

**Ogłoszenie o wyniku postępowania
Usługi
Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej
oraz kampanii informacyjno-edukacyjnej**

SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY

1.1.) Rola zamawiającego

Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

1.2.) Nazwa zamawiającego: Kujawsko-Pomorski Fundusz Rozwoju sp. z o.o.

1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny: REGON 366974655

1.5) Adres zamawiającego

1.5.1.) Ulica: Przedzamcze 8

1.5.2.) Miejscowość: Toruń

1.5.3.) Kod pocztowy: 87-100

1.5.4.) Województwo: kujawsko-pomorskie

1.5.5.) Kraj: Polska

1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3: PL613 - Bydgosko-toruński

1.5.7.) Numer telefonu: 564756300

1.5.9.) Adres poczty elektronicznej: biuro@kpfr.pl

1.5.10.) Adres strony internetowej zamawiającego: www.kpfr.pl

1.6.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania:

<https://platformazakupowa.pl/transakcja/1159035>

1.7.) Rodzaj zamawiającego: Zamawiający publiczny - osoba prawna, o której mowa w art. 4 pkt 3 ustawy (podmiot prawa publicznego)

1.8.) Przedmiot działalności zamawiającego: Sprawy gospodarcze i finansowe

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:

Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej
oraz kampanii informacyjno-edukacyjnej

2.4.) Identyfikator postępowania: ocds-148610-d719ba2c-7aab-439b-83fb-fb9807c8b496

2.5.) Numer ogłoszenia: 2026/BZP 00007363

2.6.) Wersja ogłoszenia: 01

2.7.) Data ogłoszenia: 2026-01-07

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

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

2.12.) Nazwa projektu lub programu:

Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, Fundusze Europejskie dla Kujaw i Pomorza 2021-2027, projekt pn. „Proces Przedsiębiorczego Odkrywania na rzecz rozwoju Inteligentnych Specjalizacji regionu” i projekt pn. „Regionalna Instytucja Finansowa KPFR – IF 2021-2027”

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

2.14.) Numer ogłoszenia: 2025/BZP 00458620

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 1 ustawy

SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

4.1.) Numer referencyjny: KPFR/KAMPANIA/1/2025

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

4.3.) Wartość zamówienia: 935421,13 PLN

4.4.) Rodzaj zamówienia: Usługi

4.5.1.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej oraz kampanii informacyjno-edukacyjnej na zlecenie Zamawiającego:

1) Kampania informacyjno-promocyjna ma dotyczyć działalności KPFR jako spółki Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego. W materiałach informacyjno-promocyjnych wykonawca musi wyeksponować wizerunek KPFR, efekty dotychczasowych działań KPFR oraz nową ofertę wsparcia:

- a) Pożyczka na rozwój przedsiębiorstw,
- b) Pożyczka na inwestycje w odnawialne źródła energii;
- c) Pożyczka na modernizację energetyczną wielorodzinnych budynków mieszkalnych, budynków użyteczności publicznej,
- d) Ekopożyczka z premią dla przedsiębiorstw;
- e) Ekopożyczka z premią dla przedsiębiorstw – transformacja w kierunku GOZ;

2) Kampania informacyjno-edukacyjna ma dotyczyć działań w ramach projektu „Proces Przedsiębiorczego Odkrywania na rzecz rozwoju Inteligentnych Specjalizacji regionu.” Wykonawca w treści przygotowanych materiałów informacyjno-edukacyjnych powinien w szczególności wyeksponować efekty prac w ramach Procesu Przedsiębiorczego Odkrywania czyli współpracy reprezentantów przedsiębiorców, uczelni wyższych i nauki, administracji oraz przedstawicieli społeczności regionu, którzy współpracują w ramach określonych gremiów: Rady Rozwoju Gospodarczego Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Panelu eksperckiego specjalistycznego, Grup roboczych ds. danej Inteligentnej Specjalizacji. Wykonawca ma ponadto wyeksponować Inteligentne Specjalizacje województwa kujawsko-pomorskiego:

- a) Inteligentna Specjalizacja – Zdrowa i bezpieczna żywność,
- b) Inteligentna Specjalizacja – Zdrowie i turystyka zdrowotna,
- c) Inteligentna Specjalizacja – Zaawansowane materiały i narzędzia,
- d) Inteligentna Specjalizacja – Transport i Mobilność,
- e) Inteligentna Specjalizacja – Dziedzictwo kulturowe i przemysły kreatywne,
- f) Inteligentna Specjalizacja – Cyfryzacja i usługi ICT,
- g) Inteligentna Specjalizacja – Europejski Zielony Ład,
- h) Inteligentna Specjalizacja – Automatyka przemysłowa i gospodarka 4.0

2. Wynagrodzenie za realizację kampanii informacyjno-promocyjnej nie może przekroczyć 525 000,00 zł brutto, a za realizację kampanii informacyjno-edukacyjnej nie może przekroczyć kwoty 300 000,00 zł brutto.

4.5.3.) Główny kod CPV: 79341400-0 - Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

4.5.4.) Dodatkowy kod CPV:

79340000-9 - Usługi reklamowe i marketingowe

79341000-6 - Usługi reklamowe

92221000-6 - Usługi produkcji telewizyjnej

92111250-9 - Produkcja filmów informacyjnych

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 6 ustawy

5.2.1.) Przyczyna unieważnienia postępowania:

Postępowanie obarczone jest niemożliwą do usunięcia wadą uniemożliwiającą zawarcie niepodlegającej unieważnieniu umowy w sprawie zamówienia publicznego oraz wszystkie złożone oferty podlegały odrzuceniu.

Na etapie oceny ofert zamawiający stwierdził, że w wyniku błędu cele wskazane w Załączniku nr 2 do OPZ – Format do

opisu koncepcji (...) pkt 2.3 i 2.4 nie są celami wymienionymi w OPZ. Z kolei cele kampanii informacyjno-promocyjnej wskazane w dziale V pkt. 3 ppkt. 1) lit. a) b) i d) OPZ nie zostały uwzględnione w Załączniku nr 2 do OPZ – Format do opisu koncepcji (...).

Koncepcja strategiczna i kreatywna stanowiła w niniejszym postępowaniu przedmiotowy środek dowodowy. Zapis działu 11 pkt. 11 SWZ stanowi: „Przedmiotowe środki dowodowe. Wraz z ofertą należy złożyć przedmiotowe środki dowodowe w postaci Koncepcji kreatywnej i strategicznej zgodnie z wymogami SWZ, w szczególności załącznika nr 2 do OPZ.

Zamawiający nie przewiduje możliwości uzupełnienia ww. przedmiotowych środków dowodowych.” Koncepcje strategiczne i kreatywne w pierwszej kolejności miały służyć potwierdzeniu zgodności oferowanych usług z wymaganiami i cechami określonymi w Opisie przedmiotu zamówienia i wymaganiami związanymi z realizacją zamówienia.

W konsekwencji powyższego wykonawcy wypełniając Załącznik nr 2 do OPZ opisali sposób osiągnięcia innych celów niż te, których oczekiwał zamawiający i które opisał w OPZ. Kampanie zaproponowane przez Wykonawców zostały zatem tak zaplanowane i skomponowane, że dążą do innych celów niż wymagane przez zamawiającego w OPZ w zakresie celu z pkt. 2.3 i 2.4. Tym samym zaoferowane przez wykonawców przedmioty zamówienia są, w sposób przez nich niezawiniony, niezgodne z Opiskiem przedmiotu zamówienia. Ponadto z uwagi na brak opisu trzech celów kampanii informacyjno-promocyjnej (dział V pkt. 3 ppkt. 1) lit. a) b) i d)) nie można stwierdzić czy cele te w ogóle zostały przez wykonawców uwzględnione i tym samym potwierdzić zgodności ofert z OPZ w tym zakresie.

Jednocześnie zgodnie z zapisami działu 22 pkt 4 koncepcje strategiczna i kreatywna podlegały ocenie punktowej. W pkt 4 ppkt a) zamawiający wskazał, iż będzie ocenił „czy pomysł na kampanię jest dopasowany do celów kampanii, grup docelowych, zasięgu kampanii i czasu jej trwania - od 0 do 5 punktów”. Z uwagi na fakt, iż w załączonych do ofert Załącznikach nr 2 do OPZ wykonawcy opisali sposób osiągnięcia przez kampanię dwóch celów nie ujętych w OPZ oraz z przyczyn obiektywnych nie opisali trzech celów wskazanych w OPZ, nie ma możliwości oceny ofert w tym podkryterium. Zamawiający nie może również pominąć tego podkryterium przy ocenie, gdyż jak wskazano wyżej, po upływie terminu składania ofert nie jest dopuszczalna zmiana SWZ, ani zmiana ogłoszenia.

Oferta wykonawcy REMEDIA sp. z o.o. (Wyrzyska 6, 85-441 Bydgoszcz) podlegała odrzuceniu na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 pzp w zw. z art. 266 pzp jako niezgodna z warunkami zamówienia.

Oferta wykonawcy Polska Press sp. z o.o. (ul. Domaniewska 45, 02-672 Warszawa) podlegała odrzuceniu na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 pzp w zw. z art. 266 pzp jako niezgodna z warunkami zamówienia.

Oferta wykonawcy Fabryka Marketingu sp. z o.o. (ul. Ratuszowa 11, 03-450 Warszawa) podlegała odrzuceniu na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 pzp w zw. z art. 266 pzp jako niezgodna z warunkami zamówienia.

Oferta wykonawcy Euvic Media sp. z o.o. (ul. Czerska 12, 00-732 Warszawa) podlegała odrzuceniu na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 12) pzp w zw. z art. 266 pzp w związku z niewyrażeniem zgody na przedłużenie terminu związania ofertą.

Szczegółowe uzasadnienie unieważnienia postępowania, w tym uzasadnienie odrzucenia poszczególnych ofert znajduje się na stronie prowadzonego postępowania: <https://platformazakupowa.pl/transakcja/1159035>

SEKCJA VI OFERTY

6.1.) Liczba otrzymanych ofert lub wniosków: 4

6.1.1.) Liczba otrzymanych ofert wariantowych: 0

6.1.2.) Liczba ofert dodatkowych: 0

6.1.3.) Liczba otrzymanych od MŚP: 4

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: 4

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

6.2.) Cena lub koszt oferty z najniższą ceną lub kosztem: 575509,94 PLN

6.3.) Cena lub koszt oferty z najwyższą ceną lub kosztem: 809081,70 PLN