

Warszawa, dnia 12.07.2019 r.

Numer sprawy: 261-08/19 wybór oferty

Do wszystkich wykonawców

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

- 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 3 złożona przez: Clickad Interactive sp. z o.o., ul. Wiertnicza 89, 02-952 Warszawa, z ceną **2.023.131.34 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 (na kolejnych stronach):

| Nr oferty | Nazwa (firma) i adres wykonawcy | Cena brutto (zł) | Liczba punktów w kryterium cena (40%) | Liczba punktów w kryterium kwalifikacje zawodowe i doświadczenie osób wyznaczonych do realizacji zamówienia (20%) | Parametry kampanii w telewizji – liczba punktów GRP | Liczba punktów w kryterium kampanii w telewizji – liczba punktów GRP (8%) | Parametry w telewizji – wartość procentowa zasięgu 3+ | Liczba punktów w kryterium w telewizji – wartość procentowa zasięgu 3+ (8%) | Parametry kampanii w internecie | Liczba punktów w kryterium kampanii w internecie (10%) | Parametry reklamy outdoor | Liczba punktów w kryterium Parametry reklamy outdoor (10%) | Kryterium społeczne – zatrudnienie osób niepełnosprawnych | Liczba punktów w kryterium społeczne – zatrudnienie osób niepełnosprawnych (4%) | Suma punktów |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 1 | Fabryka Komunikacji Społecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz Ul. Filtrowa 75/22, 02-032 Warszawa | 1.832.000,00 | Brak oceny - oferta odrzucona | Brak oceny - oferta odrzucona | 500 | Brak oceny - oferta odrzucona | 50% | Brak oceny - oferta odrzucona | 2.200.000 | Brak oceny - oferta odrzucona | 40 | Brak oceny - oferta odrzucona | min. 2 osoby | Brak oceny - oferta odrzucona | Brak oceny - oferta odrzucona |
| 2 | Konsorcjum: .bringMore advertising Włodzimierz Rajczyk – lider konsorcjum Ul. Armii Krajowej 9A, 41-506 Chorzów Media Group sp. z o.o. – partner Ul. Żurawia 6/12, 00-503 Warszawa | 2.385.585,00 | 33,92 | 20,00 | 500 | 8,00 | 50% | 0,00 | 2.200.000 | 10,00 | 40 | 10,00 | min. 2 osoby | 4,00 | 85,92 |
| 3 | ClickAd Interactive Sp. z o.o. Ul. Wiertnicza 89, 02-952 Warszawa | 2.023.131,33 Poprawiono na: 2.023.131,34 | 40,00 | 19,00 | 500 | 8,00 | 60% | 8,00 | 2.200.000 | 10,00 | 40 | 10,00 | min. 2 osoby | 4,00 | 99,00 |
| 4 | Amicus Media sp. z o.o. Ul. Zielna 39/303, 00-108 Warszawa | 2.169.979,53 | 37,29 | 20,00 | 501 | 8,00 | 55,1% | 4,08 | 2.250.000 | 10,00 | 36 | 6,00 | min. 2 osoby | 4,00 | 89,37 |
| 5 | Keino Grupa Sp. z o.o. ul. Wespazjana Kochowskiego 15, 01-574 Warszawa | 2.148.810,00 | 37,66 | 20,00 | 500 | 8,00 | 60% | 8,00 | 2.200.000 | 10,00 | 40 | 10,00 | min. 2 osoby | 4,00 | 97,66 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------|-------|-----|------|-----|------|-----------|-------|----|-------|--------------|------|-------|
| 6 | <p>Konsorcjum: Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o. – lider konsorcjum Ul. Bielawska 6/3, 02-511 Warszawa</p> <p>Effective Media Solutions Sp. z o.o. sp. k. – partner Ul. Bł. Ładysława z Gielniowa 4, 02-066 Warszawa</p> <p>Effective Media Sp. z o.o. – partner Ul. Bł. Ładysława z Gielniowa 4 02-066 Warszawa</p> | 2.054.782,65 | 39,38 | 20,00 | 500 | 8,00 | 50% | 0,00 | 2.200.000 | 10,00 | 40 | 10,00 | min. 2 osoby | 4,00 | 91,38 |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------|-------|-----|------|-----|------|-----------|-------|----|-------|--------------|------|-------|

III. Wykonawcy wykluczeni z postępowania: nie dotyczy.

IV. Wykonawcy, których oferty zostały odrzucone:

Oferta nr 1, złożona przez wykonawcę: Fabryka Komunikacji Społecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz, Ul. Filtrowa 75/22, 02-032 Warszawa

Uzasadnienie:

Zgodnie z SIWZ (pkt XIII.2) Wykonawcy mieli wyliczyć cenę oferty w tabeli kosztorysowej wskazanej w formularzu oferty (załącznik nr 1 do SIWZ) i następnie podać łączną cenę oferty. Przy wyliczeniu ceny oferty mieli oni obowiązek uwzględnienia wytycznych Zamawiającego związanych z zakładanym podziałem kosztów pomiędzy poszczególne pozycje. Wymagane proporcje pomiędzy pozycjami zostały oznaczone w opisie poszczególnych pozycji tabeli w formularzu oferty. Dla pozycji 5 " Internet i media społecznościowe (www, kanały, reklama, guerilla marketing i marketing wirusowy)" wartość ta miała wynosić nie więcej niż 20% wartości łącznej.

W przedmiotowej ofercie pozycja ta została wyceniona na kwotę 390.000,00 zł brutto, co stanowi 21,29% całkowitej ceny oferty, wynoszącej 1.832.000,00 zł brutto. Powyższe świadczy o niezgodności oferty z treścią SIWZ, co powoduje konieczność odrzucenia oferty na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 Pzp.

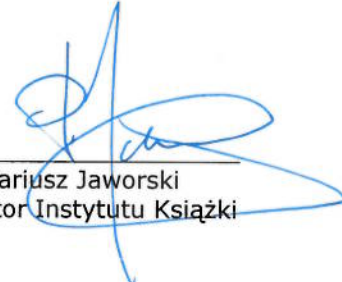
Ewentualna poprawa ceny w tej pozycji powodowałaby zmianę także ceny całkowitej. Ponadto wymagałaby ona albo narzucenia przez Zamawiającego wyceny tej pozycji i w konsekwencji całej oferty, albo też przeprowadzenia w tym zakresie negocjacji z Wykonawcą, co nie jest dopuszczalne stosownie do treści art. 87 ust. 1 Pzp. Z tych powodów nie było także możliwe zastosowanie w niniejszej sprawie art. 87 ust. 2 pkt 3 Pzp i dokonanie poprawy wadliwego wyliczenia ceny oferty.

Takie stanowisko jest zgodne z orzecznictwem KIO: *"Jeżeli w treści SIWZ zamawiający jednoznacznie wskazał, że wartość prac projektowych nie może przekraczać 1 % całości zamówienia, to do tego wymagania wykonawcy zobowiązani są się zastosować. Niezgodność treści oferty z SIWZ musi mieć charakter zasadniczy i nieusuwalny. Przedmiotowa niezgodność (oczekiwanie zaoferowania wartości prac projektowych nieprzekraczających 1 % wartości całego zamówienia) ma właśnie taki charakter. Nie jest możliwe jej poprawienie w trybie przewidzianym w art. 87 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych. Cena i jej składowe są merytoryczną treścią oferty, zatem ich niezgodność z wymaganiami SIWZ skutkuje odrzuceniem oferty na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Prawo zamówień publicznych."* (por. wyrok KIO z dnia 8 stycznia 2019 r., KIO 2654/18).

Z tego powodu oferta została odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 Pzp, jako niezgodna z treścią SIWZ.

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