



**GENERALNY DYREKTOR
DRÓG KRAJOWYCH I AUTOSTRAD**

Warszawa, dnia 17 czerwca 2011 r.

GDDKiA-DPR I-ML-4411-KIiE-DZ/7/11

**Do wszystkich Wykonawców
uczestniczących w postępowaniu
(według rozdzielnika)**

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na „Przeprowadzenie kampanii informacyjnej i edukacyjnej w prasie w ramach programu „Drogi zaufania” – program ochrony życia i zdrowia ludzi na drogach krajowych”

Nr ref.: GDDKiA/DPR/2011/I/6/POIiŚ/Ce

UNIEWAŻNIENIE POSTĘPOWANIA

Działając na podstawie art. 93 ust. 1 pkt 1) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.) zwanej dalej „ustawą Pzp”, Zamawiający zawiadamia, o unieważnieniu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na: „Przeprowadzenie kampanii informacyjnej i edukacyjnej w prasie w ramach programu „Drogi zaufania” – program ochrony życia i zdrowia ludzi na drogach krajowych”.

Uzasadnienie faktyczne:

W postępowaniu nie zostały złożone żadne oferty niepodlegające odrzuceniu. W postępowaniu złożone zostały trzy oferty, z czego oferta nr 1 złożona przez Wykonawcę Innovations Sp. z o.o. oraz oferta nr 3 złożona przez Wykonawcę Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o. zostały odrzucone na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, natomiast Wykonawca ECORYS Polska Sp. z o.o., ul. Łucka 2/4/6, 00-845 Warszawa został wykluczony z postępowania na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy Pzp.

Uzasadnienie prawne: art. 93 ust. 1 pkt 1) ustawy Pzp.

Jednocześnie Zamawiający informuje, że niezwłocznie zostanie wszczęte ponownie postępowanie o udzielenie przedmiotowego zamówienia publicznego.

ZAWIADOMIENIE O ODRZUCENIU OFERTY

Na podstawie art. 92 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, Zamawiający informuje, że po dokonaniu badania i oceny ofert złożonych przez Wykonawców w przedmiotowym postępowaniu,

Zamawiający odrzucił ofertę nr 1 Innovations Sp. z o.o., Al. Ujazdowskie 22 lok.5 00-478 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne:

Zgodnie z treścią pkt II.1. Inserty TOM III (OPZ) SIWZ, Zamawiający wymagał: „*W ramach działań Wykonawca zamieści (wykonany przez Zamawiającego) insert mapy fotoradarów w prasie codziennej w oparciu o wybrane dwa wysokonakładowe, płatne, ukazujące się co najmniej 5 razy w tygodniu dzienniki o najwyższym zasięgu w grupie ALL (CPW – na podstawie PBC, dane za ostatnie dostępne 12 miesięcy, jednak opublikowane nie później niż w dniu ogłoszenia przetargu) i zaproponuje umieszczenie ewentualnie pozostałych egzemplarzy mapy w tygodniku opinii i /lub pismach motoryzacyjnych.*

Parametry wydawnicze mapy fotoradarów:

- nakład 630 000 egz. (...)”

I dalej w pkt II.2. Inserty TOM III (OPZ) SIWZ, Zamawiający wymagał: „*W ramach działań Wykonawca zamieści (wykonany przez Zamawiającego) insert książeczki dla młodzieży poświęconej bezpieczeństwu na drogach w prasie codziennej w oparciu o wybrane dwa wysokonakładowe, płatne, ukazujące się co najmniej 5 razy w tygodniu dzienniki o najwyższym zasięgu w grupie ALL (CPW – na podstawie PBC, dane za ostatnie dostępne 12 miesięcy, jednak opublikowane nie później niż w dniu ogłoszenia przetargu.*

Parametry wydawnicze książeczki dla młodzieży poświęconej bezpieczeństwu na drogach:

- nakład: 290 000 egz. (...)”

Wykonawca wraz z Ofertą złożył na stronach 3-5 „Wykaz – szczegółowy plan wszystkich emisji” z propozycją realizacji kampanii w poszczególnych mediach. W tabeli w poz. dotyczącej propozycji prasy codziennej w której zostanie zamieszczony insert mapy fotoradarów oraz insert książeczki dla młodzieży Wykonawca wskazał po jednym tytule dziennika.

Zamawiający działając na podstawie art. 87 ust. 1 ustawy Pzp w dniu 3 czerwca 2011 r. (pismo znak: GDDKiA-DPR I-ML-4411-KIIE-DZ/6/11) wezwał Wykonawcę do złożenia wyjaśnień dotyczących treści złożonej oferty.

W odpowiedzi Wykonawca pismem z dnia 6 czerwca 2011 r. poinformował Zamawiającego, iż użyte w pkt II.1 oraz pkt II.2 TOM III (OPZ) SIWZ sformułowanie „w oparciu o wybrane dwa wysokonakładowe, płatne, ukazujące się co najmniej 5 razy w tygodniu dzienniki o najwyższym zasięgu w grupie ALL (...)” zdaniem Wykonawcy należy rozumieć jako: „zalecenie wyboru przez Wykonawcę miejsca zamieszczenia insertów spośród dwóch „kandydatów” – dzienników. Po zbadaniu rynku, Wykonawca powinien zamieścić całość emisji (nakładu) insertów wyłącznie w jednym z dzienników, który buduje lepszy zasięg kampanii i optymalizuje ją, co jest celem Zamawiającego”.

Prawidłowość takiej interpretacji Wykonawca uzasadnił, iż wskazują na to w szczególności sformułowania użyte przez Zamawiającego w pkt I TOM III (OPZ) SIWZ, gdzie Zamawiający określił parametry ilościowe i jakościowe, natomiast w pkt II.1 oraz pkt II.2 TOM III (OPZ) SIWZ Zamawiający określił tylko parametr jakościowy dziennika i do Wykonawcy należało wybranie najlepszego z dostępnych. Dalej Wykonawca zwraca uwagę, iż konieczność zamieszczenia insertów w dwóch dziennikach, byłaby też nieuzasadniona z punktu widzenia optymalizacji całej oferty, gdyż zaproponowane wydania czyni zadość wszystkim wymogom określonym przez Zamawiającego w pkt II.1 oraz w pkt II.2 TOM III (OPZ) SIWZ, w szczególności wymogom dot. nakładu 630 000 egz.

Zamawiający nie zgadza się ze stanowiskiem Wykonawcy. Zgodnie z zapisem zawartym w pkt II.1. i II.2 Inserty TOM III (OPZ) SIWZ, Zamawiający wymagał aby Wykonawca zamieścił oba inserty „...w prasie codziennej w oparciu o wybrane dwa wysokonakładowe, płatne, ukazujące się co najmniej 5 razy w tygodniu dzienniki o najwyższym zasięgu w grupie ALL...”. Oznacza to, iż wymogiem Zamawiającego jest, aby Wykonawca zamieścił inserty w dwóch dziennikach. Możliwość wyboru Wykonawcy ogranicza się jedynie do wybrania tytułów w jakich Wykonawca zamieści inserty.

Potwierdzeniem powyższego wymogu Zamawiającego jest także fakt umieszczenia takiego samego wymogu w stosunku do realizacji kampanii w dziennikach ogólnopolskich. Zgodnie z treścią pkt I.1. Wybór mediów i świadczenia w poszczególnych mediach TOM III (OPZ) SIWZ, Zamawiający wymagał, aby Wykonawca zrealizował kampanię w prasie codziennej „...w oparciu o wybrane dwa wysokonakładowe, płatne, ukazujące się co najmniej 5 razy w tygodniu, dzienniki o najwyższym zasięgu w grupie ALL...”. W tym zakresie Wykonawca zaproponował, zgodnie z SIWZ, realizację kampanii w dwóch dziennikach. W związku z powyższym, bezzasadne jest twierdzenie Wykonawcy, iż określenie takiego samego wymogu, winno być różnie interpretowane i daje podstawę do złożenia oferty niezgodnie z wymogami Zamawiającego.

Nieuzasadnione jest także twierdzenie Wykonawcy, iż w celu zapewnienia optymalizacji całej oferty zasadne jest zamieszczenie każdego z insertów w jednym dzienniku. Zdaniem Zamawiającego uzyskanie większej efektywności kampanii zostanie osiągnięte poprzez umieszczenie każdego z insertów w dwóch dziennikach, co potwierdzają zapisy w pkt II.1. i II.2 Inserty TOM III (OPZ) SIWZ.

Mając na uwadze powyższe Zamawiający odrzucił ofertę Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, gdyż treść oferty nie odpowiada treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i nie jest możliwe poprawienie oferty przez Zamawiającego na podstawie art. 87 ust. 2 pkt 3) ustawy Pzp, gdyż sposób wypełnienia formularza Wykaz – szczegółowy plan wszystkich emisji nie ma charakteru omyłki i jest celowym działaniem Wykonawcy, co zostało potwierdzone w wyjaśnieniach z dnia 6 czerwca 2011 r., jak również ewentualna poprawa w ofercie spowodowałaby istotną zmianę w jej treści np. w zakresie zasięgu łącznego kampanii.

Uzasadnienie prawne:

art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp tj. Zamawiający odrzucił ofertę, gdyż treść oferty nie odpowiada treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia

Zamawiający odrzucił ofertę nr 3 Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o.,
ul. Czardasza 16 02-169 Warszawa.

Uzasadnienie faktyczne:

Zgodnie z treścią pkt IV. Potwierdzenie zasięgów plan emisji TOM III (OPZ) SIWZ, Zamawiający wymagał aby „...Wykonawca potwierdził zbudowany zasięg łączny kampanii informacyjnej i edukacyjnej oraz osobno zasięgi wymienione w poszczególnych ustępach punktów I i II powyżej, na podstawie badań PBC przyjmując, że okres przyjęty do oceny to badania określonych tytułów za ostatnie 12 miesięcy prowadzenia pomiaru czytelności”, jednak opublikowane przed dniem ogłoszenia przetargu tj. marzec 2010 - luty 2011 rok. Zasięg kampanii zdefiniowany jest jako OTS 1+. W celu potwierdzenia zasięgów i kosztów dotarcia Wykonawca był zobowiązany dostarczyć mediaplanu wyliczone przy użyciu oprogramowania z którym dystrybuowane są wyniki badania PCB. Na poszczególne składowe kampanii wymienione w punkcie „I WYBÓR MEDIÓW i ŚWIADCZENIA W POSZCZEGÓLNYCH MEDIACH” oraz dla całej kampanii łącznie oraz dla wszystkich ustępów punktów I i II, w pliku xls oraz wydruków, w opcji z rozbiciem mediaplanu na poszczególne tytuły (...)

Wykonawca w Ofercie zaoferował zasięg kampanii informacyjnej i edukacyjnej zbudowany na podstawie badań Polskiego Badania Czytelności za okres

styczeń 2010 - grudzień 2010. Wykonawca przyjął okres do oceny badania czytelności niezgodny z zaleceniem Zamawiającego.

Mając na uwadze powyższe Zamawiający odrzucił ofertę Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, gdyż treść oferty nie odpowiada treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i nie jest możliwe poprawienie oferty przez Zamawiającego na podstawie art. 87 ust. 2 ustawy Pzp.

Uzasadnienie prawne: art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp.

ZAWIADOMIENIE O WYKLUCZENIU WYKONAWCY

Wykonawca ECORYS Polska Sp. z o.o., ul. Łucka 2/4/6, 00-845 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne:

Na podstawie art. 92 ust. 1 pkt 3) ustawy Prawo zamówień publicznych Zamawiający zawiadamia, że **Wykonawca ECORYS Polska Sp. z o.o. został wykluczony** z postępowania na podstawie art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy Pzp ze względu na fakt, iż wadium przez niego wpłacone w niniejszym postępowaniu wpłynęło na rachunek Zamawiającego po upływie terminu do składania ofert.

Zgodnie z treścią pkt 11.2. SIWZ Zamawiający wymagał aby wadium w postępowaniu wniesione było przed upływem terminu składania ofert. Ponadto zgodnie z pkt 11.4. Tomu I (IDW) SIWZ wadium wnoszone w pieniądzu na rachunek bankowy musi wpłynąć na wskazany w SIWZ rachunek bankowy Zamawiającego najpóźniej przed upływem terminu składania ofert. Termin składania ofert został wyznaczony przez Zamawiającego na dzień 31.05.2011r. godz. 11.00. Zamawiający dokonał sprawdzenia stanu rachunku bankowego przewidzianego w SIWZ na wpłaty wadium w postępowaniu i w dniu 31.05.2011 r. o godzinie 11.00, czyli do terminu składania ofert, wadium ww. Wykonawcy nie wpłynęło na rachunek Zamawiającego. Wadium ww. Wykonawcy wpłynęło na rachunek bankowy Zamawiającego w dniu 31.05.2011 r. o godzinie 11:02:03. W związku z powyższym wadium wpłynęło na rachunek bankowy Zamawiającego 2 minuty i 3 sekundy po upływie terminu składania ofert.

Zgodnie z pkt 13.1 Tomu I (IDW) SIWZ bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert, a zatem oferta Wykonawcy nie była zabezpieczona wadium przez cały okres związania ofertą.

Zamawiający informuje, iż zgodnie z art. 24 ust. 4 ustawy Pzp Ofertę Wykonawcy wykluczonego uznaje się za odrzuconą.

Uzasadnienie prawne: art. 24 ust. 2 pkt 2) ustawy Pzp

Na podstawie art. 27 ust. 2 ustawy Pzp Zamawiający prosi o niezwłoczne potwierdzenie faktu otrzymania niniejszego pisma.

Sprawę prowadzi:

Magdalena Lendner

Tel.(22) 375 88 02

Faks (22) 375 8788

e-mail: mlendner@gddkia.gov.pl

GENERALNY DYREKTOR
DRÓG KRAJOWYCH I AUTOSTRAD
z up.


Zbigniew Milek

Z-ca Dyrektora Biura Generalnego Dyrektora

Otrzymują:

1. Innovations Sp. z o.o. Al. Ujazdowskie 22 lok.5 00-478 Warszawa, fax: 22 827 53 10
2. ECORYS Polska Sp. z o.o. ul. Łucka 2/4/6 00-845 Warszawa, fax: 22 339 36 49
3. Agencja Reklamowa DSK Sp. z o.o. ul. Czardasza 16 02-169 Warszawa, fax: 22 20 36 195