



Warszawa, 29.05.2026 r.

Znak sprawy: 02/MS/2026/ML

ZAWIADOMIENIE O WYBORZE NAJKORZYSTNIEJSZEJ OFERTY

Dotyczy: Postępowania prowadzonego w trybie zapytania ofertowego na podstawie regulaminu wewnętrznego Polskiej Organizacji Turystycznej dot. udzielania zamówień przez Biuro Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej w celu realizacji zadań powierzonych przez Ministra właściwego do spraw kultury fizycznej, o których mowa w art. 3 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 2 pkt 1c) ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 2023 r. poz. 1608) na: **„Realizacja kampanii wizerunkowej promującej Polskę jako destynację atrakcyjną turystycznie, z wykorzystaniem wizerunku rozpoznawalnych na świecie polskich sportowców”**.

Zamawiający – Polska Organizacja Turystyczna informuje, że w przedmiotowym postępowaniu wybrano ofertę złożoną przez Wykonawcę:

DWAZERO.STUDIO Sp. z o. o.

ul. Dłuska 46

05-462 Warszawa

Uzasadnienie:

Oferta spełnia wszystkie wymagania określone w Zapytaniu ofertowym oraz uzyskała najwyższą liczbę punktów na podstawie kryteriów oceny ofert określonych w niniejszym postępowaniu. W poniższej tabeli Zamawiający podaje dane dotyczące Wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w poszczególnych kryteriach oceny ofert:

Polska Organizacja Turystyczna

ul. Młynarska 42, 01-171 Warszawa, Polska, tel. +48 22 696 94 00, +48 22 696 94 01, +48 785 802 187, e-mail: pot@pot.gov.pl

Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej:

Amsterdam, Berlin, Bruksela, Budapeszt, Chicago, Londyn, Madryt, Paryż, Pekin, Praga, Rzym, Sztokholm, Tel Awiw, Tokio, Wiedeń.

portale: www.pot.gov.pl; www.polska.travel.

Lp.	Kryterium	Podkryteria	Liczba punktów		
			DWAZERO.STUDIO Sp. z o. o. ul. Dłuska 46 05-462 Warszawa	Konsorcjum firm: Octopus Warsaw Sp. z o. o., ul. Domaniewska 39, 02-672 Warszawa Octopus Media Sp. z o. o., ul. Domaniewska 39, 02-672 Warszawa	MUFU Sp. z o. o. Sp. K., Al. KEN 56/U6, 02-797 Warszawa
1.	Wizerunek i potencjał promocyjny sportowca	Spontaniczna rozpoznawalność zawodnika	8	1	1
		Rozpoznawalność wspomagana	10	4	4
		Rozpoznawalność zawodnika na kluczowych rynkach kampanii	9,5	5	4,5
		Zainteresowanie dyscypliną sportową	5	5	3
		Dopasowanie wizerunku zawodnika do komunikatu kampanii	4	4	4
2.	Zasięg i obecność medialna kampanii	Zasięg kampanii osiągnany w kanałach wskazanych w mediaplanie	6	6	10
		Liczba rynków i minimalny poziom pokrycia zasięgowego kampanii	4	4	5
		Jakość mediaplanu	5	5	5
3.	Działania niestandardowe i doświadczenie wykonawcy	Działania niestandardowe	10	8	8
		Nagrody branżowe wykonawcy	0	5	5
		Standardy branżowe wykonawcy	0	5	5
4.	Koncepcja wykorzystania wizerunku sportowca	Strategia wykorzystania wizerunku	8	6	4
		Wykorzystanie muzyki w kreacji	4	3	2
		Koncepcja kreatywna spotu i materiałów komunikacyjnych	6	6	4
RAZEM			79	67	65

Agnieszka Walawender
Dyrektor Departamentu Marketingu