

Wrocław, 17 stycznia 2025 r.

Strona internetowa prowadzonego postępowania

[www.dot.org.pl](http://www.dot.org.pl)

1/2024/CZ-PL/ESZIP

I.dz. 10/2025

**Dotyczy:** Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym pn. „Kampania SEO i Google Ad Words oraz kampania online w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) w ramach projektu „Łączą nas zamki i pałace II” nr rej: CZ.11.02.01/00/23\_004/0000078 w ramach programu Interreg Czechy-Polska 2021-2027.” (sygn. postępowania 1/2024/CZ-PL/ESZIP).

### INFORMACJA O WYBORZE NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

Zamawiający, Dolnośląska Organizacja Turystyczna z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Świdnickiej 44, działając na podstawie art. 253 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, zwaną dalej „ustawą Pzp”, informuje o:

#### 1) wyborze najkorzystniejszej oferty:

W przedmiotowym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego do upływu terminu na składanie ofert, zostało złożonych 5 (pięć) ofert. Zamawiający jako najkorzystniejszą wybrał ofertę:

Nr oferty	Nazwa i adres Wykonawcy	Cena oferty brutto	Doświadczenie osoby odpowiedzialnej za realizację kampanii
1.	Interprima Sp. z o.o. Sp. k. ul. Bukowskiego 178/2, 52-418 Wrocław	118 264,58 zł (po poprawieniu oczywistej omyłki rachunkowej)	2 kampanie SEO i Google Ad Words oraz kampanie online w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) w ramach projektów finansowanych ze środków unii europejskiej

Oferta wybranego Wykonawcy spełnia wymagania określone przez Zamawiającego w Specyfikacji Warunków Zamówienia oraz w ustawie Prawo zamówień publicznych i jest najkorzystniejsza w oparciu o zastosowane kryteria oceny ofert określone w Specyfikacji Warunków Zamówienia.

Przy wyborze oferty najkorzystniejszej zastosowane zostały kryteria oceny ofert (przydzielanie punktów zgodnie z metodologią wskazaną w pkt. 19 SWZ):

**Czechy - Polska**

- 1) Cena oferty – znaczenie 60%
- 2) Doświadczenie osoby odpowiedzialnej za realizację kampanii – znaczenie 40 %.

W wyniku przeprowadzonej oceny złożonych ofert, punkty zostały przyznane w następujący sposób:

<b>Nr oferty</b>	<b>Nazwa i adres Wykonawcy</b>	<b>Punkty przyznane w kryterium „Cena oferty”</b>	<b>Punkty przyznane w kryterium „Doświadczenie osoby odpowiedzialnej za realizację kampanii”</b>	<b>Łączna liczba punktów</b>
1.	Interprima Sp. z o.o. Sp. k. ul. Bukowskiego 178/2, 52-418 Wrocław	60	40	100
2.	nFinity.pl Sp. z o.o. ul. Wandy 7/4, 53-320 Wrocław	Oferta odrzucona na podst. art. 226 ust. 1 pkt 11)		
3.	Digi Lab Sp. z o.o. ul. Fryderyka Chopina 41 lok 2, 20-023 Lublin	Oferta odrzucona na podst. art. 226 ust. 1 pkt 11)		
4.	MinisterstwoReklamy.pl Sp. z o.o. ul. Jana Styczyńskiego 6/2, 42-600 Tarnowskie Góry	56,45	0	56,45
5.	LTB Sp. z o.o. ul. Wielka 27, 53-338 Wrocław	Oferta odrzucona na podst. art. 226 ust. 1 pkt 3)		