

Białystok, 27 maja 2011 r.

Do Wszystkich Wykonawców nr ref.: 4/ZP/2011

#### OGŁOSZENIE O WYBORZE OFERTY

Dotyczy: Przetargu nieograniczonego na przygotowanie oraz realizację wizerunkowej kampanii reklamowej i public relations wystawy „Podróż na Wschód” realizowanej przez Galerię Arsenał we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011 r. Nr ref. 4/ZP/2011.

Działając na podst. art. 93 ust. 3 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759) niniejszym informuję, że w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego dokonano wyboru oferty nr 2 złożonej przez AUDIOSREFĘ PRO Jędrzej Dondziło z siedzibą przy ul. Leszczykowej 35, 15-523 Grabówka.

Wykonawca spełnia warunki udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego.

Oferta spełnia wymagania podane w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Uzasadnienie faktyczne: Zamawiający wybiera ofertę najkorzystniejszą z punktu widzenia kryteriów oceny ofert zawartych w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Ofercie przyznano 66 punktów.

Uzasadnienie prawne: art. 91 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 204 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759).

W terminie składania ofert złożono dwie oferty.

Numer oferty	Nazwa oraz adres Wykonawcy
1.	CYBERWARE POLAND Sp. z o.o. , ul. Walecznych 21/103-916 Warszawa
2.	AUDIOSFERA PRO Jędrzej Dondziło, ul. Leszczynowa 35, 15-523 Grabówka

Informacja o Wykonawcach, którzy zostali wykluczeni:

Zamawiający nie wykluczył z postępowania żadnego Wykonawcy.

Informacja o Wykonawcach, których oferty zostały odrzucone:

Zamawiający nie odrzucił żadnej oferty.

Nr oferty	Cena – 40% (maksymalnie 40 pkt.)	Ocena kreacji i ogólnej koncepcji kampanii – 30% (maksymalnie 30 punktów)				Ocena planu kampanii public relations - 20% (maksymalnie 20 punktów)				Ocena elementów dodatkowych - 10% (maksymalnie 10 punktów)		Razem			
		koncepcja kampanii (maksymalnie 12 pkt.)		dostosowanie zaproponowanych rozwiązań do celów komunikacyjnych i strategicznych i grup docelowych (0-6 punktów)	layout reklamowy (maksymalnie 12 pkt.)		poziom artystyczny (0- 5 punktów)	jakość zastosowanych rozwiązań graficznych (0- 3 punktów)	jakość i poprawność tekstów reklamowych (0-3 punkty)	dopasowanie layoutów do specyfiki i charakteru poszczególnych nośników (0-1 punktów)	intensywność kampanii (0-10 punktów)		jakość zaproponowanych kanałów dotarcia (0-8 punktów)	harmonogram kampanii (0-2 punkty)	doświadczenie (0-3 punkty)
1.	40 pkt.	1 pkt.	1 pkt.	1 pkt.	3 pkt.	0 pkt.	0 pkt.	1 pkt.	1 pkt.	6 pkt.	4 pkt.	1 pkt.	2 pkt.	2 pkt.	63 pkt.
2.	39 pkt.	3 pkt.	2 kt.	1 pkt.	4 pkt.	1 pkt.	0 pkt.	1 pkt.	1 pkt.	4 pkt.	3 pkt.	1 pkt.	1 pkt.	5 pkt.	66 pkt.

