



Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Realizacja kampanii radiowej, polegającej na zakupie czasu antenowego w pięciu stacjach radiowych oraz zapewnieniu emisji trzech spotów reklamowych dotyczących Krajowej Inteligentnej Specjalizacji

I. Postanowienia ogólne

1. Ministerstwo Rozwoju i Technologii, Departament Innowacji i Polityki Przemysłowej, z siedzibą przy Pl. Trzech Krzyży 3/5, 00-507 Warszawa, zaprasza do składania ofert w zakresie zamówienia na realizację kampanii radiowej, polegającej na zakupie czasu antenowego w stacjach radiowych oraz zapewnieniu emisji trzech 30" spotów radiowych dotyczących Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS).
2. Zamówienie jest współfinansowane ze środków Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki w ramach działania 2.15 „Smart Discovery”.
3. Długość terminu związania ofertą Wykonawcy oraz Zamawiającego wynosi 45 dni od dnia poinformowania Wykonawcy o wyborze oferty.
4. Osobą uprawnioną do kontaktów roboczych w ramach niniejszego zamówienia ze strony Zamawiającego jest Pani Monika Modrzejewska (email: monika.modrzejewska@mrit.gov.pl, numer telefonu: 22 411 98 39) oraz Pani Justyna Gorzoch (email: justyna.gorzoch@mrit.gov.pl, numer telefonu 22 411 94 94).

II. Cele kampanii radiowej i grupy docelowe

Celem kampanii radiowej jest emisja trzech różnych spotów radiowych na rzecz upowszechnienia Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS) oraz budowania jej „marki”. Zamówienie dotyczy emisji spotów radiowych pn. „KIS Supermoce”, „KIS Przyszłość”, „KIS Robot”, po 30 sek. każdy. Materiały zawierają krótkie dialogi dotyczące zmian społeczno-gospodarczych dokonujących się dzięki krajowym inteligentnym specjalizacjom. Spoty, dzięki zastosowaniu w nich różnych głosów i dźwięków otoczenia, wzbudzają zaniepokojenie odbiorcy. Kierują także słuchaczy na stronę internetową smart.gov.pl. Dlatego zakłada się, że kampania radiowa uwydatni powyższy przekaz oraz zachęci odbiorców do odwiedzin serwisu poświęconego KIS.

Cele komunikacyjne kampanii:

- upowszechnienie obszarów strategii Krajowej Inteligentnej Specjalizacji
- ukazanie KIS jako strategicznych obszarów oraz kluczowych technologii, także w kontekście niezależności strategicznej, wyzwań i trendów dla rozwoju polskiej gospodarki



- zainteresowanie grupy docelowej koncepcją Krajowej Inteligentnej Specjalizacji
- wzmocnienie marki własnej MRiT poprzez identyfikację ze strategią Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS)
- promocja strony internetowej smart.gov.pl.

Cele mediowe:

- maksymalizacja zasięgu i dotarcia do grupy docelowej
- wzrost wejść na stronę smart.gov.pl
- wzrost świadomości społecznej na temat strategii Krajowej Inteligentnej Specjalizacji.

Grupa docelowa:

- osoby w różnym wieku (15-75 lat) zainteresowane rozwojem gospodarczym Polski
- słuchacze programów informacyjnych, ekonomicznych, społeczno-gospodarczych
- potencjalni beneficjenci programów wsparcia w obszarach KIS.

III. Zakres zamówienia i założenia kampanii radiowej

1. Zakup czasu antenowego u nadawców zgodnie ze specyfikacją.
2. Emisja spotów w pięciu ogólnopolskich i ponadregionalnych stacjach radiowych z listy <https://radiotrack.pl/stacje-ogolnopolskie-i-ponadregionalne/> aktualnej na dzień 08.10.2025, z czego koniecznie w co najmniej dwóch stacjach z TOP 3, tj. RMF, radio ZET, Polskie Radio Program I¹.
3. Harmonogram emisji spotów:
 - Wykonawca zapewni emisję spotów w dni robocze w ciągu 3 tygodni: od 24 listopada do 12 grudnia 2025 r. Każdy spot musi zostać wyemitowany w danej stacji tyle samo razy.
 - Spot pierwszy, „KIS Supermoce” będzie emitowany w pierwszym tygodniu kampanii, spot drugi, „KIS Przyszłość” będzie emitowany w drugim tygodniu kampanii, a trzeci, „KIS Robot” w trzecim tygodniu trwania kampanii. Każdy ze spotów będzie emitowany w danym tygodniu 2 razy dziennie w każdej ze stacji radiowych zgodnie z przyjętym harmonogramem.
 - Emisja spotów będzie się odbywać w przedziale godzinowym 6.30 – 10.00 w odstępach czasowych wskazanych w przesłanym przez Wykonawcę media planie, nie mniejszych niż 0,5 godziny (+/- 5 min).
 - Spoty powinny być emitowane w blokach reklamowych bezpośrednio przed lub zaraz po audycjach informacyjnych, ekonomicznych, programach na tematy gospodarcze, technologiczne.
 - Łączna liczba emisji każdego pojedynczego spotu: minimum 30, przy czym

¹ Z listy stacji <https://radiotrack.pl/stacje-ogolnopolskie-i-ponadregionalne/>, dostęp 08.10.2025.



minimum 10 razy w każdej ze stacji.

- Łączna liczba emisji wszystkich spotów: minimum 90
4. Trzy różne spoty o długości 30" każdy zostaną przekazane Wykonawcy po podpisaniu umowy.
 5. Zamawiający nie dopuszcza emisji spotów reklamowych w rozgłośniach radia internetowego.

IV. Warunki udziału w postępowaniu

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:

1. nie podlegają wykluczeniu na podstawie art. 24 ust. 1 pkt 12 – 23 ustawy. Zamawiający nie przewiduje wykluczenia Wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Prawo zamówień publicznych,
2. posiadają kompetencje i doświadczenie w prowadzeniu określonej działalności zawodowej w zakresie planowania, zakupu, i realizacji kampanii reklamowych. Do oferty należy dołączyć dokumenty poświadczające realizację min. dwóch kampanii radiowych, których wartość każdej z nich wynosiła min. 200 000,00 zł. a wykonanie usługi odbyło się w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie.
3. posiadają zespół osób odpowiedzialnych za realizację niniejszego zamówienia, w tym:
 - **Kierownika projektu** posiadającego co najmniej 2-letnie doświadczenie w koordynacji lub nadzorze nad realizacją kampanii informacyjnych lub promocyjnych emitowanych w stacjach radiowych. Doświadczenie powinno być wykazane w formie listy zrealizowanych 3 projektów: nazwy kampanii, daty początkowej i końcowej realizacji oraz nazwy podmiotu zlecającego ich wykonanie,
 - **Plannera kampanii** radiowych posiadającego co najmniej 2-letnie doświadczenie w planowaniu i zarządzaniu kampaniami reklamowymi w mediach radiowych. Jego zadaniem jest określenie celów kampanii, targetowanie grupy docelowej, wybór stacji radiowych, opracowanie strategii emisji reklam, budżetu i monitorowanie efektów. Doświadczenie należy wykazać w formie listy zrealizowanych 3 projektów: nazwy kampanii, daty początkowej i końcowej realizacji oraz nazwy podmiotu zlecającego ich wykonanie.

Zamawiający nie dopuszcza łączenia stanowisk w strukturze zespołu projektowego.

V. Wymagania dotyczące ofert

Złożona oferta powinna zawierać:

1. Wypełniony formularz ofertowy, zawierający:
 - a. Adres i nazwę oferenta (w tym kontakt do osoby reprezentującej)



- b. Oświadczenie dotyczące warunków udziału w postępowaniu wraz z załącznikami:
 - poświadczenia realizacji dwóch kampanii radiowych zrealizowanych w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert;
 - poświadczenia dotyczące doświadczenia osób wymienionych do realizacji niniejszego zamówienia
- c. Cenę oferty – wartość netto i brutto całego zlecenia
- d. Szczegółowy harmonogram emisji spotów w ujęciu każdego tygodnia kampanii radiowej, nazwy poszczególnych stacji radiowych oraz dni i godzin emisji spotów. Harmonogram należy przedstawić w sposób czytelny (plik excel), listę programów radiowych, dni oraz godziny emisji.

2. Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu

Format składania ofert: w formie elektronicznej prosimy przysyłać na adres:

- w formie elektronicznej na adres: monika.modrzejewska@mrit.gov.pl i justyna.gorzoch@mrit.gov.pl w terminie do **20 października br. do godz. 12:00**
- w tytule e-maila: kampania radiowa KIS

VI. Kryterium oceny ofert:

Ocena ofert będzie odbywać się na podstawie kryterium:

	Kryteria oceny	Waga (%)
1.	Cena	60
2.	Średni zasięg emisji pojedynczego spotu we wszystkich pięciu stacjach w trakcie trwania kampanii	40

Kryterium 1.

Cena brutto oferty: waga 60%, równe 60 pkt.

Liczba punktów, którą można uzyskać w tym kryterium zostanie obliczona według następującego wzoru:

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{najniższa cena brutto przedstawiona w ofertach}}{\text{cena brutto oferty ocenianej}} \times 60 \text{ pkt.}$$

Maksymalnie w kryterium 1 można uzyskać 60 pkt.

Kryterium 2.



Liczba punktów, która można uzyskać w tym kryterium zostanie obliczona według następującego wzoru:

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{średni zasięg przedstawiony w ofercie ocenianej}}{\text{średni najwyższy zasięg emisji przedstawiony w ofertach}} \times 40 \text{ pkt.}$$

Średni zasięg emisji pojedynczego spotu we wszystkich pięciu stacjach w trakcie trwania kampanii = średni zasięg emisji pojedynczego spotu w pierwszej stacji radiowej + średni zasięg emisji pojedynczego spotu w drugiej stacji radiowej + średni zasięg emisji pojedynczego spotu w trzeciej + średni zasięg emisji pojedynczego spotu w czwartej + średni zasięg emisji pojedynczego spotu w piątej stacji radiowej.

Średni zakres emisji pojedynczego spotu oznacza przeciętną liczbę odbiorców (według badania Radio Track lub równoważnego) przypadającą na jedną emisję spotu radiowego w paśmie czasowym określonym w SOPZ w zasięgu stacji radiowej, w której planowana jest emisja. Wykonawca zobowiązany jest wskazać średnią liczbę słuchaczy dla jednej emisji spotu w oparciu o aktualne dane słuchalności.

Maksymalnie w kryterium 2 można uzyskać 40 pkt.

Z dwóch kryteriów Wykonawca może uzyskać łącznie **maksymalnie 100 % równe 100 pkt.**

VII. Informacje dodatkowe

1. Zamawiający informuje o wdrożonej wewnętrznej procedurze dokonywania zgłoszeń naruszeń prawa i podejmowania działań następnych, stanowiącej Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 24 Ministra Rozwoju i Technologii z dnia 12 września 2024 r. w sprawie procedur zgłaszania informacji o naruszeniach prawa i podejmowania działań następnych w Ministerstwie Rozwoju i Technologii (Dz. Urz. Min. Roz. I Tech. poz. 26). Link do przepisów: <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologia/zglos-naruszenie-prawa>
2. Po zakończeniu trwania kampanii Zamawiający dostarczy raport z jej przebiegu.
3. Zamawiający po otrzymaniu ofert dokona wyboru oferty, która uzyska najwyższą liczbę punktów.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do możliwości wezwania Wykonawcy (drogą mailową) do złożenia wyjaśnień lub uzupełnień w granicach mieszczących się w złożonej ofercie w terminie 2 dni roboczych od daty składania ofert.
5. Po wyborze Wykonawcy Zamawiający skontaktuje się z Wykonawcą w celu podpisania umowy.
6. Po realizacji zamówienia i przekazaniu przez Wykonawcę raportu z przebiegu kampanii i jego akceptacji nastąpi podpisanie protokołu zdawczo-odbiorczego. Termin płatności



wyniesie do 30 dni kalendarzowych od dnia dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT.

7. Oferent poniesie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
8. Zleceniodawca zastrzega sobie prawo do nierozstrzygnięcia zapytania bez podania przyczyn.
9. Zamawiający informuje, że całościowa oferowana cena stanowi informację publiczną w rozumieniu Ustawy o dostępie do informacji publicznej z dnia 6 września 2001 r. (Dz. U. z 2001 r. Nr 112 poz. 1198 z późn. zm.). W przypadku, gdy informacje zawarte w ofercie stanowią **tajemnicę przedsiębiorstwa** w rozumieniu przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, co do których Wykonawca zastrzega, że nie mogą zostać udostępnione, Wykonawca musi wskazać, które informacje oraz które dokumenty są objęte tajemnicą wraz z uzasadnieniem.
10. Zapytanie ofertowe nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego i nie jest ogłoszeniem w rozumieniu ustawy Prawo zamówień publicznych.
11. Zamawiający zawiera umowy na podstawie własnych wzorów umów.
12. Oferty mogą składać podmioty, które mają pełną zdolność do czynności prawnych i kwalifikują się do katalogu podmiotów objętych wyłączeniem, o którym mowa w art. 11 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych, na podstawie którego prowadzone jest niniejsze postępowanie, tj. są „dostawcą audiowizualnych lub radiowych usług medialnych” w rozumieniu ww. ustawy oraz przepisów:
 - 1) art. 10 lit. b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/24/UE z dnia 26 lutego 2014 r. w sprawie zamówień publicznych, uchylającej dyrektywę 2004/18/WE (Dz. Urz. UE L 94 z 28.03.2014, str. 65, z późn. zm.),
 - 2) art. 4 pkt 4 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2019 r. poz. 361, z późn. zm.) w przeciwnym razie, ich oferty nie będą rozpatrywane. Potwierdzeniem spełnienia niniejszego warunku, wskazanego w ust. będzie podpisanie formularza przez Oferenta stanowiącego załącznik nr 5 lub przez osobę należycie umocowaną do reprezentowania Oferenta.

Uzasadnienie faktyczne i prawne udzielenia zamówienia w trybie innym niż tryb podstawowy

Zgodnie z art. 11 ust. 1 pkt 5) ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2022 r., poz. 1710 z późn.), przepisów ustawy nie stosuje się do zamówień lub konkursów, których przedmiotem jest zakup czasu antenowego lub audycji od dostawców audiowizualnych lub radiowych usług medialnych. Wskazany powyżej przedmiot zamówienia mieści się w tym katalogu zwolnień przedmiotowych z ustawy.

VIII. Klauzula informacyjna

Na podstawie art. 13 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Krajowa
Inteligentna
Specjalizacja

95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str.1, z późn. zm.) informuję że:

1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Minister Finansów i Gospodarki, którego obsługę zapewnia Ministerstwo Rozwoju i Technologii z siedzibą w Warszawie, Plac Trzech Krzyży 3/5, mail: kancelaria@mrit.gov.pl, tel. +48 222 500 123, adres skrytki na ePUAP: /MRPIT/SkrytkaESP, adres do doręczeń elektronicznych: AE:PL-68477-29007-EFSHR-25. Wykonującym obowiązki Administratora jest Dyrektor Departamentu Innowacji i Polityki Przemysłowej w MRiT.

2. Jeśli ma Pani/Pan pytania dotyczące przetwarzania Pani/Pana danych osobowych, a także przysługujących Pani/Panu praw, może się Pani/Pan kontaktować z wyznaczonym przez Administratora Inspektorem Ochrony Danych, wysyłając informację na skrzynkę: iod@mrit.gov.pl.

3. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w oparciu o art. 6 ust. 1 lit. b) RODO tj. w związku z zawarciem i realizacją umowy, której jest Pani/Pan stroną. Jeżeli jest Pani/Pan pełnomocnikiem lub osobą reprezentującą stronę przy zawarciu umowy, to Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w oparciu o art. 6 ust. 1 lit. f) RODO tj. prawnie uzasadniony interes administratora, polegający na konieczności właściwego identyfikowania kontrahenta przy zawieraniu umowy.

4. Pani/Pana dane osobowe są przetwarzane na Pani/Pana żądanie przed zawarciem umowy, a następnie będą przetwarzane w celu wykonania zawartej umowy, oraz w celach, w których przepisy nakazują nam przechowywać dane: cele archiwalne lub dowodowe.

5. Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych mogą być:

- organy władzy publicznej oraz podmioty wykonujące zadania publiczne lub działające na zlecenie organów władzy publicznej, w zakresie i w celach, które wynikają z przepisów powszechnie obowiązującego prawa (np. na żądanie sądów, urzędów skarbowych, Prokuratury lub Policji);
- inne podmioty, które na podstawie stosownych umów podpisanych z MRiT przetwarzają dane osobowe, dla których Administratorem jest Minister Finansów i Gospodarki, którego obsługę zapewnia Ministerstwo Rozwoju i Technologii (np. podmioty świadczące usługi prawne, dostawcy systemów informatycznych i usług IT oraz telekomunikacyjnych, operatorzy pocztowi i kurierzy).

6. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane przez okres niezbędny do realizacji celów przetwarzania, w tym do czasu upływu okresu przedawnienia zobowiązania podatkowego wynoszącego 5 lat, oraz nie krócej niż okres wskazany w przepisach o archiwizacji, tj. ustawie o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz. U. z 2020 r. poz. 164 z późn. zm.).

7. Pani/Pana dane osobowe nie będą podlegać zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji lub profilowaniu.

8. Podanie danych jest dobrowolne, ale niezbędne do zawarcia umowy.



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Krajowa
Inteligentna
Specjalizacja

9. Pani/Pana dane osobowe nie będą przekazane do państw trzecich.

10. W związku z przetwarzaniem Pani/Pana danych osobowych przysługują Pani/Panu następujące prawa:

- prawo dostępu do swoich danych oraz otrzymania ich kopii zgodnie z art. 15 RODO;
- prawo do sprostowania swoich danych zgodnie z art. 16 RODO;
- prawo do ograniczenia przetwarzania danych zgodnie z art. 18 RODO;
- prawo do złożenia sprzeciwu wobec przetwarzania danych, zgodnie z art. 21 RODO – w odniesieniu do przetwarzania opartego o prawnie uzasadniony interes administratora.

11. W przypadku powzięcia informacji o niezgodnym z prawem przetwarzaniu Pani/Pana danych osobowych, przysługuje Pani/Panu prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego właściwego w sprawach ochrony danych osobowych, tj. Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa.