



Warszawa, dnia 4 października 2013r.

BF/PG-ZP/066-70/13

Wszyscy Wykonawcy

Dotyczy: „Usługi kreatywne i produkcyjne w kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej na rynkach zagranicznych oraz w Polsce”, numer: 55/13.

Rozstrzygnięcie postępowania

Działając w postępowaniu na „Usługi kreatywne i produkcyjne w kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej na rynkach zagranicznych oraz w Polsce”, numer: 55/13, informuje, że jako najkorzystniejszą wybrano ofertę BBDO Warszawa Sp. z o.o., ul. Burakowska 5/7, 01-066 Warszawa z ceną ofertową 1.630.611,00 PLN brutto.

W postępowaniu oferty złożyli następujący wykonawcy:

- 1) BBDO Warszawa Sp. z o.o., ul. Burakowska 5/7, 01-066 Warszawa – oferta nr 1;
- 2) Yoberi Sp. z o.o., ul. Złota 61, 00-819 Warszawa – wykonawca wykluczony, oferta odrzucona – oferta nr 2;
- 3) Legend Group Sp. z o.o., ul. Wiertnicza 99, 02-952 Warszawa, –oferta odrzucona – oferta nr 3;
- 4) Konsorcjum Young & Rubicam Poland Sp. z o.o., ul. Adama Branieckiego 17, 02-972 Warszawa i Raymond Sp. z o.o., ul. Adama Branieckiego 17, 02-972 Warszawa –oferta odrzucona – oferta nr 4.

L.p.	Kryterium:	Oferta nr 1
1.	Łączna cena zadań a-o	85pkt
2.	Łączna cena reportaże	5pkt
3.	Przygotowanie i realizacja cyklu reportaży dla konsumentów chińskich - dodatkowa cena za adaptację na dialekt kantoński	2pkt
4.	Wykonanie 24 reklam w prasie i w internecie skierowanych do konsumentów - dodatkowe wynagrodzenie za adaptację na dialekt kantoński	2pkt
5.	Wykonanie 35 reklam skierowanych do touroperatorów (w tym reprezentantów przemysłu spotkań), mediów i środowisk opiniotwórczych - dodatkowa cena za adaptację na dialekt kantoński	2pkt
6.	Wykonanie 3 reklam outdoorowych skierowanych do polskiej branży turystycznej i do administracji regionalnej - dodatkowa cena wykonania jednego materiału emisyjnego	2pkt
7.	Wykonanie 3 reklam outdoorowych skierowanych do Chińczyków mieszkających w Polsce - dodatkowa cena wykonania jednego materiału emisyjnego	2pkt
Suma:		100 pkt



1. Dot. oferty nr 2:

Zamawiający wyklucza Yoberi Sp. z o.o. z postępowania na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 4 ustawy Pzp, tj. z uwagi na fakt, że nie wykazał warunków udziału w postępowaniu w zakresie wiedzy i doświadczenia. W szczególności wykonawca nie potwierdził posiadania wiedzy i doświadczenia w pełnym wymaganym zakresie w odniesieniu do wymogów:

- wykonaniu co najmniej trzech adaptacji reklam zagranicznych w Polsce;
- stworzeniu pomysłu kreatywnego co najmniej trzech reklam telewizyjnych, z których każda była emitowana w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej.

Wykonawca uzupełniając ofertę w dniu 30 września 2013r. potwierdził, że wykonał (lub dysponuje wiedzą i doświadczeniem to potwierdzającym) dwie adaptacje reklam zagranicznych w Polsce, przedstawiając w tym zakresie poświadczenia o należytych wykonaniu usług. W przypadku trzeciej usługi mającej potwierdzić spełnianie tego warunku brak jest jednak odpowiedniego poświadczenia, a wykonawca załączył jedynie własne oświadczenie, że zamówienie zostało wykonane należycie (usługa na rzecz Fortis Bank Polska). Należy jednak zaznaczyć, że wykonawca może posługiwać się własnym oświadczeniem potwierdzającym należyte wykonanie usług jedynie w przypadku jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać poświadczenia. Należy wskazać, że wskazana w oświadczeniu okoliczność czasowej nieobecności osoby koordynującej zamówienie ze strony klienta nie może być uznane za taki przypadek. Wykonawca nie uprawdopodobnił, że osoba ta jest jedyną osobą mogącą wystawić odpowiednie oświadczenie, a ponadto Wykonawca miał wystarczająco dużo czasu do uzyskania dokumentu wcześniej, gdyż od realizacji zamówienia minęło blisko 3 lata.

Analogicznie Wykonawca uzupełniając ofertę w dniu 30 września 2013r. potwierdził, że stworzył pomysł kreatywny dwóch reklam telewizyjnych, z których każda była emitowana w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej, przedstawiając w tym zakresie poświadczenia o należytych wykonaniu usług. W przypadku trzeciej usługi mającej potwierdzić spełnianie tego warunku (usługa na rzecz „Zwykła Agencja” s.c.) na potwierdzenie należytego wykonania usługi Wykonawca złożył poświadczenie wystawione w dniu 30 listopada 2010r., w sytuacji gdy usługa, zgodnie z oświadczeniem wykonawcy zrealizowana została w dniu 30 kwietnia 2012r. Należy wskazać, że poświadczenie wystawione znacząco przed realizacją usługi nie może potwierdzać jej należytego wykonania.

W związku z powyższym Zamawiający odrzuca ofertę Wykonawcy Yoberi Sp. z o.o. na podstawie art. 87 ust. 1 pkt 5, jako złożoną przez wykonawcę wykluczonego z postępowania. Ponadto oferta Wykonawcy podlega odrzuceniu na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 4, tj. jako zawierająca rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia. W dniu 23 września 2013r. Zamawiający skierował do Agencji Yoberi wezwanie w zakresie m.in. wyjaśnienia ceny oferty. Wątpliwości Zamawiającego wzbudziła cena oferty, ze szczególnym uwzględnieniem wyjątkowo niskich stawek, jakie Yoberi podało w swojej ofercie za wykonanie materiałów emisyjnych w punktach e), g) oraz i) formularza ofert, gdzie ceny jednostkowe skalkulowane zostały na poziomie odpowiednio: 203 zł, 166 zł, 208 zł i 174 zł (wszystkie ceny łącznie z VAT). W ocenie Zamawiającego są to stawki, w przypadku których zdecydowanie zachodzi podejrzenie, że są rażąco niskie – ocena ta wynika z trzech zasadniczych przesłanek:



- Porównanie ze stawkami obowiązującymi na rynku. Zważywszy na fakt, że podane ceny zawierają w sobie VAT, faktyczne wynagrodzenie wykonawcy wynosi od 135 zł (w przypadku ceny najniższej) do 169 zł (w przypadku ceny najwyższej). W przypadku wykonywania materiałów emisyjnych konieczne będzie zaangażowanie co najmniej pracownika działu obsługi klienta oraz operatora DTP. Na rynku warszawskim stawka za pracę doświadczonego operatora DTP mieści się zwykle w przedziale 60-120 zł za godzinę (bez VAT). Stawka doświadczonego pracownika działu obsługi klienta mieści się w przedziale 35-100 zł. Yoberi w swoich wyjaśnieniach nie podaje żadnego uzasadnienia, które pozwalałoby sądzić, że firma dysponuje doświadczonymi, ale tańszymi pracownikami, ani też nie wykazuje, że dysponuje procesem, który pozwala znacząco skrócić czas pracy nad jednym materiałem emisyjnym. Wyjaśnienia Agencji na ten temat są niezwykle lakoniczne i streszczają się w słowach „*wycena została oszacowana na podstawie ogólnie stosowanych kalkulacji w przypadku realizacji tego typu zleceń*”. Yoberi wskazuje tym samym pośrednio, że nie dysponuje żadną specyficzną przewagą kosztową nad konkurentami (powołuje się na „*ogólnie stosowane kalkulacje*”), ale nie podaje też absolutnie żadnych danych, które pozwalają poznać racjonalność i opłacalność przedstawionych cen. Ponieważ szacowany czas wykonania jednego materiału emisyjnego z pewnością nie jest krótszy niż co najmniej jedna godzina pracy operatora DTP i co najmniej jedna godzina pracownika działu obsługi klienta, podane przez Yoberi wynagrodzenie jest wyliczone z uwzględnieniem nierealistycznych założeń. Należy raczej zakładać, że proces wykonywania i akceptacji materiałów emisyjnych będzie znacznie dłuższy, a także może wymagać czasochłonnych poprawek. SIWZ jednoznacznie wskazuje przy tym, że: „*część materiałów (do 35%) może wymagać dodatkowej adaptacji treści do specyficznych potrzeb, jakie mogą się pojawić w trakcie realizacji kampanii (adaptacja może wymagać np. modyfikacji tekstów i haseł reklamowych)*”. Jeśli zatem oferent ma do wykonania w danym zadaniu 225 materiałów emisyjnych, to zgodnie z SIWZ musi zakładać, że w przypadku 35% z nich (78 materiałów), będzie nie tylko wykonywać przeformatowania, ale także wykonywać prace wymagające znaczącego zaangażowania copywritera i tłumacza, a także wiążącej się z tym bardziej skomplikowanej obsługi całego procesu. Trudno sobie wyobrazić, żeby stawki za te prace zostały uwzględnione w niezwykle niskich cenach jednostkowych Yoberi. Zatem wątpliwości dotyczące występowania w ofercie cen rażąco niskich zdecydowanie nie zostały rozwiązane.
- Porównanie ze stawkami innych Wykonawców za wykonanie tej samej pracy. W punkcie g) formularza cenowego za wykonanie 277 materiałów emisyjnych Yoberi podaje stawkę z VAT w wysokości 166 zł, podczas gdy stawki pozostałych oferentów wynoszą 861 zł (BBDO), 750 zł (Legend) i 472 zł (Young & Rubicam). W swoich wyjaśnieniach dotyczących wskazanych punktów oferty Yoberi nie wskazuje na żadne unikalne zasoby, które stwarzają przewagę kosztową w stosunku do innych agencji funkcjonujących na rynku, co znacznie zwiększa wątpliwości dotyczące występowania rażąco niskich cen.



- Porównanie ze stawkami Yoberi za wykonanie innych prac o analogicznym charakterze. W skierowanym do Yoberi zapytaniu Zamawiający zwrócił szczególną uwagę na fakt, że w zasadniczej części oferty Agencja wycenia jednostkowe wykonanie materiałów emisyjnych w zakresie od 166 zł do 208 zł (ceny z VAT), podczas gdy w części opcjonalnej cena jednostkowa za wykonanie jednego materiału emisyjnego wynosi 9200 zł (z VAT). Rozbieżność jest bardzo duża – jest aż 55-krotna w przypadku ceny najniższej i 44-krotna w przypadku ceny najwyższej. Taka rozbieżność cen jest zupełnie niespotykana i nie znajduje uzasadnienia w praktyce rynkowej. Yoberi wyjaśniając ten fakt argumentuje, że inaczej wycenia „jednorazowe zamówienie 225 prac”, niż zamówienie jednostkowe, a w przypadku zamówień o większej skali stosuje „promocyjne stawki”. Po pierwsze, wyjaśnienia Yoberi wskazują na niewłaściwe zrozumienie przedmiotu zamówienia: SIWZ nie daje żadnej podstawy, aby zakładać, że w trakcie realizacji projektu będą stosowane wielkie jednorazowe zamówienia; wręcz przeciwnie - wykonawca będzie musiał wykonywać raczej dziesiątki mniejszych zamówień, które będą służyły przez cały czas realizacji umowy, będą dotyczyły różnych mediów, różnych formatów, różnych wersji językowych. Zatem stosowanie kalkulacji opartej na jednorazowym wielkim zamówieniu jest w tym wypadku szczególnie błędne, a wyjaśnienia Yoberi wzmacniają podejrzenie, że oferent dokonał niewłaściwej wyceny. Po drugie, wielki niepokój wzbudza powoływanie się przez Yoberi w wyjaśnieniach na „promocyjne stawki”. Właśnie promocyjne stawki mogą stanowić element nieuczciwej konkurencji, którego występowanie wykluczają przepisy Prawa zamówień publicznych w zakresie rażąco niskiej ceny. Wykonawca nie wyjaśnia przy tym w żaden sposób na czym miałyby polegać ta ukryta promocja. Praca nad przygotowaniem materiałów emisyjnych jest w zdecydowanej większości pracą „ręczną”, jak w większości usług – każdy materiał należy wykonać osobno, według dedykowanej dla niego specyfikacji technicznej. Nie ma tu więc mowy o występowaniu wielkich korzyści skali, które mogłyby powodować znaczny spadek kosztów jednostkowych w przypadku zwiększenia skali zamówienia, jak to ma często miejsce w przypadku produkcji masowej. W każdym razie Yoberi w swoich wyjaśnieniach na korzyść skali się nie powołuje. Jak zatem zamierza osiągnąć cenę 44-55 razy mniejszą przy wykonywaniu podobnej pracy, nawet gdyby zamówienie było faktycznie jednorazowe i masowe (a wiemy, że takie nie będzie)? Po trzecie, wyjaśnienia Yoberi zakładają, że zasadnicze znaczenie dla kształtowania kwestionowanych przez nas cen ma skala zamówienia. Tymczasem SIWZ nie daje żadnej podstawy, aby przyjąć taką logikę. Wykonawca miał podać w ofercie cenę za wykonanie np. 225 materiałów emisyjnych, ale POT nie zobowiązuje się w żadnym miejscu do zamówienia co najmniej 225 materiałów emisyjnych w danym zadaniu – taki był oczywisty sens zapisów zmierzających do ustalenia cen jednostkowych i mechanizmu ich stosowania. Zachodzi zatem uzasadniona wątpliwość, czy Agencja w dostatecznym stopniu uwzględnia ten fakt w swoich kalkulacjach, skoro ich podstawą jest bardzo wysoka skala. Czy Yoberi będzie w stanie utrzymać swoje „promocyjne stawki”, jeśli POT zamówi w danym zadaniu nie 225 tylko np. 150 materiałów emisyjnych? Ogromna rozpiętość w stosunku do cen podanych wprost za wykonanie jednego materiału emisyjnego w zamówieniach opcjonalnych raczej wzmacnia podejrzenie, że kwestionowane przez nas ceny podane



w zasadniczej części oferty są faktycznie rażąco niskie i wynikają z nierealistycznych założeń przyjętych przez Yoberi.

W swoich wyjaśnieniach dotyczących wykonania plakatów dla ROT Agencja podaje kalkulację kosztów druku z firmy zewnętrznej. Powołuje się przy tym na fakt posiadania własnego banku zdjęć oraz zatrudnianie własnego fotografa. Wyjaśnienia te nie usuwają jednak wszystkich wątpliwości. Zaproponowana w ofercie cena za wykonanie plakatów wynosi 3200 zł brutto, podczas gdy bezpośrednio koszty zewnętrzne (drukarnia i transport) wynoszą 1936 zł brutto. Yoberi nadal nie wyjaśnia zatem, jak za pozostałą kwotę 1264 zł brutto zamierza z zyskiem zrealizować to dość złożone zadanie. Fakt posiadania własnego fotografa niewiele tu zmienia, ponieważ własnemu fotografowi nadal trzeba zapłacić wynagrodzenie, a nie znamy przewidywanego czasu zaangażowania fotografa ani jego stawki godzinowej. Podobnie nie znamy planowanego zaangażowania innych osób uczestniczących w procesie, ani ich stawek godzinowych. Wykonawca w swoich wyjaśnieniach powołuje się na fakt posiadania własnego banku zdjęć, ale nie podaje, czy są w tym banku zdjęcia turystów z Chin, Indii i Japonii (SIWZ jednoznacznie wskazuje, że to na Wykonawcy spoczywa obowiązek wykonania lub zakupu takich zdjęć) – pozostałe zdjęcia i tak przekazuje POT, więc posiadanie przez Yoberi innych zdjęć nic nie wnosi do wyjaśnień ceny. Jak w kwocie 1264 zł brutto wykonawca uwzględnił wszystkie dodatkowe koszty poza drukiem i transportem, w tym zwłaszcza zakup praw autorskich? Wyjaśnienia Yoberi są pod tym względem zupełnie niewystarczające i nie dają podstaw, aby wycofać zarzut występowania rażąco niskiej ceny. Dodatkowo może o tym świadczyć porównanie z pozostałymi ofertami. Za realizację tego samego zadania, które Yoberi wycenia na 3200 zł, pozostali oferenci oczekują 39 360 zł (BBDO), 36 998 zł (Young & Rubicam), a nawet 78 000 zł (Legend).

Wyjaśnienia dotyczące adaptacji na język chiński i japoński przedłożone przez Yoberi są niemożliwe do zaakceptowania. Agencja powołuje się na „*znaczącą rozbieżność między treścią zapisu w punkcie 11.7.1 SIWZ, a treścią zapisu w formularzu ofertowym, gdzie nie zawarto słowa mówiącego, że wynagrodzenie dotyczy adaptacji jednej reklamy*”. Po pierwsze, jeśli Agencja dostrzegła taką rozbieżność, to miała dostatecznie dużo czasu, aby zadać odpowiednie pytanie z prośbą o wyjaśnienie. Po drugie, nie ma żadnych podstaw, aby formularz ofertowy, choćby ze względu na szczupłość miejsca, powtarzał dosłownie wszystkie zapisy SIWZ, które akurat w odniesieniu do adaptacji językowych brzmią bardzo jednoznacznie. Gdybyśmy przyjęli tę logikę, to cała zawartość SIWZ powinna się znaleźć w formularzu ofertowym. Wyjaśnienia Yoberi wskazują na chęć zmodyfikowania złożonej wcześniej oferty, co należy uznać za działanie niedopuszczalne.

W końcowej części wyjaśnień Yoberi zwraca uwagę na fakt, że całościowa cena oferty nie jest rażąco niska „*w stosunku do cen, które obowiązują obecnie na rynku*”, „*jest jedną z najniższych proponowanych cen, ale nie najniższą*”, a wynika z „*bilansu sprzyjających i dostępnych nam warunków cenotwórczych*”. Wyjaśnienia te są częściowo błędne, częściowo wzajemnie sprzeczne, a poza tym niewystarczające. Po pierwsze, Yoberi myli się pisząc, że jego oferta nie jest najniższa w postępowaniu – analiza złożonych ofert nie pozostawia wątpliwości, że Yoberi złożyło ofertę najtańszą ze wszystkich, tańszą o około 140 tys. zł od drugiej oferty z kolei. Fakt, że na otwarciu ofert odczytano, że oferta Yoberi jest druga pod względem ceny wynika z omyłkowego wpisania przez Wykonawcę (Yoberi) niewłaściwej



kwoty z formularza cenowego do formularza ofertowego. Po drugie, zachodzi ewidentna sprzeczność pomiędzy powoływaniem się na stawki obowiązujące na rynku, a jednoczesnym powoływaniem się na sprzyjające warunki cenotwórcze. Albo Yoberi chce zwrócić uwagę, że ma ceny takie, jak przeciętne, albo dysponuje niedostępną dla innych przewagą kosztową, którą wykorzystuje w kalkulacji swojej oferty. Wyjaśnienia przedłożone przez Agencję tylko w minimalnym stopniu odnoszą się do tej sprzeczności. Yoberi ani nie podaje stawek, które jego zdaniem są przeciętne na rynku, aby wykazać, że stosuje podobne stawki w swoim procesie, ani nie wskazuje żadnych znaczących źródeł przewagi kosztowej, które właśnie miałyby stanowić sprzyjające akurat tej firmie warunki umożliwiające oferowanie niższych cen. Jedyne wyjaśnienie, które stwarza przesłanki do występowania ewentualnej przewagi kosztowej, znajdujemy w wyjaśnieniach dotyczących produkcji plakatów dla ROT, gdzie Yoberi powołuje się na fakt posiadania własnej bazy zdjęć oraz zatrudnionego na stałe fotografa. Należy jednak podkreślić, że zadanie to zupełnie nie jest reprezentatywne dla całości zadań przewidzianych w SIWZ – własna baza zdjęć i własny fotograf, tylko w tym jednym zadaniu mogą mieć ewentualny wpływ na ceny, ponieważ żadne z pozostałych zadań nie wymaga dysponowania przez wykonawcę własnymi zdjęciami (wszystkie pozostałe materiały zapewnia POT), a cena tego zadania ma minimalny wpływ na cenę całościową zlecenia (w ofercie Yoberi zadanie to reprezentuje 0,21% wartości oferty).

Podsumowując: agencja Yoberi w swoich wyjaśnieniach nie odniosła się w należyty sposób do kwestii podejrzenia występowania rażąco niskiej ceny. Przedstawione przez wezwanego wykonawcę wyjaśnienia podlegają - w myśl art. 90 ust. 2 ustawy Pzp - ocenie zamawiającego, stanowią przedmiot analizy zmierzającej do ustalenia, czy cena została skalkulowana poprawnie, czy też nosi ona znamiona rażąco niskiej. Z tego względu dla zakwalifikowania oferty do dalszego postępowania nie jest wystarczające złożenie jakichkolwiek wyjaśnień, lecz wyjaśnień, które będą odpowiednio umotywowane, przekonujące, że zaproponowana oferta nie zawiera ceny rażąco niskiej (tak też: wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 5 stycznia 2007r., sygn. akt V Ca 2214/06). Ponadto podzielono wyrażane w orzecznictwie stanowisko, iż wyjaśnienia, zawierające niekonkretne i ogólnikowe stwierdzenia, należy uznać za niezłożone (tak: wyrok KIO z dnia 26 listopada 2010r. sygn. akt: KIO/2498/10 i późniejsze). W związku z powyższymi ofertę Yoberi należało uznać jako zawierającą rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia i odrzucić.

2. Dot. oferty nr 3.

Zamawiający odrzuca ofertę Legend Group Sp. z o.o. z postępowania na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2, 4 i 6 ustawy Pzp, tj. z uwagi na fakt, że jej treść nie odpowiada treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia oraz zawiera błędy w obliczeniu ceny.

W szczególności wykonawca składając w dniu 30 września 2013r. wyjaśnienia stwierdził:

Wykonawca skalkulował cenę ofertową, oraz poszczególne składające się na nią elementy, biorąc pod uwagę zakres wszystkich prac opisanych w SIWZ, w podstawowym i opcjonalnym zakresie, łącznie.



Jest to wprost niezgodne z zapisem załącznika nr 1 do SIWZ, gdzie zapisano, że cena oferty nie powinna zawierać ceny zadań do realizacji opcjonalnej – te powinny zostać wycenione osobno w formularzu cenowym. Ponadto, jak podano w opisie przedmiotu zamówienia, kwoty przewidziane za realizację zadań opcjonalnych powinny mieć charakter ryczałtowy, a więc obejmować całość kosztów za realizację zadań opcjonalnych. W tej sytuacji uwzględnienie kosztów realizacji opcji, które to zamówienia opcjonalne mogą ale nie muszą zostać zamówione, w cenie podstawowej oferty jest niekorzystne dla zamawiającego i niezgodne z SIWZ.

Ponadto takie działanie wykonawcy prowadzi do niezgodnego z prawem obniżenia elementów cenowych oferty, które są osobno oceniane i za które wykonawca otrzymuje punkty w postępowaniu, tj. prowadzi do zaproponowania oferty zawierającej rażąco niską cenę. W szczególności należy wskazać, że Wykonawca zaoferował rażąco niską cenę za każdy z 5 elementów opcjonalnych zawartych w formularzu ofertowym, z uwagi na fakt, że cena 100,00 zł brutto nie umożliwia realizacji, żadnego z ocenianych elementów opcjonalnych (pozycje t-y formularza cenowego). Należy wskazać, że art. 89 ust. 1 pkt 4 Pzp nie wskazuje, że rażąco niska może być wyłącznie cena całkowita oferty i, że ma się ona odnosić do całości przedmiotu zamówienia. Warto tutaj zaznaczyć, że odpowiednią argumentację w tym zakresie można znaleźć w wyroku Krajowej Izby Odwoławczej z dnia 25 lipca 2011r. o sygnaturze KIO 1492/11 i 1495/11:

W analizowanej sprawie mamy do czynienia z inną sytuacją. W pierwszej kolejności zauważyć należy, iż poszczególne składowe ceny ustanowione zostały oddzielnymi kryteriami oceny ofert. Nie jest więc prawdą twierdzenie Zamawiającego, że oceniana była cena całkowita oferty za całość zamówienia. A zatem domniemywać należy, że istotne znaczenie dla Zamawiającego miała odrębnie cena za wdrożenie i cena za serwis, skoro zdecydował się na ich oddzielne ocenianie w ramach odrębnych kryteriów. Potwierdza takie rozumowanie również fakt bezsporny między stronami, że w zakresie objętym przedmiotem zamówienia zawarte zostaną odrębne umowy z odrębnie określonym wynagrodzeniem. Nie przesądzając o trafności argumentacji Zamawiającego, iż obie usługi objęte są przedmiotem zamówienia i stanowią funkcjonalnie jedno zamówienie, a niewątpliwie jest to twierdzenie prawdziwe, w przedmiotowym postępowaniu możliwe było rozróżnienie poszczególnych elementów składających się na cenę jako całość i oddzielna ich ocena w zakresie pojęcia ceny rażąco niskiej.

Jeżeli zatem ceny za wdrożenie systemu w złożonych ofertach znacząco od siebie nie odbiegają i kształtują się na zbliżonym poziomie, to twierdzenia powyższego nie można odnieść do cen za 3-letnią umowę serwisową. Różnice kwotowe w wysokości ceny za powyższą usługę (ceny zaoferowane przez wykonawców wahają się od 16 236, 00 zł - cena zaproponowana przez wykonawcę wybranego do 3 099 600,00 zł - cena zaproponowana przez Odwołującego PSI), winny skłonić Zamawiającego do powzięcia podejrzenia, które winno prowadzić do wezwania wykonawcy Mikronika do złożenia wyjaśnień w zakresie zaproponowanej ceny. Następnie złożone wyjaśnienia powinny być ocenione przez Zamawiającego biorąc pod uwagę wszystkie obiektywne okoliczności. Izba wzięła pod uwagę wyjaśnienia, które złożone zostały przez Przystępującego Mikronikę w niniejszym postępowaniu na rozprawie. Jednakże oceny ewentualnych wyjaśnień dokonać



musi Zamawiający. Przeprowadzenie procedury wyjaśniającej opisanej w art. 90 ust. 1 ustawy Pzp nie jest równoznaczne ze stwierdzeniem, że oferta wykonawcy zawiera rażąco niską cenę i podlega odrzuceniu. Jest to etap konieczny, który powinien mieć zastosowanie, gdy istnieją uzasadnione wątpliwości, co do tego, czy oferta zawiera rażąco niską cenę. Biorąc pod uwagę fakt, że wykonawca wybrany Mikronika nie był wzywany do złożenia wyjaśnień, Izba uznała, że niedopuszczalne jest odrzucenie oferty na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp bez zapewnienia wykonawcy możliwości obrony swojej oferty. Dopiero bowiem analiza złożonych wyjaśnień może być podstawą do odrzucenia oferty.

Ze złożonych w toku rozprawy dowodów odnoszących się do innych postępowań o zbliżonym przedmiocie zamówienia nie wynikało, że cena za umowę serwisową była wyodrębniana i oceniana oddzielnie, jak uczyniono w prowadzonym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego. Nie wynika to z żadnego ze złożonych przez Zamawiającego wraz z odpowiedzią na odwołanie formularzy ofertowych, natomiast w postępowaniu prowadzonym obecnie na formularzu wykonawcy obowiązani byli wskazać oddzielnie wartość, koszt 3-letniej umowy serwisowej. A zatem nie sposób porównywać cen zaproponowanych w innych postępowaniach w odniesieniu do ceny za usługi serwisowe)."

W świetle argumentacji przytoczonej w uzasadnieniu powyższego wyroku Zamawiający zobligowany był do oceny wyjaśnień Wykonawcy w zakresie złożonej ceny oferty za osobno oceniane punktowe części zamówienia (zamówienia opcjonalne). Biorąc zaś pod uwagę te wyjaśnienia Zamawiający nie miał innej możliwości niż uznanie, że cena ta w ofercie Legend Group jest rażąco niska i nie umożliwia wykonania zamówień opcjonalnych za cenę (ceny) podane w ofercie, tj. każdorazowo 100 zł brutto.

Dodatkowo należy wskazać, że oferta Wykonawcy zawiera błędy w obliczeniu ceny. Wskazuje na to odpowiedź Wykonawcy dotycząca pozycji f) formularza cenowego, gdzie w formularzu zapisano cenę ryczałtową za adaptację jednej reklamy na język chiński oraz japoński w wysokości 6.000,00 PLN zł, w obu przypadkach, a w wyjaśnieniach z dnia 30 września 2013 r. wykonawca sam wskazał, że jest są to wartości błędne, które faktycznie powinny wynosić 600,00 PLN brutto. Należy podkreślić, że błędy te nie mają w żadnym razie charakteru oczywistej omyłki, gdyż Zamawiający nie byłby w stanie prawidłowo ich poprawić bez wyjaśnień wykonawcy, same zaś wyjaśnienia mają charakter zmiany oferty i są w tym zakresie niedopuszczalne.

3. Dot. oferty nr 4.

Zamawiający odrzuca ofertę Konsorcjum Young & Rubicam Poland Sp. z o.o. i Raymond Sp. z o.o. z postępowania na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp, tj. z uwagi na fakt, że zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

W szczególności należy wskazać, że Wykonawca zaoferował rażąco niską cenę za następujące elementy opcjonalne, wyceniane w formularzy cenowym i osobno oceniane zgodnie z SIWZ:

- wykonanie 26 reklam w prasie i w internecie skierowanych do konsumentów - dodatkowe wynagrodzenie za adaptację na dialekt kantoński – cena wykonawcy 170,00 zł brutto;



- wykonanie 35 reklam w prasie i w internecie skierowanych do touroperatorów (w tym reprezentantów przemysłu spotkań), mediów i środowisk opiniotwórczych - dodatkowa cena za adaptację na dialekt kantoński lub wybrany język europejski – cena wykonawcy 170,00 zł brutto.

Żadna z powyższych cen nie umożliwia realizacji zamówienia opcjonalnego w zakresie obejmującym pełny cykl adaptacji na dialekt kantoński (lub odpowiedni kantoński i europejski), a więc oprócz samego tłumaczenia także całą procedurę akceptacji i ewentualnych poprawek, w tym również profesjonalne backtranslation, o ile POT tego zażąda. Warto tutaj dodać, że sam Wykonawca, w wyjaśnieniach z dnia 30 września 2013r. zaznaczył, że ceny ofertowe w ww. zakresie są zaniżone, gdyż obejmują wyłącznie koszty tłumaczeń. W tej sytuacji należy uznać je za rażąco niskie. Należy wskazać, że art. 89 ust. 1 pkt 4 Pzp nie wskazuje, że rażąco niska może być wyłącznie cena całkowita oferty i, że ma się ona odnosić do całości przedmiotu zamówienia. Warto tutaj zaznaczyć, że odpowiednią argumentację w tym zakresie można znaleźć w wyroku Krajowej Izby Odwoławczej z dnia 25 lipca 2011r. o sygnaturze KIO 1492/11 i 1495/11 cytowanym w punkcie wyżej.

Umowę w przedmiotowym postępowaniu Zamawiający będzie mógł zawrzeć nie krótszym niż 10 dni od przesłania niniejszego zawiadomienia.

ZAMAWIAJĄCY

WICEPREZES

Polskiej Organizacji Turystycznej

Waleria Łabien

Elżbieta Wąsowiec-Zaborek

Rozdzielnik:

1. BBDO Warszawa Sp. z o.o., strzelibicka@bbdo.com.pl
2. Yoberi Sp. z o.o., rafal.smolinski@yoberi.com
3. Legend Group Sp. z o.o., agencja@legendgroup.pl
4. Konsorcjum Young & Rubicam Poland Sp. z o.o. i Raymond Sp. z o.o., malgorzata.necka@pl.yr.com
5. Strona internetowa www.pot.gov.pl
6. Tablica ogłoszeń w siedzibie POT.