

Numer sprawy: 261-09/17 wybór oferty

Do wszystkich wykonawców

Dotyczy: przetargu nieograniczonego na usługę przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce

- I. Działając zgodnie z art. 92 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (zwanej dalej Pzp) Zamawiający informuje, że jako najkorzystniejsza została w postępowaniu uznana oferta nr 6 złożona przez: konsorcjum **Media Group sp. z o.o.** oraz **BringMore Advertising Włodzimierz Rajczyk**, adres do korespondencji: ul. Żurawia 6/12, 00-503 Warszawa, z ceną **1.926.180,00 złotych brutto**.

Uzasadnienie:

Oferta ta odpowiada wszystkim wymaganiom SIWZ. Uzyskała ona najwyższą łączną ocenę w przewidzianych w postępowaniu kryteriach oceny ofert spośród wszystkich ofert niepodlegających odrzuceniu.

- II. Zestawienie ofert złożonych w postępowaniu oraz ich skrócona ocena:

Numer oferty	Nazwa (firma) i adres wykonawcy	Cena brutto (zł)	Liczba punktów w kryteriach oceny ofert		Suma punktów przyznanych ofercie
			Cena (50%)	Kwalifikacje zawodowe i doświadczenie osób skierowanych do realizacji zamówienia (50%)	
1 (pod nr 3 zarejestrowano także zmianę tej oferty)	MASTERMIND MEDIA sp. z o.o. Al. Jerozolimskie 107 02-011 Warszawa	Pierwotnie: 2.767.500,00 Po zmianie oferty: 2.766.270,00	34,82	47,00	81,82
2	Brand New Heaven sp. z o.o. Ul. Narbutta 24/6a 02-541 Warszawa	3.093.450,00	31,13	42,00	73,13
4	TARRAYA S.A. Ul. Głogowska 108/6 60-263 Poznań	1.979.611,20	Brak oceny – oferta odrzucona	Brak oceny – oferta odrzucona	Brak oceny – oferta odrzucona
5	Konsorcjum: Partner of Promotion Sp. z o.o. (Lider Konsorcjum) ul. Belgradzka 8 lok. 01, 02-793 Warszawa Effective Media Solutions Sp. z o.o. sp. k. ul. bł. Ładysława z Gielniowa 4, 02-066 Warszawa Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o. ul. Bielawska 6/3, 02-511 Warszawa <u>Adres do korespondencji:</u> ul. Belgradzka 8 lok. 01, 02-793 Warszawa	2.147.949,00	Brak oceny – oferta odrzucona	Brak oceny – oferta odrzucona	Brak oceny – oferta odrzucona

6	Konsorcjum: MEDIA GROUP Sp. z o.o. (Lider Konsorcjum) ul. Żurawia 6/12, 00-503 Warszawa BringMore Advertising Włodzimierz Rajczyk Ul. Armii Krajowej 9a, 41-506 Chorzów <u>Adres do korespondencji:</u> ul. Żurawia 6/12, 00-503 Warszawa	1.926.180,00	50,00	50,00	100,00
7	Konsorcjum: FM PRO Sp. z o.o. (Lider Konsorcjum) ul. Błękitna 3, 55-040 Bielany Wrocławskie Mediacom - Warszawa Sp. z o.o. Ul. Wołoska 24, 02-675 Warszawa <u>Adres do korespondencji:</u> Ul. Błękitna 3, 55-040 Bielany Wrocławskie	3.105.750,00	31,01	41,00	72,01
8	Fabryka Komunikacji Społecznej s.c. Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz ul. Filtrowa 75/22, 02-032 Warszawa	2.381.280,00	40,44	50,00	90,44

III. Wykonawcy wykluczeni z postępowania: nie dotyczy.

IV. Wykonawcy, których oferty zostały odrzucone:

1) Oferta nr 4 złożona przez **TARRAYA S.A.**, ul. Głogowska 108/6, 60-263 Poznań

Uzasadnienie:

Zamawiający w dniu 25.08.2017 r. wezwał Wykonawcę w trybie art. 90 ustawy Pzp do złożenia wyjaśnień elementów oferty mających wpływ na wysokość zaoferowanej przez niego ceny. ze względu na to, że cena oferty Wykonawcy (1.979.611,20 zł brutto), stanowiła jedynie 61,14% wartości szacunkowej niniejszego zamówienia, powiększonej o podatek VAT (3.280.000 zł brutto), a także jedynie 79,64% średniej cen ofert złożonych w postępowaniu.

Tak poważne różnice budziły i budzą nadal wątpliwości Zamawiającego co do możliwości należytego wykonania zamówienia w zamian za wynagrodzenie w takiej kwocie, obligując Zamawiającego do wszczęcia postępowania wyjaśniającego w trybie art. 90 ustawy Pzp.

W wezwaniu z 25.08.2017 r. Wykonawca był proszony w szczególności o przedstawienie wyjaśnień popartych wyliczeniami i dowodami, potwierdzających realność ceny ofertowej i możliwość wykonania za tą cenę zamówienia zgodnie z wymaganiami wskazanymi w SIWZ. Zamawiający podkreślał przy tym, że wyjaśnienia powinny dotyczyć w szczególności (ale nie wyłącznie):

- a) zakładanych w ofercie kosztów na zakup czasu antenowego w telewizji i możliwości wykonania w tym zakresie zamówienia z zachowaniem wymagań związanych z zasięgiem kampanii i ilością emisji spotów w prime time,
- b) Zakładanych w ofercie kosztów na przygotowanie materiałów reklamowych i możliwości wykonania w tym zakresie zamówienia z zachowaniem wymagań SIWZ i ogólnie przyjętych standardów jakościowych,
- c) Zakładanych w ofercie kosztów zakupu nośników outdoor i możliwości wykonania w tym zakresie zamówienia z zachowaniem wymogu zapewnienia odpowiednich ilości i rodzajów nośników, lokalizacji i innych wymagań określonych w SIWZ.

Złożone przez Wykonawcę wyjaśnienia z dnia 28.08.2017 r. (doręczone Zamawiającemu na piśmie w dniu 29.08.2017 r.), są bardzo lakoniczne. Poza nielicznymi pozycjami cenowymi (np. reklama outdoor) nie zawierają one żadnych kalkulacji, które pozwalałyby ocenić realność oferty Wykonawcy.

Wykonawca nie przedstawił żadnych dowodów ani wyliczeń, które mogłyby być uznane za wyjaśniające i wykazujące Zamawiającemu, że przy zakładanych kosztach Wykonawca może należycie wykonać usługi, zgodnie z wymaganiami SIWZ. Dotyczy to zwłaszcza, w szczególności w kwestii kosztu zakupu mediów: czas antenowy w telewizji, radiu, reklama outdoor. Szczególnie widać to w zakresie wyjaśnień w zakresie zakupu czasu antenowego w telewizji i radiu, gdzie Wykonawca przedstawił właściwie jedynie krótką deklarację wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami Zamawiającego i powołał wycenę domu mediowego Mediapol sp. z o.o., która nie została jednak załączona do wyjaśnień, ani nawet choćby opisana w wyjaśnieniach co do założeń, sposobu kalkulacji, wysokości rabatów, poziomu cenowego zakupu punktu GRP czy ceny CPP oraz innych parametrów świadczących o rzetelności dokonanej wyceny.

Wyjaśnienia składają się jedynie z ogólnikowych twierdzeń o zamiarze realizacji zgodnie z wymaganiami Zamawiającego. Twierdzenia te nie są jednak poparte żadnymi dowodami, ani nawet argumentacją czy kalkulacją, które pozwalałyby uznać je za uprawdopodobnione. Wyjaśnienia w tym zakresie nie mogą być uznane za konkretne i przekonujące, a do złożenia takich wyjaśnień Wykonawca był zobowiązany w ramach procedury określonej w art. 90 ustawy Pzp.

Potwierdza to stanowisko orzecznictwa Krajowej Izby Odwoławczej i sądów powszechnych:

„dla zakwalifikowania oferty do dalszego postępowania nie jest wystarczające złożenie jakichkolwiek wyjaśnień, lecz wyjaśnień odpowiednio umotywowanych; przekonujących, że zaproponowana oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny” (por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 05.01.2007 r., sygn. akt V Ca 2214/06, podobnie wyroki KIO z dnia 26.11.2010 r., KIO 2498/10, z dnia 29.10.2013 r., KIO 2426/13, wyrok Sądu Okręgowego w Częstochowie z dnia 12.08.2005 r., sygn. akt VI Ca 464/05).

Oceniając wszystkie powyższe okoliczności Zamawiający zmuszony był uznać, że Wykonawca nie sprostął wynikającemu z art. 90 ust. 2 ustawy Pzp obowiązkowi dowodowemu. W konsekwencji ocena udzielonych wyjaśnień potwierdziła, że oferta Wykonawcy zawiera rażąco niską cenę, czyli cenę nierealną, nie pozwalającą na pełne i należyte wykonanie zamówienia zgodnie z wymaganiami SIWZ, co grozi nienależytym wykonaniem zobowiązania objętego przedmiotowym zamówieniem. To powoduje konieczność odrzucenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 90 ust. 3 w zw. z art. 89 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp.

- 2) Oferta nr 5 złożona przez Konsorcjum: Partner of Promotion Sp. z o.o. (Lider Konsorcjum), Effective Media Solutions Sp. z o.o. sp. k., Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o.

Uzasadnienie:

Zamawiający w dniu 25.08.2017 r. wezwał Wykonawcę w trybie art. 90 ustawy Pzp do złożenia wyjaśnień elementów oferty mających wpływ na wysokość zaoferowanej przez niego ceny. ze względu na to, że cena oferty Wykonawcy (2.147.949,00 zł brutto), stanowiła jedynie 66,34% wartości szacunkowej niniejszego zamówienia, powiększonej o podatek VAT (3.280.000 zł brutto), a także jedynie 86,41% średniej cen ofert złożonych w postępowaniu.

Tak poważne różnice budziły i budzą nadal wątpliwości Zamawiającego co do możliwości należytego wykonania zamówienia w zamian za wynagrodzenie w takiej kwocie, obligując Zamawiającego do wszczęcia postępowania wyjaśniającego w trybie art. 90 ustawy Pzp.

W wezwaniu z 25.08.2017 r. Wykonawca był proszony w szczególności o przedstawienie wyjaśnień popartych wyliczeniami i dowodami, potwierdzających realność ceny ofertowej i możliwość wykonania za tą cenę zamówienia zgodnie z wymaganiami wskazanymi w SIWZ. Zamawiający podkreślał przy tym, że wyjaśnienia powinny dotyczyć w szczególności (ale nie wyłącznie):

- a) zakładanych w ofercie kosztów na zakup czasu antenowego w telewizji i możliwości wykonania w tym zakresie zamówienia z zachowaniem wymagań związanych z zasięgiem kampanii i ilością emisji spotów w prime time,
- b) Zakładanych w ofercie kosztów na przygotowanie materiałów reklamowych i możliwości wykonania w tym zakresie zamówienia z zachowaniem wymagań SIWZ i ogólnie przyjętych standardów jakościowych,
- c) Zakładanych w ofercie kosztów zakupu nośników outdoor i możliwości wykonania w tym zakresie zamówienia z zachowaniem wymogu zapewnienia odpowiednich ilości i rodzajów nośników, lokalizacji i innych wymagań określonych w SIWZ.

Złożone przez Wykonawcę wyjaśnienia z dnia 29.08.2017 r. (doręczone Zamawiającemu pocztą elektroniczną w dniu 30.08.2017 r.), są lakoniczne. Poza wyliczeniem kosztów pracy pracowników własnych członków konsorcjum (poz. 1 tabeli w formularzu oferty) i produkcji materiałów reklamowych (poz. 2 tabeli w formularzu oferty) nie zawierają one żadnych kalkulacji, które pozwalałyby ocenić

realność oferty Wykonawcy.

Wykonawca nie przedstawił poza tym żadnych dowodów ani wyliczeń, które mogłyby być uznane za wyjaśniające i wykazujące Zamawiającemu, że przy zakładanych kosztach Wykonawca może należycie wykonać usługi, zgodnie z wymaganiami SIWZ. Dotyczy to zwłaszcza kosztu zakupu mediów: czas antenowy w telewizji, radiu, reklama outdoor. Szczególnie widać to w zakresie wyjaśnień w zakresie zakupu czasu antenowego w telewizji, gdzie Wykonawca przedstawił właściwie jedynie krótką deklarację wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami Zamawiającego i powołał wycenę domu mediowego Effective Media Solutions sp. z o.o. - członka konsorcjum, która nie została jednak załączona do wyjaśnień, ani nawet choćby opisana w wyjaśnieniach co do założeń, sposobu kalkulacji, poziomu cenowego zakupu punktu GRP czy ceny CPP oraz innych parametrów świadczących o rzetelności dokonanej wyceny.

Poza wyliczeniami kosztów pracowniczych członków konsorcjum wyjaśnienia składają się jedynie z ogólnikowych twierdzeń o zamiarze realizacji zgodnie z wymaganiami Zamawiającego. Twierdzenia te nie są jednak poparte żadnymi dowodami, ani nawet argumentacją czy kalkulacją, które pozwalałyby uznać je za uprawdopodobnione. Wyjaśnienia w tym zakresie nie mogą być uznane za konkretne i przekonujące, a do złożenia takich wyjaśnień Wykonawca był zobowiązany w ramach procedury określonej w art. 90 ustawy Pzp.

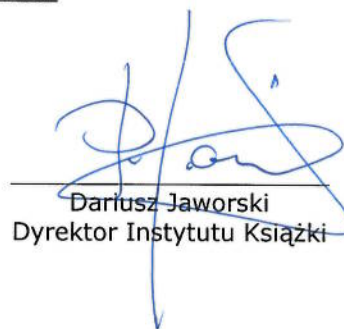
Potwierdza to stanowisko orzecznictwa Krajowej Izby Odwoławczej i sądów powszechnych:

„dla zakwalifikowania oferty do dalszego postępowania nie jest wystarczające złożenie jakichkolwiek wyjaśnień, lecz wyjaśnień odpowiednio umotywowanych; przekonujących, że zaproponowana oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny” (por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 05.01.2007 r., sygn. akt V Ca 2214/06, podobnie wyroki KIO z dnia 26.11.2010 r., KIO 2498/10, z dnia 29.10.2013 r., KIO 2426/13, wyrok Sądu Okręgowego w Częstochowie z dnia 12.08.2005 r., sygn. akt VI Ca 464/05).

Oceniając wszystkie powyższe okoliczności Zamawiający zmuszony był uznać, że Wykonawca nie sprostał wynikającemu z art. 90 ust. 2 ustawy Pzp obowiązkowi dowodowemu. W konsekwencji ocena udzielonych wyjaśnień potwierdziła, że oferta Wykonawcy zawiera rażąco niską cenę, czyli cenę nierealną, nie pozwalającą na pełne i należyte wykonanie zamówienia zgodnie z wymaganiami SIWZ, co grozi nienależytym wykonaniem zobowiązania objętego przedmiotowym zamówieniem. To powoduje konieczność odrzucenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 90 ust. 3 w zw. z art. 89 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp.

- V. Zgodnie z art. 94 ust. 1 pkt 1 ustawy Pzp Zamawiający zawrze umowę w sprawie przedmiotowego zamówienia w terminie nie krótszym niż 10 dni od dnia przesłania niniejszego zawiadomienia o wyborze najkorzystniejszej oferty.

Zamawiający prosi o potwierdzenie otrzymania niniejszego zawiadomienia.


Dariusz Jaworski
Dyrektor Instytutu Książki