbę punktów – **30 pkt**

SUMA KOŃCOWA PUNKTÓW UZYSKANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ WYNOSI 85,03 PKT.