Ogłoszenie o wyniku postępowania
Usługi
Usługa pośrednictwa w zakupie kampanii reklamowych

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Rola zamawiającego
Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

1.2.) Nazwa zamawiającego: OPERA BAŁTYCKA W GDAŃSKU

1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 190320600

1.5) Adres zamawiającego

1.5.1.) Ulica: al. Zwycięstwa 15

1.5.2.) Miejscowość: Gdańsk

1.5.3.) Kod pocztowy: 80-219

1.5.4.) Województwo: pomorskie

1.5.5.) Kraj: Polska

1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL633 - Trójmiejski

1.5.7.) Numer telefonu: 58 763 49 12/13

1.5.9.) Adres poczty elektronicznej: sekretariat@operabaltycka.pl

1.5.10.) Adres strony internetowej zamawiającego: http://operabaltycka.pl/

1.6.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania:
https://operabaltycka.ezamawiajacy.pl

1.7.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - państwowe i samorządowe instytucje kultury

1.8.) Przedmiot działalności zamawiającego: Rekreacja, kultura i religia

SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE

2.1.) Ogłoszenie dotyczy:

Zamówienia publicznego

2.2.) Ogłoszenie dotyczy usług społecznych i innych szczególnych usług: Nie

2.3.) Nazwa zamówienia albo umowy ramowej:
Usługa pośrednictwa w zakupie kampanii reklamowych

2.4.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-344020f3-f093-11ed-9355-06954b8c6cb9

2.5.) Numer ogłoszenia: 2023/BZP 00265113

2.6.) Wersja ogłoszenia: 01

2.7.) Data ogłoszenia: 2023-06-19

2.8.) Zamówienie albo umowa ramowa zostały ujęte w planie postępowań: Tak

2.9.) Numer planu postępowań w BZP: 2023/BZP 00034709/04/P

2.10.) Identyfikator pozycji planu postępowań:

1.3.3 Pośrednictwo w zakupie kampanii reklamowych

2.11.) Czy zamówienie albo umowa ramowa dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej: Nie

2.13.) Zamówienie/umowa ramowa było poprzedzone ogłoszeniem o zamówieniu/ogłoszeniem o zamiarze zawarcia umowy:
Tak

2.14.) Numer ogłoszenia: 2023/BZP 00216220

SEKCJA III – TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA LUB ZAWARCIA UMOWY RAMOWEJ

3.1.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 2 ustawy

SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

4.1.) Numer referencyjny: 7/ZP/2023

4.2.) Zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania: Nie

4.3.) Wartość zamówienia: 400000,00 PLN

4.4.) Rodzaj zamówienia: Usługi

4.5.1.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia są usługi pośrednictwa w zakupie kampanii reklamowych. Wsparcie będzie dotyczyć działalności repertuarowej Opery Bałtyckiej, w tym Bałtyckiego Festiwalu Operowego/Baltic Opera Festival (dalej: „BOF"). Przedmiotem zamówienia jest świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na wsparciu działań działu promocji i marketingu Zamawiającego poprzez usługę polegającej na pośredniczeniu w zakupie:
a) Szacunkowa liczba usług - 10 całostronicowych powierzchni w prasie krajowej (minimalna sprzedaż w przypadku codzienników to 30 000 sztuk prasy każdego dnia, dla tygodników to tygodniowo 60 000 sztuk prasy) w celu zamieszczenia reklam prasowych, które zostaną opracowane przez przedstawicieli Wykonawcy i Zamawiającego.
b) Szacunkowa liczba usług - 10 przestrzeni reklamowej na zewnętrznych nośnikach typu outdoor (digital outdoor, bilboard o wymiarach co najmniej 6mx3m) w miastach Polski liczących powyżej pół miliona mieszkańców.
c) Szacunkowa liczba usług - 10 jednotygodniowych kampanii radiowych w radiostacjach krajowych (co najmniej 8% udziału w rynku radiowym pod względem słuchalności, na podstawie rankingów słuchalności) w celu zamieszczenia reklam radiowych, które zostaną opracowane przez przedstawicieli Wykonawcy i Zamawiającego.
d) Szacunkowa liczba usług - 5 kampanii internetowych na portalach informacyjnych lokalnych (co najmniej pierwsza piątka rankingu najbardziej opiniotwórczych portali, według rankingów opiniotwórczych portali).
e) Szacunkowa liczba usług - 5 kampanii internetowych na portalach informacyjnych krajowych (co najmniej pierwsza piątka rankingu najbardziej opiniotwórczych portali, według rankingów opiniotwórczych portali).
f) Szacunkowa liczba usług - 3 reklamy prasowe w tygodnikach lub miesięcznikach europejskich (wydawanych między innymi na terenie Niemiec i Austrii) o tematyce muzycznej, operowej.
g) Szacunkowa liczba usług - 3 kampanie internetowe na europejskich portalach branżowych (prowadzonych w języku niemieckim lub angielskim), o tematyce muzycznej, operowej.
h) Szacunkowa liczba usług - 6 usług reklamy w internecie polegającej na:
• dotarciu do predefiniowanej grupy docelowej (mierzone tygodniowymi raportami dotarcia) oraz zachęcenia do przejścia na stronę docelową (mierzone tygodniowymi raportami dotarcia). Wykonawca po każdym tygodniu kampanii przedstawi Zamawiającemu raport w terminie do 2 dni po zakończeniu poprzedniego tygodnia kampanii. Przewidywana szacunkowa ilość tygodni kampanii - 6, tj. 6 raportów;
• geotargetowaniu jako metodzie dotarcia do konsumentów, z wykorzystaniem danych na temat ich aktualnego położenia, która bazuje na zasadach geolokalizacji. Mierzone tygodniowymi raportami dotarcia. Wykonawca po każdym tygodniu kampanii przedstawi Zamawiającemu raport w terminie do 2 dni po zakończeniu poprzedniego tygodnia kampanii. Przewidywana szacunkowa ilość tygodni kampanii - 6, tj. 6 raportów.
i) Szacunkowa liczba usług - 2 dwutygodniowe kampanie reklamowe na terenie Polski w pociągach dalekobieżnych na trasie Warszawa/Gdańsk w postaci wybranej przez Zamawiającego (plakaty A3 lub naklejki).
Przedmiot zamówienia został szczegółowo opisany w OPZ stanowiącym Załącznik nr 1 do SWZ oraz we wzorze umowy stanowiącym Załącznik nr 2 do SWZ.

4.5.3.) Główny kod CPV: 79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe

SEKCJA V ZAKOŃCZENIE POSTĘPOWANIA

5.1.) Postępowanie zakończyło się zawarciem umowy albo unieważnieniem postępowania: Postępowanie/cześć postępowania zakończyła się unieważnieniem

5.2.) Podstawa prawna unieważnienia postępowania: art. 255 pkt 3 ustawy

5.2.1.) Przyczyna unieważnienia postępowania:
Uzasadnienie prawne:
Zgodnie z art. 255 pkt 3 ustawy Pzp Zamawiający unieważnia postępowanie o udzielenie zamówienia, jeżeli cena lub koszt najkorzystniejszej oferty lub oferta z najniższą ceną przewyższa kwotę, którą zamawiający zmierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, chyba że zamawiający może zwiększyć tę kwotę do ceny lub kosztu najkorzystniejszej oferty.

Uzasadnienie faktyczne:

W przedmiotowym postępowaniu złożone zostały trzy oferty, przy czym dwie z ofert zostały odrzucone. Nieodrzucona najkorzystniejsza oferta z ceną w wysokości 1 067 640,00 zł znacząco przewyższa kwotę, którą Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, tj. kwotę 492 000,00 zł. W oparciu o powyższe, w pełni uzasadnione jest unieważnienie postępowania na podstawie art. 255 pkt 3 w zw. z art. 266 ustawy Pzp, ponieważ Zamawiający nie może zwiększyć kwoty na sfinansowanie do ceny wskazanej w najkorzystniejszej ofercie.

SEKCJA VI OFERTY

6.1.) Liczba otrzymanych ofert lub wniosków: 3

6.1.1.) Liczba otrzymanych ofert wariantowych: 0

6.1.2.) Liczba ofert dodatkowych: 0

6.1.3.) Liczba otrzymanych od MŚP: 3

6.1.4.) Liczba ofert wykonawców z siedzibą w państwach EOG innych niż państwo zamawiającego: 0

6.1.5.) Liczba ofert wykonawców z siedzibą w państwie spoza EOG: 0

6.1.6.) Liczba ofert odrzuconych, w tym liczba ofert zawierających rażąco niską cenę lub koszt: 2

6.1.7.) Liczba ofert zawierających rażąco niską cenę lub koszt: 0

6.2.) Cena lub koszt oferty z najniższą ceną lub kosztem: 1067640,00 PLN

6.3.) Cena lub koszt oferty z najwyższą ceną lub kosztem: 1067640,00 PLN