

**INFORMACJA**  
**na podstawie art. 92 ust. 2 ustawy - Prawo zamówień publicznych**

**Dotyczy:**      **postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na subskrypcje danych z wynikami badania Target Group Index 2010 (TGI) dotyczącymi konsumpcji mediów, dóbr i usług (znak sprawy: BZ/DPzp - 66/10).**

Zamawiający zamierza zawrzeć umowę ze spółką: **MillwardBrown SMG/KRC Poland – Media S.A. z siedzibą w Warszawie, adres: ul Nowoursynowska 154a, 02-797 Warszawa**, z którą to spółką przeprowadzone zostały negocjacje na podstawie art. 66 ustawy - Prawo zamówień publicznych.

Uzasadnienie wyboru

Wybór trybu „zamówienia z wolnej ręki” dotyczy zamówienia publicznego, którego przedmiotem jest pozyskanie subskrypcji danych z wynikami badania Target Group Index 2010, której kupnem zainteresowane jest Polskie Radio – S.A. , tak jak w latach poprzednich. Przedmiotowe badanie służy do precyzyjnego opisu grup docelowych dla kategorii produktowych i marek w kategoriach zmiennych dotyczących przede wszystkim cech demograficznych czy też zachowań konsumenckich, tj. konsumpcji mediów w szczególowy sposób obejmujący radio, prasę, telewizję, Internet. Dane z Target Group Index mają charakter jednoźródłowy (Single Source Data). Oznacza to, że ci sami respondenci udzielają informacji zarówno o konsumpcji dóbr i usług jak i wykorzystaniu mediów. Wyniki udostępniane są zwykle w formie subskrypcji i towarzyszy im oprogramowanie ułatwiające analizy. Badanie Target Group Index jest jedynym w Polsce badaniem prowadzonym w sposób ciągły od 12 lat, które gromadzi informacje na temat konsumpcji dóbr i usług, opinii i zwyczajów konsumentów oraz wykorzystania mediów. Zakres tych badań oraz ich ciągłość pozwala na uzyskanie spójnych metodologicznie i na bieżąco kontrolowanych danych, które pozwalają na analizę długookresowej dynamiki zmian zachowań.

Podnieść należy, że pozyskania przez Polskie Radio – S.A. subskrypcji danych z wynikami badania Target Group Index 2010 realizowane jest, na wyłącznej licencji British Market Research Bureau, przez Instytut badania rynku i opinii publicznej MillwardBrown SMG/KRC Poland-Media S.A., z siedzibą w Warszawie, który to ciągu kilkunastu lat swojej działalności stał się największym ośrodkiem badań marketingowych w Polsce i na całym obszarze Europy Środkowej i Wschodniej.

Wobec powyższego stwierdzić należy, że przesłanka z art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 ze zm.), mówiąca, iż zamówienie publiczne może być udzielone jako „zamówienie z wolnej ręki” wobec okoliczności, że może być ono świadczone tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze, została spełniona.