

**Strona internetowa  
Urzędu Miasta Świnoujście**

**Informacja o wyborze najkorzystniejszej oferty**

Dotyczy: postępowania o zamówienie publiczne prowadzonego w trybie podstawowym bez negocjacji pn.: „**Kompleksowa organizacja w dniach 30.06-01.07.2023 roku plenerowej imprezy masowej o charakterze kulturalno-rozrywkowym pod nazwą Dni Morza**”

Działając na podstawie art. 253 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 roku Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2022 roku, poz. 1710 ze zm.) przekazuję w załączeniu informację o:

- 1) wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania, jeżeli są miejscami wykonywania działalności wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację.

**I. Wyboru najkorzystniejszej oferty spośród ofert ważnych dokonano na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w Rozdziale XV SWZ.**

Wybrana została oferta nr 1 złożona przez Wykonawcę:

**Konsorcjum:**

Grupa Levo Sp.zo.o. - Lider  
ul. Władysława Łokietka 5/2  
70-256 Szczecin

Fundacja Action-Life  
ul. Jodłowa 23 b

02-907 Warszawa

Za cenę wykonania przedmiotu zamówienia:

- a) 340 000,00 zł brutto (słownie złotych: trzysta czterdzieści tysięcy 00/100)

Uzasadnienie wyboru najkorzystniejszej oferty: Oferta Wykonawcy spełnia wszystkie warunki wymagane przez Zamawiającego określone w SWZ nr BZP.271.1.28.2023 oraz uzyskała największą liczbę punktów na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w Rozdziale XV SWZ.

**II. W niniejszym postępowaniu oferty złożyli następujący wykonawcy:**

Nr oferty	Nazwa i adres wykonawcy	Cena oferty brutto (zł)
1	Grupa Levo Sp.zo.o.- <b>Lider</b> ul. Władysława Łokietka 5/2 70-256 Szczecin  Fundacja Action-Life ul. Jodłowa 23b 02-907 Warszawa	340 000,00 zł

**III. Punktacja przyznana złożonym ofertom w każdym kryterium oceny ofert wg kolejności przyznanych punktów.**

1. Punkty przyznano wg następujących zasad:
  - a. **Cena brutto** (z VAT) – 30 punktów
  - b. **Program imprezy** – 30 punktów
  - c. **Koncepcja zagospodarowania terenu** – 30 punktów
  - d. **Media plan** – 10 punktów
2. Oferent mógł uzyskać maksymalnie 100 punktów.
3. Sposób oceny ofert:

- a. Dla kryterium „Cena” (C)

$$C = [C_n / C_o \times 30 \text{ punktów}]$$

Oznaczenia:

C – liczba punktów dla kryterium „Cena”

$C_n$  - najniższa zaoferowana cena

$C_o$  – cena oferty rozpatrywanej

b. Dla kryterium „Program imprezy” (PI)

W kryterium „Program imprezy” Zamawiający ocenił następujące elementy:

	<b>Program na scenie</b>	Liczba punktów możliwych do uzyskania
1.	Zapewnienie artysty – gwiazdy wieczoru w dniu 30.06.2023 r. oraz dodatkowych wykonawców jako suporty muzyczne przed głównym koncertami, po 1 na każdy dzień (razem 1 + 2)	0
2.	Zapewnienie artysty – gwiazdy wieczoru w dniu 30.06.2023 r. oraz dodatkowych wykonawców jako suporty muzyczne przed głównymi koncertami, 1 jednego dnia Imprezy, 2 innego dnia imprezy (razem 1 + 3)	10
3.	Zapewnienie artysty – gwiazdy wieczoru w dniu 30.06.2023 r. oraz dodatkowych wykonawców jako suporty muzyczne przed głównymi koncertami, po 2 na każdy dzień (razem 1 + 4)	20
<b>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania</b>		<b>20</b>
<b>Program poza sceną</b>		
5.	Zorganizowanie 1 dodatkowej nieodpłatnej atrakcji o charakterze kulturalnym lub sportowym, (np. konkursy, animacje, zawody) a także np. gastronomicznym, pozytywnie wpływającej na odbiór imprezy	5
6.	Zorganizowanie co najmniej 2 dodatkowych nieodpłatnych atrakcji o charakterze kulturalnym lub sportowym, (np. konkursy, animacje, zawody) a także np. gastronomicznym, pozytywnie wpływających na odbiór imprezy	10
<b>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania</b>		<b>10</b>
<b>RAZEM</b>		<b>30</b>

c. Dla kryterium „Koncepcja zagospodarowania terenu” (T)

W kryterium „Koncepcja zagospodarowania terenu” Zamawiający ocenił następujące elementy:

	<b>Strefa handlowa i gastronomiczna</b>	Liczba punktów możliwych do uzyskania
1.	Zapewnienie 20 stoisk handlowych i gastronomicznych (łącznie), w tym strefy food truck	0

2.	Zapewnienie 21 - 25 stoisk handlowych i gastronomicznych (łącznie), w tym strefy food truck ze zróżnicowaną ofertą gastronomiczną	5
3.	Zapewnienie co najmniej 26 stoisk handlowych i gastronomicznych (łącznie), w tym strefy food truck ze zróżnicowaną ofertą gastronomiczną	15
<b>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania</b>		<b>15</b>
<b>Dodatkowe elementy podnoszące atrakcyjność terenu</b>		
5.	Zapewnienie 1 – 2 dodatkowych elementów podnoszących atrakcyjność terenu (np. brama imprezy, dodatkowe oświetlenie, oznakowanie stref, propozycja dodatkowej strefy poza strefą animacji, handlową i gastronomiczną itp.)	10
6.	Zapewnienie więcej niż 2 dodatkowych elementów podnoszących atrakcyjność terenu (np. brama imprezy, dodatkowe oświetlenie, oznakowanie stref, propozycja dodatkowej strefy poza strefą animacji, handlową i gastronomiczną, itp.)	15
<b>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania</b>		<b>15</b>
<b>RAZEM</b>		<b>30</b>

c. Dla kryterium „Media plan” (M)

W kryterium „Media plan” Zamawiający ocenił następujące elementy:

	<b>Media plan – Facebook i Instagram, kampania w sieci Google</b>	Liczba punktów możliwych do uzyskania
1.	Przeprowadzenie płatnej kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych administrowanych przez Zamawiającego, w tym m.in. na portalu Facebook (utworzenie wydarzenia) oraz Instagramie, obejmującej woj. zachodniopomorskie, wielkopolskie, lubuskie Kampania w sieci Google – typu search i typu display Reklama na 2 portalach internetowych	0
2.	Przeprowadzenie płatnej kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych administrowanych przez Zamawiającego, w tym m.in. na portalu Facebook (utworzenie wydarzenia) oraz Instagramie, obejmującej woj. zachodniopomorskie, wielkopolskie, lubuskie oraz dedykowanej kampanii obejmującej obszar Meklemburgii – Pomorze Przednie Kampania w sieci Google – typu search i typu display Reklama na co najmniej 3 portalach internetowych	4
3.	Przeprowadzenie płatnej kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych administrowanych przez Zamawiającego, w tym m.in. na portalu Facebook (utworzenie wydarzenia) oraz Instagramie, obejmującej woj. zachodniopomorskie,	6

	wielkopolskie, lubuskie oraz dedykowanej kampanii obejmującej obszar Meklemburgii – Pomorze Przednie Kampania w sieci Google – typu search i typu display Reklama na co najmniej 3 portalach internetowych Reklama na Youtube lub TikToku	
<b>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania</b>		<b>6</b>
Media plan – media regionalne		
5.	Kampania w 1 radiu regionalnym i 1 telewizji regionalnej	0
6.	Kampania w co najmniej 2 radiach regionalnych oraz 2 telewizjach regionalnych lub 1 telewizji ogólnopolskiej	4
<b>Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania</b>		<b>4</b>
		<b>RAZEM 10</b>

Nr oferty	Nazwa i adres wykonawcy	Liczba punktów w kryterium „Cena”:  (C)	Liczba punktów w kryterium „Program imprezy”  (PI)	Liczba punktów w kryterium „Koncepcja zagospodarowania terenu”  (T)	Liczba punktów w kryterium „Media plan”  (M)	Łącznie liczba punktów w:  (P)
1	<b>Grupa Levo Sp.zo.o.- Lider</b> ul. Władysława Łokietka 5/2 70-256 Szczecin  <b>Fundacja Action-Life</b> ul. Jodłowa 23b 02-907 Warszawa	30,00	30,00	30,00	10,00	100,00

Za najkorzystniejszą została uznana oferta, która uzyskała najwyższą liczbę punktów (P), będącą sumą punktów przyznanych w poszczególnych kryteriach.

$$P = C + PI + T + M$$

z up. PREZYDENTA MIASTA

Ewa Bimkiewicz  
Kierownik  
Biura Zamówień Publicznych



---

(podpis kierownika Zamawiającego lub osoby upoważnionej)

**Wioleta Samitowska-**

**Monika Dendor-**

**Magdalena Gogol-**

**Monika Kaczmarek-** 