

# **Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego**

Departament Administracji

Wydział Procedur Zakupowych i Analiz

al. Piłsudskiego 8

90-051 Łódź

www.lodzkie.pl

tel. /+42/ 663 34 63

fax /+42/ 663 33 91

zp.info@lodzkie.pl

**ADI.272.32.2019**

Łódź, dnia 08.08.2019 r.

**Zamawiający:**

Województwo Łódzkie

**Prowadzący postępowanie**

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

Departament Administracji

Wydział Procedur Zakupowych i Analiz

## **ZAWIADOMIENIE O WYBORZE NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY**

**dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na Kompleksowe świadczenie usług organizacyjnych oraz promocyjnych w związku z udziałem Województwa Łódzkiego w Expo Horticultural 2019 w Pekinie w ramach projektu Promocja gospodarcza łódzkich strategicznych sektorów gospodarczych na Dalekim i Bliskim Wschodzie podczas światowych wydarzeń gospodarczych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020.**

Działając na podstawie art. 92 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (tekst jedn. Dz.U. z 2018 r., poz. 1986 ze zm.), Zamawiający informuje, iż we w/w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego jako najkorzystniejsza została wybrana oferta Wykonawcy:

**Konsorcjum firm:**

**AMBER GLOBAL**

**CONSULTING Sp. z o. o.**

**ul. Kopcińskiego 77**

**90-033 Łódź**

**oraz**

**„Bis” Biuro Podróży**

**Lufthansa City Center**

**A. Szulc Spółka Jawna**

**al. Kościuszki 27**

**90-418 Łódź**

**za cenę ofertową brutto: 393 467,08 PLN.**

### **Uzasadnienie wyboru:**

Oferta Wykonawcy jest jedyną i najkorzystniejszą ofertą w niniejszym postępowaniu, uzyskała największą liczbę punktów w ramach przyjętych kryteriów. Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia, a jego oferta nie podlega odrzuceniu. Cena najkorzystniejszej oferty nie przewyższa kwoty, którą Zamawiający przeznaczył na sfinansowanie zamówienia.

### **1. Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe świadczenie usług organizacyjnych oraz promocyjnych w związku z udziałem Województwa Łódzkiego w Expo Horticultural 2019 w Pekinie w ramach projektu Promocja gospodarcza łódzkich strategicznych sektorów gospodarczych na Dalekim i Bliskim Wschodzie podczas światowych wydarzeń gospodarczych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020. Przedmiot zamówienia został podzielony na 2 etapy/zadania:

- Zadanie 1 - polega na kompleksowym opracowaniu i przeprowadzeniu kampanii informacyjno - promocyjnej dla przedsiębiorców z woj. łódzkiego (w tym rekrutacji firm do projektu).
- Zadanie 2 - polega na organizacji misji gospodarczej dla firm do Chin, połączonej z wizytą na targach EXPO Horticultural 2019 w Pekinie.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia został zawarty w **Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia (SOPZ) stanowiącym Załącznik Nr 2 do SIWZ i Projekcie umowy stanowiącym Załącznik Nr 6 do SIWZ.**

### **2. Tryb postępowania**

- 2.1 Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest w trybie **przetargu nieograniczonego** na podstawie art. 39 i nast. ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. z 2018 r. poz. 1986 ze zm.) – zwanej dalej ustawą Pzp.
- 2.2 Zamówienie jest elementem zamówienia udzielanego w częściach, którego łączna wartość szacunkowa ustalona została **powyżej** kwot określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Pzp.
- 2.3 W związku zastosowaniem art. 6a ustawy Pzp. postępowanie jest prowadzone na podstawie przepisów właściwych dla wartości niniejszej części zamówienia tj. dla wartości szacunkowej **poniżej** kwot określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Pzp.

### **3. Informacje dotyczące Wykonawców oraz cen ofertowych**

Przed otwarciem ofert, które odbyło się **25.07.2019 r. o godz.: 12:00** Zamawiający podał kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia tj. **423 120,00 zł brutto**.

Do upływu terminu składania ofert tj. do **25.07.2019 r. do godz.: 10:00**, wpłynęła 1 oferta:

| Nr oferty | Nazwa i adres wykonawcy                                                                                                                                                                                            | Cena oferty brutto w PLN | Zadanie 1<br>A. Pozyskanie leadów | Zadanie 1<br>B. Liczba reklam w kanałach komunikacyjnych | Zadanie 1<br>Liczba publikacji prasowych w tytułach prasowych/ tytuły prasowe |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Konsorcjum firm:<br>AMBER GLOBAL CONSULTING Sp. z o. o.<br>ul. Kopcińskiego 77<br>90-033 Łódź<br>oraz<br>„Bis” Biuro Podróży<br>Lufthansa City Center<br>A. Szulc Spółka Jawna<br>al. Kościuszki 27<br>90-418 Łódź | 393 467,08*              | 16                                | 2                                                        | 1) Dziennik Łódzki<br>2) Gazeta Polska Codziennie                             |

\* Cena po dokonaniu poprawy omyłki rachunkowej

| Nr oferty | Nazwa i adres wykonawcy                                                                                                                                                                                            | Zadanie 2<br>A. Liczba wydarzeń dodatkowych | Zadanie 2<br>C. Liczba spotkań match-makingowych/B2B dla 1 przedsiębiorcy podczas misji gospodarczej | Propozycja miejsca realizacji spotkania o którym mowa w punkcie A6 ppkt. 5 OPZ             |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Konsorcjum firm:<br>AMBER GLOBAL CONSULTING Sp. z o. o.<br>ul. Kopcińskiego 77<br>90-033 Łódź<br>oraz<br>„Bis” Biuro Podróży<br>Lufthansa City Center<br>A. Szulc Spółka Jawna<br>al. Kościuszki 27<br>90-418 Łódź | 3                                           | 9                                                                                                    | 1) Faktoria<br>ul. Dowborczyków 25<br>Łódź<br>2) ŁARR<br>ul. Narutowicza 34<br>90-135 Łódź |

#### 4. Informacje dotyczące oceny ofert

Zamawiający wyznaczył następujące kryteria oceny ofert oraz ustalił ich znaczenie:

|    | KRYTERIA                                      | WAGA |
|----|-----------------------------------------------|------|
| 1. | Cena brutto (C)                               | 30 % |
| 2. | Sposób realizacji Zadania 1 (Z <sub>1</sub> ) | 30 % |
| 3. | Sposób realizacji Zadania 2 (Z <sub>2</sub> ) | 40 % |

Oferta otrzymała następującą liczbę punktów:

1) Kryterium Cena - 30 pkt

2) Kryterium: Sposób realizacji Zadania 1 - 15 pkt.

Podkryterium A. Pozyskanie leadów – 10 pkt.

Podkryterium B. Liczba reklam w kanałach komunikacyjnych – 0 pkt.

Podkryterium C. Liczba publikacji prasowych w tytułach prasowych/gazetach – 5 pkt.

3) Kryterium: Sposób realizacji Zadania 2 - 30 pkt.

Podkryterium A. Liczba wydarzeń dodatkowych - 10 pkt.

Podkryterium B. Propozycja koncepcji wydarzenia dodatkowego o którym mowa w pkt. B.2.5 OPZ – 10 pkt.

Uzasadnienie – część opisowa:

Propozycja oferenta spełnia wymagania zamawiającego w stopniu dobrym. Wstępna koncepcja wydarzenia dodatkowego jest interesująca ale nie wybitna. Oferent zaproponował 2 wydarzenia dodatkowe które są ciekawe i z pewnością pomogą wyróżnić region łódzki na arenie międzynarodowej oraz firmy biorące udział w misjach gospodarczych. Elementy koncepcji wydarzenia są właściwie dopasowane do grup docelowych i specyfiki misji. Wybrane zagraniczne kanały komunikacji są popularne w Chinach i pozwolą dotrzeć do potencjalnych partnerów oraz szerszej publiczności, jednakże nie wykorzystują kluczowego elementu na rynku chińskim jakim są influencerzy. Zaproponowane wydarzenia są odpowiednie do kultury kraju i zwyczajów panujących w Chinach. Przedstawione wydarzenia dodatkowe z pewnością pozwolą na wyróżnienie regionu łódzkiego oraz firm biorących udział w misji, na arenie międzynarodowej.

Podkryterium C. Liczba spotkań match makingowych/B2B dla 1 przedsiębiorcy  
podczas misji gospodarczej – 10 pkt.

| Lp. | Nazwa Wykonawcy<br>i adres                                                                                                                                                                                            | Liczba<br>punktów<br>w kryt.<br>Cena<br>brutto<br>PLN | Liczba<br>punktów<br>w kryt.<br>Sposób<br>realizacji<br>Zadania 1 | Liczba<br>punktów<br>w kryt.<br>Sposób<br>realizacji<br>Zadania 2 | Łączna<br>liczba<br>punktów |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 1   | Konsorcjum firm:<br>AMBER GLOBAL<br>CONSULTING Sp. z o. o.<br>ul. Kopcińskiego 77<br>90-033 Łódź<br>oraz<br>„Bis” Biuro Podróży<br>Lufthansa City Center<br>A. Szulc Spółka Jawna<br>al. Kościuszki 27<br>90-418 Łódź | 30                                                    | 15                                                                | 30                                                                | 75,00                       |

Przewodnicząca Komisji Przetargowej  
Małgorzata Kielnerowska