



**KÖZBESZERZÉSI HATÓSÁG
KÖZBESZERZÉSI DÖNTŐBIZOTTSÁG**

1026 Budapest, Riadó u. 5.

1525 Pf.: 166.

Tel.: 06-1/882-8592, fax: 06-1/882-8592

E-mail: dontobizottsag@kt.hu

Ikt. sz.: D.707/16/2016.

A Közbeszerzési Döntőbizottság (a továbbiakban: Döntőbizottság) a Közbeszerzési Hatóság nevében meghozta az alábbi

H A T Á R O Z A T-ot.

A Döntőbizottság a **Perfektum PR Kft.** (1036 Budapest, Perc u. 2.) és a **Har Meron Hungary Kft.** (1126 Budapest, Tóth Lőrinc u. 31., a továbbiakban együtt: kérelmező) által a **Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap** (1037 Budapest, Kunigunda u. 64., a továbbiakban: ajánlatkérő) „A közszolgálati mediaszolgáltatók műsoros kommunikációjával összefüggő PR- és sajtókommunikációs feladatok és kapcsolódó szolgáltatások ellátása” tárgyú közbeszerzési eljárása ellen benyújtott jogorvoslati kérelemnek részben helyt ad és megállapítja, hogy az ajánlatkérő **megsértette** a 4. kérelmi elem tekintetében a közbeszerzésekről szóló 2015. évi CXLI. törvény (a továbbiakban: Kbt.) 74. § (1) bekezdés e) pontjára tekintettel a Kbt. 69. § (2) bekezdését, valamint az 1. kérelmi elem tekintetében a Kbt. 69. § (3) bekezdését.

A Döntőbizottság a 2. és 3., valamint az 5. jogorvoslati kérelmi elem tekintetében a jogorvoslati eljárást **megszünteti**.

A Döntőbizottság az ajánlatkérő eljárást lezáró döntését és valamennyi ezt követően meghozott döntését **megsemmisíti**.

A Döntőbizottság az ajánlatkérőt **400.000.-Ft**, azaz négyszázezer forint **pénzbírság** megfizetésére kötelezi. A Döntőbizottság kötelezi ajánlatkérőt, hogy a bírságot a határozat kézbesítésétől számított 15 napon belül a Közbeszerzési Hatóság Magyar Államkincstárnál vezetett MNB 10032000-01720361-00000000 számú számlájára fizesse be.

A Döntőbizottság kötelezi az ajánlatkérőt, hogy a határozat kézbesítésétől számított 8 napon belül fizessen meg a kérelmező részére 200.000.-Ft, azaz kétszázezer forint igazgatási szolgáltatási díjat.

A Döntőbizottság felhívja a Közbeszerzési Hatóság Titkárságát, hogy a kérelmező számlájára jelen érdemi határozat megküldésétől számított 8 napon belül utaljon vissza 54.875-Ft, azaz ötvennégyezer-nyolcszázhetvenöt forint igazgatási szolgáltatási díjat.

A jogorvoslati eljárás során felmerült további költségeiket a felek maguk viselik.

A határozat ellen fellebbezésnek, újrafelvételi eljárásnak nincs helye. A határozat jogorvoslati eljárást megszüntető rendelkezése ellen a határozat kézbesítésétől számított nyolc napon belül külön jogorvoslati kérelem terjeszthető elő. A határozat érdemi részének bírósági felülvizsgálatát annak kézbesítésétől számított tizenöt napon belül keresettel lehet kérni. A külön jogorvoslati kérelmet, illetve a keresetlevelet a Székesfehérvári Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címezve, de a Döntőbizottságnál kell benyújtani, vagy a Döntőbizottság részére ajánlott küldeményként postára adni. Tárgyalás tartását a felperes a keresetlevélben kérheti. A keresetlevél benyújtásának a határozat végrehajtására nincs halasztó hatálya. A jogi képviselővel eljáró fél, illetve a belföldi székhellyel rendelkező gazdálkodó szervezet kizárólag elektronikus úton nyújthatja be a jogorvoslati kérelmet, illetve a keresetet.

I N D O K O L Á S

A Döntőbizottság a közbeszerzési eljárásban, illetve a jogorvoslati eljárás során keletkezett iratok, valamint a felek nyilatkozatai alapján az alábbi tényállást állapította meg.

Az ajánlatkérő a rendelkező részben meghatározott tárgyában 2016. március 24-én a Kbt. 113. § (1) bekezdése szerint összefoglaló tájékoztatás útján, nyílt közbeszerzési eljárás lefolytatását kezdeményezte.

Az összefoglaló tájékoztatás szerint az eljárás megindító felhívás megküldésének napja: 2016. április 6.

Összefoglaló tájékoztatás (Kbt. 113. § (1) bekezdés) Közbeszerzési Hatóság részére történő megküldésének napja: 2016. március 24.

Érdeklődés jelzésének az összefoglaló tájékoztatásban megjelölt határnapja: 2016. április 1., 16:00 óra.

A felhívás 4. pontja szerint közbeszerzés tárgya: a közszolgálati médiaszolgáltatók műsoros kommunikációjával összefüggő PR- és sajtókommunikációs feladatok és kapcsolódó szolgáltatások ellátása vállalkozási szerződés keretében, 10 hónapos időtartamra.

A szerződés időtartama ajánlatkérő igénye alapján meghosszabbítható, a Vállalkozónak megküldött jognyilatkozattal, de legfeljebb egy alkalommal, maximum 3 hónappal.

Nyertes ajánlattevő feladata az MTVA igényei szerinti teljes külső PR-, illetve sajtókommunikáció bonyolítása, így különösen a műsorok, mint termékek népszerűsítése, a lakosság tájékoztatása a közmédián fellelhető tartalmakról. Az ajánlatkérő stratégiai célja a közmédia műsortermékei és műsorvezetői ismertségének, népszerűségének és nézettségének fenntartása, illetve növelése a célcsoportok körében széles körű sajtókommunikációs és PR munka a marketingkommunikációs célokkal, üzenetekkel és tevékenységgel összhangban.

A felhívás 6.) pontja alapján a szerződés időtartama a szerződéskötéstől számított 10 hónapos határozott időtartam.

A szerződés időtartama ajánlatkérő igénye alapján meghosszabbítható, a Vállalkozónak megküldött jognyilatkozattal, de legfeljebb egy alkalommal, maximum 3 hónappal feladatok, valamint médiafoglalás, médiavásárlás marketing és PR célú hirdetések megjelentetésére, illetve kampányokra nyomtatott, elektronikus és on-line médiában, valamint a kültéri (outdoor) és jármű hirdetési felületeken történő megjelentetésre (plakátok gyártása, kihelyezése és levétele).

Az ajánlatkérő az értékelés szempontjaként „A legjobb ár-érték arányt megjelenítő ajánlat” szempontját választotta, az alábbi értékelési szempontok szerint:

Részszerpont	Súlyszám
1. A mintafeladatra vonatkozó PR stratégia és kampány kidolgozása	50
1.1. A PR stratégia szakmai megalapozottságának (átfogó szemléletmód, PR eszköztár megfelelő használata) értékelése	20
1.2. Kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége	10
1.3. Íráskészség (sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazása, strukturáltsága)	20
2. Teljesítésben bevonni kívánt szakemberek: A szakmai minimumkövetelményeknél (M2 pont) megadott szakembereken felül a teljesítésbe bevonni kívánt, televíziós és/vagy rádiós PR kampányokban illetve televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (arcokhoz) kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább 3 éves tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő)	10
3. A PR és sajtókommunikációs ügynökségi tevékenység havi díja (nettó HUF)	40

Az értékelés módszerét az alábbiak szerint adta meg:

Az értékelés során adható pontszám valamennyi részszerpont esetén: 1-10.

Ajánlatkérő a beérkezett ajánlatokat a fenti részszerpontok alapján értékeli. Az Ajánlatkérő az 1. részszerpont, illetőleg annak alszerpontjai tekintetében a sorbarendezés értékelési módszerét alkalmazza. Az ajánlatkérő a közbeszerzési dokumentumokban meghatározta azokat a szakmai követelményeken alapuló szerpontokat (elveket), amelye(ke)t az ajánlatkérő az alábbiak szerint értékeli, és amelyek alapján a szakmai ajánlatokat sorba rendezi. Az elért helyezések pontszámokká történő átalakítása során az ajánlatkérő a relatív arányosítás módszerét alkalmazza, az így kapott pontszámokat kell az adott részszerponthoz rendelt súlyszámmal megszorozni.

Az 1.1-1.3. értékelési alszerpontok tekintetében az értékelést 4 tagú szakmai zsűri fogja végezni a beadott ajánlatok alapján. A zsűri közös döntéshozatal keretében a beérkezett szakmai ajánlatokat a megadott szerpontok alapján sorba rendezi, valamint szakmai értékelést is fűz a kiosztott helyezéshez. A zsűritagok által felállított sorrend alapján kerülnek a pontok kiosztásra a fentiek szerint.

Ajánlatkérő a 2. részszerpontot az abszolút pontkiosztási (pontozósos) (értékelési) módszerével értékeli, a nem válaszra 1 pontot, az igen válaszra 10 pontot ad.

Az ajánlatkérő a 3. részszerpontot olyan módon értékeli, hogy a legjobb (legalacsonyabb képzett értéket tartalmazó) ajánlati tartalmi elemre a maximális, a többi ajánlatra pedig arányosan kevesebb pontszámot, de legalább a minimális pontszámot adja, az értékarányosítás (fordított arányosítás) módszere szerint.

Ajánlatkérő jelzi, hogy valamennyi részszerpont tekintetében a közbeszerzési dokumentumokban közli azokat, a Közbeszerzési Hatóság összességében legelőnyösebb ajánlat kiválasztása esetén alkalmazható módszerekről és az ajánlatok elbírálásáról szóló útmutatójával (Közbeszerzési Értesítő 2012. évi 61. szám, 2012. VI. 1.) összhangban álló képleteket és kérdéseket, amelyeket az értékelési pontszámok kiszámítása során alkalmazni fog.

Ajánlatkérő valamennyi, számszerűsíthető értékkel kifejezhető részszerpont tekintetében a megajánlásokat legfeljebb kettő tizedes jegy pontossággal kéri meghatározni, illetve amennyiben kerekítés szükséges, akkor a kerekítést az előbbiekre figyelemmel kéri elvégezni, a kerekítés általános matematikai szabályai szerint.

Az egyes részszerpontok tekintetében elért pontok a megadott súlyszámokkal szorzásra, végül összesítésre kerülnek. Az ajánlatkérő a pontszámokat – törtek esetén – két tizedes jegyre kerekíti.

Az ajánlatkérő gazdasági és pénzügyi alkalmassági követelményeket nem határozott meg.

A felhívás 14.a) pontja alatt ismertette a műszaki, szakmai alkalmassági követelményeket, a minimálisan megkövetelt műszaki és szakmai alkalmasság megítéléséhez szükséges adatokat, mely szerint:

Alkalmatlan az ajánlattevő műszaki, szakmai szempontból, ha nem von be a teljesítésbe

- legalább 2 fő, felsőfokú végzettséggel és Public relations tanácsadó szolgáltatási, valamint hagyományos és web2-es kommunikációs kampányokban és integrált stratégiaalkotásban szerzett legalább 5 éves szakmai gyakorlattal rendelkező szakembert, akik közül legalább 1 fő részt vett az utóbbi 5 évben legalább 3 db televízió/rádiós csatornához, műsorokhoz vagy televíziós/rádiós műsorvezetőkhez kapcsolódó vagy a bevonásukkal megvalósított PR kampány kidolgozásában és megvalósításában és
- legalább 2 fő, felsőfokú végzettséggel és Public relations tanácsadó szolgáltatási területen, hagyományos és/vagy web2-es kommunikációs kampányokban szerzett legalább 3 éves szakmai gyakorlattal rendelkező szakembert, akik közül legalább 1 fő részt vett az utóbbi 3 évben legalább 2 db televízió/rádiós csatornához, műsorokhoz vagy televíziós/rádiós műsorvezetőkhez kapcsolódó vagy a bevonásukkal megvalósított PR kampány kidolgozásában és megvalósításában [Kbt. 65. § (1) b), 321/2015. (X. 30.) Korm. rendelet 21. § (3) b)].

A fentiekben megjelölt alkalmassági követelményeknek a közös ajánlattevők együttesen is megfelelhetnek, illetőleg az alkalmassági követelménynek az ajánlattevő bármely más szervezet vagy személy kapacitására támaszkodva is megfelelhet, a közöttük fennálló kapcsolat jogi jellegétől függetlenül.

Utóbbi esetben az ajánlatban meg kell jelölni a kapacitást biztosító szervezetet és az eljárást megindító felhívás vonatkozó pontjának megjelölésével azon alkalmassági követelmény(ek)e)t, amelynek igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet erőforrására vagy arra is támaszkodik, továbbá csatolni kell az ajánlatban a kapacitárait rendelkezésre bocsátó szervezet olyan szerződéses vagy előszerződésben vállalt kötelezettségvállalását tartalmazó okiratot, amely alátámasztja, hogy a szerződés teljesítéséhez szükséges erőforrások rendelkezésre állnak majd a szerződés teljesítésének időtartama alatt. [Kbt. 65. § (6)-(7)]

14.b) A műszaki, szakmai alkalmassági követelményeknek való megfelelés tekintetében előírt igazolási mód:

Ajánlattevő a Kbt. 114. § (2) bekezdése alapján az ajánlatában csak nyilatkozni köteles arról, hogy a 14.a) pontja szerinti alkalmassági követelmény(ek) az ajánlattevő tekintetében teljesül(nek), az alkalmassági követelmények teljesítésére vonatkozó részletes adatokat az ajánlatában nem köteles megadni. Az alkalmassági követelmény(ek) teljesítésére vonatkozó részletes adatokat tartalmazó alábbi nyilatkozatait, valamint – adott esetben – igazolásait ajánlattevőknek csak az ajánlatkérő Kbt. 69. § szerinti felhívására kell benyújtaniuk.

Az ajánlattevő műszaki, illetőleg szakmai alkalmassága – ajánlatkérő Kbt. 114. § (2) bekezdése szerinti felhívására – igazolható a teljesítésbe bevonni kívánt szakemberek megnevezésének, képzettségének és szakmai tapasztalatának ismertetésével, valamint a képzettségük, végzettségük igazolására vonatkozó dokumentumok másolatának, saját kezűleg aláírt szakmai önéletrajzának (feltüntetve legalább az alkalmasság megállapításához szükséges adatokat, így különösen a szakmai gyakorlat időtartamát), valamint saját kezűleg aláírt rendelkezésre állási nyilatkozatának vagy annak egyszerű másolatának benyújtásával. [321/2015. (X.30.) Korm. rendelet 21. § (3) bekezdés b) pont].

A 321/2015. (X. 30.) Korm. rendelet IV. Fejezetében meghatározott, előbbiek szerinti igazolási módok a Korm. rendelet V. Fejezetnek megfelelően kiválthatók, ha az érintett gazdasági szereplő minősített ajánlattevői jegyzéken való szerepléssel bizonyítja, hogy megfelel a közbeszerzési eljárásban előírt követelményeknek.

Nem Magyarországon letelepedett gazdasági szereplők esetén az ajánlatkérő az igazolások hitelességét a 321/2015. (X. 30.) Korm. rendelet VI. Fejezetnek megfelelően ellenőrizheti.

A felhívás 16.) pontja szerint az ajánlattétel határideje: 2016. április 18., 11.00 óra.

Az ajánlatkérő a felhívás 23) Egyéb információk körében – többek között - közölte, hogy:

- Az ajánlathoz csatolni szükséges továbbá a dokumentációban (2. Fejezet, II. rész) megadott mintafeladatra vonatkozó PR-stratégiát és kampánytervet, melyet Ajánlatkérő az értékelési szempontoknál megadott szempontok figyelembevételével értékeli. Ennek tartalmaznia kell egy sajtóközleményt, egy sajtóeseményre vonatkozó forgatókönyvet (büdzsével), és egy kiválasztott műsorvezető interjújához felkészítő anyagot.
- Az ajánlatnak tartalmaznia kell továbbá az ajánlattevő bemutatkozó anyagát, melyben térjen ki a főbb eredményességi mutatóira (milyen mennyiségi és minőségi engedményeket értek el), illetve ismertesse az utóbbi három évben megvalósított 1-1 főbb elsősorban televíziós vagy rádiós csatornához/műsorhoz/műsorvezetőhöz kapcsolódó kampányának rövid, eredményekre koncentráló ismertetőjét (max. 1000 karakterben), feltüntetve az elért minőségi eredményeket is (díj, országos lap címlapján való szerepeltetés, megjelenések száma, vagy azt kimutató kutatás, hogy az adott kampányról hányan hallottak, értesültek.)
- Az ajánlatnak tartalmaznia kell továbbá a teljesítésébe bevonni kívánt szakemberek – ide értve adott esetben az eljárást megindító felhívás 11.) pontjában meghatározott 2. sz. értékelés szempont szerinti szakembert is – tekintetében előírt saját kezűleg aláírt önéletrajzo(ka)t, végzettséget, képzettséget igazoló dokumentum(ok) egyszerű másolatát valamint saját

kezüleg aláírt, szerződés teljesítésének időszakára vonatkozó rendelkezésre állási nyilatkozato(ka)t, amelyek alapján az alkalmassági feltételeknek való megfelelés megállapítható.

- Az ajánlatnak tartalmaznia kell az ajánlattevő nyilatkozatát arról, hogy a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló törvény szerint mikro-, kis- vagy középvállalkozásnak minősül-e [Kbt. 66. § (4)].

Az ajánlatkérő Dokumentációt is készített az ajánlattétel elősegítése érdekében. A Dokumentáció 3. pontja alatt részletesen ismertette az elvégzendő feladatot, „Mintafeladat”-ot is rendelkezésre bocsátott az alábbiak szerint:

1. Nyertes ajánlattevő (szerződést teljesítő vállalkozó) feladatai és a tevékenységével szembeni elvárások

- 3.1.Éves PR stratégia és az azon alapuló taktikai tervek, kampányok kidolgozása és megvalósítása a sajtónyilvánosság megteremtése és gondozása céljából, valamint ezek nyomon követése és elemzése, és az ezekhez kapcsolódó folyamatos tanácsadói tevékenység

A közmédia műsorai, műsorsorozatai, projektjei, képernyős arcai számára az éves stratégia alapján történő sajtópublicitás generálása és az ehhez szükséges sajtómunka átfogó gondozása.

Vállalkozónak törekednie kell arra, az egyes műsortermékek és a közmédia képernyős arcainak sajtómegjelenései mennyiségi és minőségi növekedésére. Vállalkozó ennek érdekében a közvetlen sajtó-kapcsolattartás széles eszköztárával élhet, szóbeli és írásos kiajánlásokat adhat ki, proaktív és kreatív, új kezdeményezésekkel élhet, javaslatot tehet Megrendelő felé mediavásárlást, szponzorációt vagy egyéb fizetett formát igénylő sajtó-együttműködésekre. Vállalkozó jelen szerződés szerinti díja nem tartalmazza a külső partnereknek (pl. kiadók) fizetendő esetleges díjakat, média-költségeket.

- 3.2.Általános és tematikus sajtóadatbázis összeállítása, kezelése, bővítése, karbantartása

Vállalkozó a kommunikálandó műsortermékek tartalmához és célcsoportjához illeszkedő, kategorizált sajtókapcsolati adatbázisokat köteles előkészíteni, azokat proaktív módon, és a folyamatos visszacsatolások gyűjtésén, adminisztrálásán keresztül rendszeresen aktualizálnia, pontosítani, bővítenie kell a sajtó képviselőivel való folyamatos kapcsolattartás eredményeként. A sajtókapcsolati adatbázisnak - lehetőség szerint - az abban szereplő sajtómunkatársak elérésének érdekében minél több csatornán (vezetékes telefon, mobil, e-mail, Facebook stb.) tartalmaznia kell a kontaktinformációkat.

- 3.3.PR tartalmak, témák generálása és menedzselése, PR-kampányok szervezése, tematikus megjelenések koordinálása

Vállalkozó feladata, hogy biztosítsa a közmédia műsorairól, projektjeiről, képernyős személyiségeiről, valamint az MTVA által forgalmazott filmekről szóló publikus információk eljuttatását a sajtó széles köre számára, elsősorban nyomtatott sajtóorgánumban és az interneten, oly módon, hogy mindez figyelelajrást megindító felhívásekelteő legyen, hírértéket teremtsen, és összességében sajtómegjelenések révén elősegítse a műsortermékek ismertségének, népszerűségének, nézettségének növelését.

3.4.Sajtóközlemények, háttéranyagok írása, a közmédia egyes tartalmainak kiałjánlása a sajtónak, műsorok, műsorsorozatok kommunikálása, műsorelőzetesek, epizódismertetőök kiküldése a sajtó felé

Vállalkozó feladata rendszeres kiałjánlók, közlemények formájában a sajtó széles körének figyelmét felhívni a promotálandó műsortermékekre, az ezekhez kapcsolódó háttér-információkat a sajtó munkatársai számára rendelkezésre bocsátani.

3.5.Képernyősök pozícionálása és személyes márkaépítése, valamint felkészítése interjúkra, eseményeken való megszólalásokra

A közmédia kiemelt műsorkészítőinek, arcainak, műsorvezetőinek megjelentetése, szerepeltetésük elősegítése a különböző sajtótermékekben és eseményeken. A sajtó munkatársainak ösztönzése a közmédia műsorainak, képernyős arcainak népszerűsítésére.

3.6.Sajtó-kapcsolattartás

Vállalkozó feladata, hogy mind a saját maga által generált, mind a sajtó felől érkező spontán, mind a Megrendelő által médiavásárlással vagy egyéb stratégiai és/vagy fizetett média-együttműködésekkel biztosított felületekre szánt tartalmakat, információkat, szövegeket, képanyagot előkészítse, azt az egyes sajtótermékek számára, az általuk elvárt módon és formában átadja (pl. informatív háttéranyag, készre írt PR cikk stb.).

Vállalkozó feladata, hogy a sajtó részéről érkező, a műsortermékekre vonatkozó kéréseket, információigényeket fogadja, kanalizálja, azokat a rendelkezésre álló információk alapján megválaszolja, illetve a szükséges kiegészítő információkat Megrendelőtől beszerezze, a szükséges egyeztetéseket, jóváhagyatásokat lebonyolítsa.

Újságírók, sajtófotósok koordinálása, a kérések teljes körű kezelése. A sajtó információigényének kezelése, a sajtó részéről érkező igények kiszolgálása, információ, fotó begyűjtése, fotóküldés, interjúalany(ok) szervezése.

Utánkövetés, a téves vagy kedvezőtlen anyagok javíttatása, helyreigazítás kérése.

3.7. Sajtóesemények, sajtótájékoztatók, sajtóbemutatók, sajtóvetítések szervezése (pl. induló műsorok, sorozatok, az MTVA által forgalmazott filmek stb. bemutatására)

Vállalkozó feladata, hogy a kifejezetten és kizárólag a sajtó munkatársait célzó PR események koncepcióját kialakítsa, előkészítse, az ilyen rendezvények (évi legfeljebb 10 db) sajtókapcsolati ügyeit teljes körűen intézze (sajtómeghívás, esemény forgatókönyv, sajtóregisztráció, sajtóanyag stb.).

Vállalkozó szerződésének nem képezi részét a PR/sajtóesemények esetében a klasszikus rendezvényszervezési elemek (pl. helyszín, bútorzat, catering, technika stb.) pénzügyi fedezetének biztosítása.

3.8. A közmédia egyes kiemelt tartalmaihoz PR célú kreatív anyagok készítése.

Fotózások szervezése, koordinálása, fotóarchívum kezelése

Vállalkozó feladata a PR tartalmakhoz szükséges fotóanyagok szükség szerinti elkészítése és a fotózással kapcsolatos koordináció, továbbá az így készült fotódokumentációból tematikus fotóarchívum létrehozása és kezelése. (Várhatóan heti 2 alkalom műsorfotózás, valamint havi 1 alkalom műsorvezetői fotózás.)

3.9. Egyeztetés és jóváhagyás

Vállalkozó a sajtóval való kapcsolattartás során köteles a Megrendelő által elvárt egyeztetési jóváhagyási folyamatok szerint eljárni, ugyanakkor az ügymenet tekintetében élhet kezdeményezésekkel, javaslatokkal, melyek a sajtó információkkal való ellátásának gyorsaságát és naprakészségét erősítik, ezzel is támogatva a műsortermékek sajtópublicitását.

Vállalkozó egyeztetni és együttműködni köteles különösen az MTVA Program marketing és Kommunikációs Iroda munkatársaival, az MTVA Új Média Irodával, az MTVA vállalati kommunikációs csapatával és a kommunikációban érintett egyes műsorok szerkesztőivel.

3.10. Tanácsadói partnerség, proaktivitás

Vállalkozó feladata a Megrendelő kapcsolattartójával való konstruktív együttműködés, a Megrendelő által megfogalmazott kommunikációs igényeknek, tartalmaknak, üzeneteknek és kommunikációs módoknak való megfelelés.

Ugyanakkor elvárás, hogy Vállalkozó ne csak végrehajtói, hanem tanácsadói szerepkört is ellásson, így saját kezdeményezésekkel (pl. a műsortermékekről szóló sajtóképes sztorikra vonatkozó javaslatokkal) folyamatosan és aktívan elősegítse Megrendelő céljainak teljesülését.

A nyertes ajánlattevővel (szerződést teljesítő vállalkozóval) szembeni további elvárásokat az ajánlattételi dokumentáció részét képező szerződéstervezet tartalmazza.

II. MINTAFELADAT MEGHATÁROZÁS

Brief

A Duna csatorna újrapozicionálása általános szórakoztató közszolgálati csatornaként, a csatorna pozitív imidzsének erősítése

Háttér információk:

A Duna csatorna műsorait 2011. január 1-jétől gyártja az MTVA, és ettől az időponttól része a csatorna a megújult közszolgálati média-portfóliónak is, melyben 2015. márciusától kiemelt szerepet tölt be. Ekkorra fejeződött be ugyanis a közszolgálati portfólió 2012-ben elindított, arculati és strukturális átalakítása, melynek során az M1 hírcsatornává, az M2 gyerekcsatornává alakult, majd esti műsorsávjában létrejött a Petőfi TV, mely a fiataloknak kínál szórakoztató tartalmakat, az M3 retro csatorna, és az M4 Sport csatorna, valamint a Dunára kerültek az általános szórakoztató tartalmak.

Ezek közül a Duna zászlóshajói „A Dal”, a „Magyarország, szeretlek!”, a „Ridikül”, a „Fábry” és a „Gasztróangyal” valamint a „Maradj talpon!” voltak. A Duna szórakoztató műsorainak vezető arcai ekkor: Tatár Csilla, Harsányi Levente, Fábry Sándor, Borbás Marcsi, Jakupcsek Gabriella, Csiszár Jenő, Sente Vajk, és Gundel Takács Gábor.

A közszolgálati portfólió strukturális átalakulásának a következő lépcsőfoka a csatornák pozíciójának megerősítése, a pozitív imidzs erősítése, melynek keretében a Duna csatornára újabb szórakoztató tartalmak is kerülnek, így gazdagítva a nézők választási lehetőségét a műsorkínálatban.

2016 tavaszán megújult „A Dal”, a „Ridikül” és a „Magyarország, szeretlek!” is, újraindul a „Virtuózok”, és olyan prémium tartalom is a Dunára került, mint az Oscar-díjátadó. Ősszel pedig egy többszörös díjnyertes, nagysikerű amerikai filmsorozatot is a műsorára tűz a csatorna. Ezen kívül a műsorvezetői gárda is megújul, a már bevezetett „arcok” mellett új képernyősök kapnak lehetőséget (pl. Dióssy Klári) vagy a jól ismert műsorvezetők új műsorokban próbálhatják ki magukat (mint például Tatár Csilla és Harsányi Levente).

A Duna csatorna vezetése fontosnak tartja a minőségi magyar filmek, filmsorozatok valamint a legjobb magyar színészek és filmrendezők szélesebb körű ismertségének növelését, ezért volt a Dunán a „Félvilág” című magyar film országos televíziós premierje, vagy indult el a „Csak színház és más semmi” sorozat.

Fontos pozitívum, hogy a Duna csatornán sugárzott filmek reklámszünet nélkül tekinthetők meg.

Kihívás:

A Duna csatorna jelenlegi imidzsét erősen befolyásolja az 1992 és 2011 közötti hasonló nevű csatorna pozicionálása és műsorkínálata, valamint az, hogy – a többek között az ezirányú kommunikációs kampány hiányában - a célcsoport nagy részében nem tudatosult, hogy 2015 márciusában a Duna csatornára

kerültek azok a szórakoztató műsorok és arcok, amiket/akiket addig az M1 csatornán néztek.

A feladat:

Olyan PR stratégia és kampány kidolgozása, mely a Duna újrapozicionálását, pozitív imidzsének erősítését, valamint nézőszámának növelését célozza a 18-59 célcsoportban. A feladat megoldása során elvárás tehát az újrapozicionálást támogató, pozitív imidzs erősítő PR stratégia kialakítása egy, az újrapozicionálást kommunikáló sajtóközlemény megírása, melyet vélhetően a releváns médiumok át is vennének, egy sajtóesemény forgatókönyvének és büdzséjének összeállítása egy kiválasztott, az újrapozicionálás arcaként is funkcionáló műsorvezető interjújához felkészítő anyag elkészítése egy, az Ajánlattevő által javasolt lapban való megszólaláshoz, melyhez mind az újrapozicionálás témája, mint a kampány célcsoportja, mind a műsorvezető imidzse jól illeszkedik

Kommunikációs cél:

A Duna csatorna újrapozicionálása, mint általános szórakoztató közszolgálati csatorna, mely értékes/prémium tartalmakat sugároz, és megfelelő választás azoknak, akik tartalmas szórakozásra vágynak.

Üzenet: A Duna a tartalmas (értékes/prémium/informatív) szórakozásra vágyók választása (, így az enyém is)!

PR stratégiai cél:

A Duna pozitív imidzsének erősítése, személyes kötődés/érdeklődés kialakítása a csatorna műsorai és arcai irányában, valamint a csatorna átlagos közönségarányának növelése a 18-59 célcsoportban.

A kampány célcsoportja:

Elsődleges célcsoport: 25-49 ABC társadalmi státuszú televíziónéző lakosság

Másodlagos célcsoport: Magyarország 18+ televíziónéző lakossága

Kampány budget: nettó 15.000.000,- forint

Kampányidőszak: 2016. szeptember 1. - 2016. szeptember 15.

Elvárások az ügynökség által leadandó pályázattal szemben:

Kidolgozandó elemek:

- hatékony, a csatornához, az üzenet átadásához illeszkedő PR stratégia és kampány
- egy, az újrapozicionálást kommunikáló sajtóközlemény megírása, melyet vélhetően a releváns médiumok át is vennének,
- egy, az újrapozicionáláshoz kapcsolódó sajtóesemény forgatókönyvének és büdzséjének összeállítása
- egy kiválasztott, az újrapozicionálás arcaként is funkcionáló műsorvezető

- interjújához felkészítő anyag elkészítése
- egy, az Ajánlattevő által javasolt lapban való megszólaláshoz, melyhez mind az újrapercepcionálás témája, mint a kampány célcsoportja, mind a műsorvezető imidzse jól illeszkedik
- egyéb kreatív javaslatok bemutatása a PR és sajtókapcsolati kommunikáció eszköztárából
- javaslat a kampány utóértékelésére...”

A Dokumentáció „4.2. Az ajánlatok érvényességének megállapítása az ajánlat alapján, illetőleg az ajánlatok összehasonlító értékelése” pont alatt ismertette az ajánlatkérő az értékelés menetét, módszerét:

„1. Mintafeladatra vonatkozó pr stratégia és kampány kidolgozása - szakmai koncepció

1.1 A PR stratégia szakmai megalapozottságának (átfogó szemléletmód, PR eszköztár megfelelő használata) értékelése

A PR stratégia integráltságának és szakmai megalapozottságának (PR trendek valamint médiakörnyezet átfogó ismerete és beépítése a javaslatokba) értékelése

- A kidolgozott stratégián belül a használni kívánt eszközök összehangoltságának értékelése.
- A kidolgozott stratégia és a javasolt eszközök mennyire nyújtanak megoldási javaslatot a briefing-ben meghatározott célokra.
- A kidolgozott stratégia és a javasolt eszközök mennyire állnak összhangban a média- és a fogyasztói trendekkel.

A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amely teljes körűen és összehangoltan mutatja be a használni javasolt PR eszközök és médiumok erősségeit és gyengeségeit, és a brief-ben megfogalmazott céloknak megfelelő stratégiát javasol, ami számadatokkal alátámaszthatóan összhangban áll a fogyasztói- és média trendekkel.

A kidolgozott anyagban tehát ajánlattevőnek be kell mutatnia és indokolnia kell, hogy hogyan és mivel épít a kommunikációs célok elérésére, és mutatószámokkal, benchmark-okkal alátámasztania, hogy ez mennyire áll összhangban a média- és fogyasztói trendekkel.

A pályázónak részletesen le kell vezetnie a PR stratégia megalapozottságát (ehhez használnia kell a célcsoport elemzését, a szociodemográfiai, a médiahasználati és affinitási vizsgálatait, kutatási adatait). Fontos, hogy részletesen magyarázza a stratégiai elemek, taktikai eszközökre történő átültetését. Szükséges, hogy az egyes eszközök választását megfelelően alátámassza iparági kutatásokkal (forrás megjelöléssel) és bemutassa, hogy a választás alapján milyen összesített elérést produkálva teljesülnek a briefben meghatározott célok.

1.2 A kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége

A kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitásának, egyediségének értékelése

- A kampányjavaslat és a sajtóesemény ötletessége
- A kampányjavaslat és sajtóesemény egyedisége

A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amelyben a PR kampányjavaslat minél szélesebb arzenált vonultat fel a PR eszközökből, és magában foglal egy sajtóeseményt, mely ötletességével és egyediségével kitűnik a kampányok/sajtóesemények sorából, de nem öncélúan, hanem érthetően „adja át” a kommunikációs üzenetet.

Ötletesnek minősül az a javaslat, mely nem öncélúan, de közben különleges, sajátos nézőpontból világítja meg és adja át a kampány üzenetét. Egyedinek minősül az a javaslat, ami nem sablonos, nem szokványos, de mindeközben a célnak megfelelő megoldásokat/eszközöket használ.

Fontos, hogy a pályázó bemutassa, hogy hogyan tudja a koncepciót átültetni a különböző PR eszközökre és üzenetre szabottan.

1.3 Íráskészség (sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazása, strukturáltsága)

A kampányhoz kapcsolódó sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazásának és strukturáltságának értékelése

- A sajtóközlemény és a háttéranyag szakmai nyelvezetének, gördülékenységének és érthetőségének értékelése
- A sajtóközlemény és a háttéranyag felépítése, átláthatósága, az üzenetek átadására való megfelelése

A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amely megfelelő szakkifejezéseket használva, gördülékeny nyelvezettel és mondatszerkesztéssel, valamint világosan megfogalmazva, érthetően adja át a kampány főbb üzeneteit, átlátható struktúrában összeállítva.”

Az ajánlatok bontásáról készült jegyzőkönyvben az ajánlatkérő megállapította, hogy az eljárást megindító felhívásban meghatározott ajánlattételi határidő lejártáig, 2016. április 18-a, 11.00 óráig 6 ajánlatot nyújtottak be, a rendelkezésre álló anyagi fedezet összege 40.780.000,- Ft + ÁFA.

Az ajánlattevő(k) és az általuk benyújtott ajánlat(ok) főbb adatai:

1.Ken Media Kft.

I. Ajánlati ár (10 hónapra vonatkozóan) 37.000.000,- Ft + ÁFA

II. Televíziós és/vagy rádiós PR kampányokban illetve televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (arcokhoz) kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább 3 éves tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő) biztosítása

2. Well PR Kft.

- I. Ajánlati ár (10 hónapra vonatkozóan) 53.000.000,- Ft + ÁFA
 II. Televíziós és/vagy rádiós PR kampányokba igen
 televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (a kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő) biztosítá

3. Poor Consulting Kft.

- I. Ajánlati ár (10 hónapra vonatkozóan) 31.450.000,- Ft + ÁFA
 II. Televíziós és/vagy rádiós PR kampányokba igen
 televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (a kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő) biztosítá

4. Kérelmező

- I. Ajánlati ár (10 hónapra vonatkozóan) 38.316.407,1 Ft + ÁFA
 II. Televíziós és/vagy rádiós PR kampányokba igen
 televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (a kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő) biztosítá

5. PLANB-MEDIA Kommunikációs Tanácsadó Kft.

- I. Ajánlati ár (10 hónapra vonatkozóan) 30.000.000.-Ft + ÁFA
 II. Televíziós és/vagy rádiós PR kampányokba igen
 televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (a kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő) biztosítá

6. Person Magyarország Kommunikációs és Szolgáltató Kft.

- I. Ajánlati ár (10 hónapra vonatkozóan) 42.700.000.-Ft + ÁFA
 II. Televíziós és/vagy rádiós PR kampányokba nem
 televíziós és/vagy rádiós műsorvezetőkhez (a kapcsolódó PR kampányokban szerzett, legalább tapasztalattal rendelkező szakember (1 fő) biztosítá

A kérelmező ajánlata a 62-67. oldalig tartalmazta a PR Stratégiát, Kampánytervet, Egyéb kreatív eszköz javaslatok, A kampány utóértékelése részt.

A 78-80. oldalak a „Premier előtti vetítés és házias sajtóebéd a gasztroangyal vendéglátásával” feladatra vonatkozó szöveges részt tartalmazta.

A nyertes ajánlattevő szakmai ajánlata, az ajánlat 11-43. oldalain található.

A nyertes ajánlattevő ajánlatának 51-57. oldalán ismerteti a teljesítésbe bevonní kívánt szakembereket.

A jogorvoslati kérelem szempontjából a teljesítésbe bevonní kívánt szakemberek körében bemutatásra kerül Sz. R. (16 év PR és integrált kommunikációs tapasztalat) és Cs. K. Zs. (11,5 év és PR kommunikációs tapasztalat).

A szakmai önéletrajzuk szerint sem Cs. K. Zs., sem Sz. R. munkahelyei között nem kerül felsorolásra a nyertes ajánlattevő.

Cs. K. Zs. munkahelye 2013.11- folyamatosan a Schönherz Informatikai Kft., Sz. R. munkahelye 2010. október óta a Kodolányi János Főiskola.

Az ajánlat 105. és 111. oldalán csatolásra került mindkét szakember „Rendelkezésre állási nyilatkozata”, melyben kijelentik, hogy „ajánlattevő nyertessége esetén a vele kötendő szerződés teljes időtartama alatt” rendelkezésre fognak állni.

Az ajánlat 127. oldalán található 7. sz. melléklet szerint a Person Magyarország Kommunikációs és Szolgáltató Kft. akként nyilatkozott, hogy a 2004. évi XXXIV. törvény rendelkezései szerint kisvállalkozásnak minősül.

Az ajánlatkérő az ajánlatok vizsgálatát követően 2016. június 14-én, hiánypótlási felhívást küldött az ajánlattevőknek, melyben a Person Magyarország Kommunikációs és Szolgáltató Kft.-től az alábbiakat kérte:

„(1) A benyújtott ajánlat 51. oldalán csatolt szakemberek ismertetéséről szóló nyilatkozatban megjelölt szakemberek közül Cs. K. Zs. és Sz. R. tekintetében a 65. és 91. oldalakon csatolt önéletrajzok tartalmából úgy tűnik, hogy a nevezett szakemberek jelenleg nem az ajánlattevő társaság alkalmazásában állnak, illetve F. T. és M. K. vonatkozásában a 75. és 79. oldalakon csatolt önéletrajzokból pedig nem állapítható meg kétséget kizáróan, hogy a nevezett szakemberek ténylegesen Ajánlattevő alkalmazásában állnak-e. Az előbb ismertetett körülmények azonban ellentmondásban állnak a benyújtott hiánypótlás 17. oldalán csatol nyilatkozat tartalmával, amely szerint Ajánlattevő a teljesítéshez nem kíván alvállalkozót igénybe venni, és az alkalmassági követelmény igazolására sem kíván más gazdasági szereplőt bevonní az eljárásba.

Erre figyelemmel Ajánlatkérő felhívja Ajánlattevőt, hogy a felvilágosítás keretében nyilatkozatával oldja fel a fenti ellentmondást és ismételjen csatolja a nevezett szakemberek (Cs. K. Zs., Sz. R., F. T., M. K.) előírásoknak megfelelő tartamú, saját kezűleg aláírt szakmai önéletrajzát, amelyből kétséget kizáróan megállapítható, hogy az adott szakember az ajánlattevő társaság vagy más szervezet alkalmazásában áll-e (adott esetben magánvállalkozó-e) (például a jelen felhívás részeként rendelkezésre bocsátott minta kitöltésével). Amennyiben bármely szakember nem az ajánlattevő társaság alkalmazásában áll, úgy

ismételten csatolni szükséges az előírásoknak megfelelően kitöltött, a közbeszerzési eljárás alapján kötendő szerződés teljesítésében közreműködő és az alkalmasság igazolásában részt vevő személyekről/szervezetekről szóló nyilatkozatot (6. sz. melléklet), azzal, hogy az eljárást megindító felhívás 23.j) pontjában foglaltaknak megfelelően abban meg kell jelölni az alkalmasság igazolásában részt vevő gazdasági szereplő(ke)t (névvel és címmel) és az eljárást megindító felhívás vonatkozó pontjának megjelölésével azon alkalmassági követelményt (követelményeket), amely(ek)nek igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet erőforrására (is) támaszkodik, továbbá csatolni kell a kapacitásait rendelkezésre bocsátó szervezet olyan szerződéses vagy előszerződésben vállalt kötelezettségvállalását tartalmazó okiratot, amely alátámasztja, hogy a szerződés teljesítéséhez szükséges erőforrások rendelkezésre állnak majd a szerződés teljesítésének időtartama alatt. Erre figyelemmel továbbá a nyilatkozat első (alvállalkozókra vonatkozó) táblázatában meg kell jelölni a közbeszerzésnek azt a részét (részeit), amelynek teljesítéséhez az ajánlattevő alvállalkozót kíván igénybe venni, valamint az ezen részek tekintetében igénybe venni kívánt és az ajánlat benyújtásakor már ismert alvállalkozókat (legalább a nevüket és székhelyüket/lakcímüket), azzal, hogy – tekintettel arra, hogy az alkalmassági követelményként szakemberek bevonása került előírásra – kapacitást nyújtó igénybevétele esetén az alvállalkozó már ismertnek tekinthető!

Az előbbieken túl kapacitást nyújtó igénybevétele esetén annak aláírási címpéldányát is be kell nyújtani.”

A Person Kft. által becsatolt hiánypótlás 25. oldalán az ajánlattevő akként nyilatkozott, hogy tárgyi eljárásban a fenti személyek „a közbeszerzési eljárás megnyerését követően a Person Magyarország Kft. foglalkoztatottja lesz”.

Az ajánlatkérő az eljárás eredményéről szóló összegezést 2014. július 13-án készítette el. Az összegezés értelmében az eljárás eredményes volt, nyertes ajánlattevőként a Person Magyarországot hirdette ki az ajánlatkérő.

Táblázatos formában értékelte az ajánlatokat:

1. A mintafeladatra vonatkozó PR stratégia és kampány kidolgozása			
	II. Perfektum PR Kft. - Har Meron Hungary Kft. közös ajánlattevők	I. PLANB-MEDIA Kft.	III. Person Magyarország Kft.
1.1. A PR stratégia szakmai megalapozottságának (átfogó szemléletmód, PR eszköztár megfelelő)	A PR stratégia megfelelően kidolgozott, de nem átfogó szemléletmódú, nem tartalmaz javaslatokat a marketingkommunikációs stratégiához való	A PR stratégia megfelelően kidolgozott, megfelelő elméleti megközelítést alkalmaz célcsoportra szabva, az eszközöket megfelelően használva egy-egy	Átfogó szemléletmódon alapuló stratégia, mely ötvözi a hagyományos és nem hagyományos PR elemeket, integráltan kezelve a marketingkommunikáció

használata) értékelése	kapcsolódásra. A javasolt PR eszközök inkább csak egy-egy szegmensre koncentrálnak, és kevésbé szólítanak meg szélesebb célcsoportot.	szegmensre vonatkozólag.	s célokkal. A PR eszközök mellett ATL és BTL eszközökön is használható koncepciót dolgozott ki, megfelelő hangsúlyokat találva a kommunikálandó üzenetek között. A javasolt stratégiát célcsoportra szabott, operatív tervekkel alátámasztva fogalmazza meg.
1.2. Kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége	A sajtóesemény a premier előtti vetítés eszközét használva kissé sablonos és inkább a filmek irányába viszi a koncepciót, amely kevésbé alkalmas a csatorna megkülönböztetésére, valamint inkább a mozikat jellemzi. Nem fektet hangsúlyt a saját gyártású műsorokra, amik igazán jellemezhetnek egy tévécsatornát.	Dunamánia Happy Hours szlogen kevésbé kreatív, professzionális, Duna tv stúdiólátogatás nyereményjátékkal összevonva, jól felépített szakaszok	Kreatív szlogen- és koncepció javaslat, mely a kampány során jól használható, integrált és egyedi kampányjavaslat web2-es és BTL eszközöket is használva, személyes elemeket is beépít a sajtóeseménybe, mely interaktív elemeivel különösen egyedivé teszi a javaslatot.
1.3. Íráskészség (sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazása, strukturáltsága)	A sajtóközlemény a brief-ben megfogalmazott üzeneteket tartalmazza, de nem kellőképpen személyes, gördülékeny, kissé száraz. Nem tartalmaz a személyességet sugalló műsorvezetőktől/ arcoktól származó idézeteket, így inkább leíró jellegű, kevésbé figyeleljarást megindító felhíváskeltő. A háttéranyagban a médium megfelelő, a témakörök kidolgozottak, bár nem a javasolt médiumhoz passzoló, inkább vállalati jellegűek a válaszok, leírások.	A sajtóközlemény kissé sűrű és száraz, nem tartalmaz sem személyességet sugárzó idézeteket műsorvezetőktől/ vezetőktől, és bár a brief-ben megfogalmazott üzeneteket tartalmazza, de nem figyeleljarást megindító felhíváskeltő, fogyasztó-közeli a nyelvezete. A háttéranyag túl sok üzenetet fogalmaz meg, száraz nyelvezettel, kevésbé a javasolt médiumhoz (Elle magazin) passzoló módon, bár átlátható strukturában.	A sajtóközlemény strukturált, gördülékeny nyelvezetet használ, emberközeli kifejezéseket használ, a XXI. Századi kommunikációs technikákat is felhasználja (hashtag-ek). Műsorvezetői, közvetlen nyelvezetű idézetekkel is operál, melyek személyesebbé teszik. Kreatív, figyeleljarást megindító felhíváskeltő a cím. A háttéranyag a főbb üzenetek megfogalmazása mellett mentalitásbeli javaslatokat is megfogalmaz, kifejezetten a javasolt médiumhoz passzoló

			módon, fogyasztóközei nyelvezettel, inspiráló módon.
A fentiek kiegészítéseként Ajánlatkérő közli, hogy – a közbeszerzési dokumentumokban foglaltak szerint – az 1. sz. értékelési szempont (valamint alszempontjai) vonatkozásában két vagy több ajánlat is kaphat azonos helyezési számot, ez esetben az azonos helyezést kapott ajánlatok számának függvényében a soron következő egy vagy több helyezés nem osztható ki (pl. négy beérkezett érvényes ajánlat esetében, ha két ajánlat kap 1. helyezést, a 2. helyezés nem kerül kiosztásra és a rangsorban őket közvetlenül követő ajánlat 3. helyezést és az ehhez a helyezéshez tartozó pontszámot kap.).			
A súlyszámmal szorzott értékelési pontszámok összegei ajánlattevőnként:	651,86	550	802,8

A kérelmező, 2016. július 14-én iratbetekintési kérelemmel fordult az ajánlatkérőhöz, melyre 2016. július 19-én került sor.

A kérelmező 2016. július 15-én előzetes vitarendezési kérelmet terjesztett elő, mely a saját ajánlatának 1.1, 1.2., 1.3., bírálati részszerzőjére vonatkozó ajánlatkérői értékelést kifogásolja, továbbá kitér arra, hogy a nyertesként kihirdetett ajánlati ár a rendelkezésre álló anyagi fedezet mértékét meghaladja, azonban annak megemeléséről az összegezésben nem rendelkezett.

A kérelmező a Kbt. 45. § (2) bekezdése alapján külön tájékoztatást kért a nyertes ajánlat jellemzőiről és az általa tett ajánlathoz viszonyított előnyeiről.

Az ajánlatkérő 2016. július 20-án adta meg válaszát az előzetes vitarendezési kérelemre:

„1.1 A PR stratégia szakmai megalapozottságának (átfogó szemléletmód, PR eszköztár megfelelő használata) értékelése

Kérelmező sérelmezi, hogy Ajánlatkérő a szöveges indokolásban nem tér ki arra, hogy mit ért „átfogó szemléletmód” alatt és arra sem, hogy az ajánlata miért nem felel meg e követelménynek. Kifogásolja továbbá, hogy nem került meghatározásra, hogy mely marketingkommunikációs stratégiához kellett volna kapcsolódnia szakmai ajánlatukban kidolgozott PR stratégiának. Előbbiekkel álláspontja szerint Ajánlatkérő olyan szempontok szerint értékelte a beérkezett ajánlatokat, amelyeket nem szerepeltetett sem eljárást megindító felhívásban, sem a közbeszerzési dokumentumok egyéb szakaszaiban.

Bemutatja jelen pontnál még, hogy ajánlata hol tartalmazza az egyes értékelési szempontok szerinti olyan tartalmakat, amelyek maradéktalanul megfelelnek az előzetes szempontrendszernek.

Ajánlatkérő a fentiekkel szemben felhívja a figyelmet, hogy a beszerzés tárgyához igazodó fogalmak alkalmazásával adta meg a viszonyítási szempontokat és nem látta szükségesnek, hogy a közismert jelentéstartalmú egyes kifejezésekhez külön definíció rendszert vezessen be. A Kérelmező által hivatkozott kifejezésekhez tartozó pontos jelentéstartalom általánosan ismert és azok szakmai hatókörét az általános szakmai felfogás szerint kívánta értelmezni. Nyilvánvaló, hogy nem szükséges pontos azonosítható tartalmú szavakat lexikonszerűen definiálni, azt egyetlen jogág joggyakorlata sem várja el. Abban a kérdésben pedig, hogy Ajánlatkérőnek előre meg kellene mondania, hogy milyen pozitív tartalmat szükséges a szakmai ajánlatban bemutatni ugyancsak nem osztjuk Kérelmező álláspontját. Ajánlatkérő megadta az értékelés kereteit, amely között várta az ajánlattevők szakmai anyagát, amelynek értéke csak a bemutatott elemeken mérhető le és éppen itt, ezen ponton mutatkozhat meg adott ajánlattevő többlet szakmai teljesítménye. Ennek megítélése során Ajánlatkérő vállaltan a szakma evidens szabályai, gyakorlata, elvei szerint járt el az alábbiak szerint.

A szakmai megalapozottság a kiírás szerint is magában foglalja az átfogó szemléletmódot (már a címében is, amelyhez képest a továbbiak részletezik is egyébként, hogy e körben mit értekel Ajánlatkérő). Az Ajánlatkérő kifejtette, hogy ennél a részszerzőnél azt az ajánlatot értékeli legjobbnak, amely teljes körűen és összehangoltan mutatja be a javasolt PR eszközök erősségeit.

Pályázó az anyagában PR stratégia címszó alatt közel két oldalnyi terjedelmű szöveget írt nagy térközökkel a sorok közt, és tartalmában tulajdonképpen a brief-et foglalta össze. Ez nem tekinthető sem stratégiának, sem átfogó szemléletmódot képviselő javaslatnak, mert tulajdonképpen nem stratégia, hanem egy rebrief.

Az átfogó szemléletmód nem bír az Ajánlatkérő olvasatában többel, amit jelent szó szerint: átfogó. Azaz van eleje és vége és egy ívre felfűzött megközelítés, amely tartalmaz minden fontos szempontot, eszközt. A pályázó anyagában a PR stratégia címszó alatt nem is jelölte, hogy milyen eszközöket kíván használni, hanem csak később, kampányterv címszó alatt sorolt fel eszközöket, amelyek nem teljesítik az átfogó szemléletmód kritériumát, tekintve, hogy egy sajtórendezvényt és egy sajtóközleményt javasol, miközben a PR stratégia eszköztára ennél sokkal tágabb. És bár később javasol egyéb kreatív eszközöket is, de azok inkább csak ötletszerű javaslatok, melyek nem fűzhetők fel egy ívre, így ez sem teljesíti az átfogó szemléletmód kritériumait.

Ajánlatkérő szakmai meggyőződése, hogy amennyiben valaki szakmailag megalapozott stratégiában gondolkodik (ami ugyancsak értékelési szempont volt), annak evidens, hogy a PR stratégia magában nem állja meg a helyét a marketingkommunikációs stratégia nélkül. Ha valaki nem gondol erre, az nem tekinthető szakmailag megalapozott stratégiát javaslónak. Ha valakinek kérdés, hogy mely marketingkommunikációs stratégiához kellett volna kapcsolódnia a PR stratégiának, az nem rendelkezik alapvető szakmai ismeretekkel, azaz szakmailag nem megalapozott az ajánlata sem, hiszen alapvető szakmai összefüggésekkel nincs tisztában.

Fentiek miatt Ajánlatkérő – Kérelmező véleményével ellentétben – jelen pont szerinti körben nem látja a szakmai ajánlatot maradéktalanul megfelelőnek. Az a tény, hogy a szakmai ajánlat szól olyan elemekről, amelyeket Ajánlatkérő értékeli, még nem teszi azt maradéktalanul megfelelőnek.

1.2 A kampány javaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége

Kérelmező kifogásolja, hogy nem kerül ismertetésre az összegezésben a nyertes ajánlattevő koncepciója, annak semmilyen részletére nem tér ki, szemben a másik két értékelt ajánlattevő ajánlatával. Ebből következően nem derül ki, hogy ajánlatuk mennyiben sablonosabb, szokványosabb, továbbá nem derül ki, hogy az mennyivel és miben nyújt kisebb arzenált a PR eszközökből, az mennyiben öncélúbb, kevésbé különleges nézőpontot alkalmazó, mint a nyertes ajánlattevő ajánlata. Mindezt álláspontja szerint, nem hogy objektív tényekkel vagy mérőszámokkal, de még véleménnyel sem támasztja alá. Kérelmező szerint ajánlatuk ötletes, egyedi, széles arzenált vonultat fel, illetve az előbb említetteknek és az értékelni kívántaknak megfelel.

Ajánlatkérő a jelen pontnál előadottakkal sem ért egyet, pontosan megadja, hogy milyen okból tartja Kérelmező ajánlatát sablonosnak, e körben adekvátan a beszerzés specifikumaira is figyelemmel. Kérelmező PR eszközökből egy sajtóeseményt, egy sajtóközleményt, egy vírusvideót és egy szinte semmilyen szakmai eredménnyel nem kecsegtető kisfilmet javasolt. Ez nem nevezhető széles arzenálnak, hiszen a szakmailag megalapozott tudással rendelkező ügynökségnek tisztában kell lennie azzal, hogy a PR eszköztára ennél lényegesen bővebb: sajtófotózás, interjúlehetőségek generálása, közönségtalálkozó, közösségi média platformok. Sőt, televízióként cross promo lehetőségek számtalan lehetősége állhat rendelkezésre. Ezekről a Kérelmező említést sem tett.

A sajtóesemény koncepciójában az öncélúság megnyilvánul az olyan kisfilmre vonatkozó javaslatban, melyben a sajtó képviselőitől kérnek egy-egy mondatot, amiket összeszerkesztenének, és egy egyáltalán nem kreatív „Mit kezdenél 48 órával?” címmel kisfilmet raknának belőle össze, amivel később a sajtó képviselői nem is tudnának mit kezdeni.

A premier előtti filmbemutató sablonos javaslat, nem alkalmas a csatorna megkülönböztetésére, és egyáltalán nem egyedi, hiszen a filmforgalmazók hetente tartanak ilyen eseményeket, de legalábbis minden nagyobb film bemutatása alkalmával.

Ajánlatkérő itt is hivatkozik az előzőekben előadottakra, mely szerint a szakmai ajánlat értékelése során a szakma alapvető szabályaiból, elveiből, gyakorlatából indult ki. A szakma alapvető szabályait olyan etalonnak tekintette Ajánlatkérő, amelyekről nem kívánt külön kioktatást tartani. Megjegyzendő, hogy a közbeszerzések során ajánlatkérőknek nem feladata a beszerzés tárgya szerinti

releváns szakértelem nyújtása, azzal az eljáráson indulni kívánó ajánlattevőknek kell rendelkeznie.

1.3. íráskészség (sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazása, strukturáltsága)

Kérelmező sérelmezi, hogy nem volt olyan előírás, miszerint személyességet sugalló idézeteket kell a közleményben elhelyezni. Ajánlatkérő szerint ezzel nyilvánvalóvá teszi, hogy Kérelmező nem rendelkezik a megfelelő és megalapozott szakmai tudással a szerződés teljesítéséhez, hiszen nem nyilvánvaló számára, hogy egy közlemény attól „gördülékeny”, ha nem száraz szakmai nyelvezettel írják meg, hanem személyessé teszik. Egy közlemény nyelvezete akkor megfelelő, ha a célcsoport szívesen olvassa el, és alkalmas az anyag arra, hogy a célcsoport nyelvezetében átadja az üzeneteket. Az ajánlatadó által beadott közlemény a brief-ben szereplő fordulatokat használja, annak ellenére, hogy a brief célcsoportja egy ügynökség, a közlemény célcsoportja pedig egy átlagos fogyasztó, aki sokkal könnyed nyelvezetet használ, mint a szakmai anyagokban használatos nyelvezet, amit viszont Kérelmező használt a közlemény során is. Ajánlatkérő álláspontja szerint az íráskészség tekintetében kifejeződő ajánlattevői kompetencia alacsonyabb szintje éppen azáltal is hangsúlyt kap, hogy Kérelmező nem él önálló fordulatokkal, hanem a mintából másol.”

Az ajánlatkérő 2016. július 22-én ismertette a Kbt. 45. § (2) bekezdése alapján kért összehasonlító értékelést:

Értékelési szempont alszempontjai	PERFEKTUM PR KFT. - HAR MERON HUNGARY KFT. KÖZÖS AJÁNLATTEVŐK	PERSON MAGYARORSZÁG KFT.
<p><i>1.1 A PR stratégia szakmai megalapozottságának (átfogó szemléletmód, PR eszköztár megfelelő használata) értékelése</i></p> <p><u>A PR stratégia integráltságának és szakmai megalapozottságának (PR trendek valamint médiakörnyezet átfogó ismerete és beépítése a javaslatokba) értékelése</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - A kidolgozott stratégián belül a használni kívánt eszközök összehangoltságának értékelése. - A kidolgozott stratégia és a javasolt eszközök mennyire nyújtanak 	<ul style="list-style-type: none"> - A PR stratégia szakmailag nem kellőképpen megalapozott, mert a kétoldalas anyagban tulajdonképpen az Ajánlatkérő által írt brief-ben levő információkat foglalta össze, nincs benne stratégiai szintű javaslat, csak egy-egy ötlet - A PR stratégia részeként nem sorolt fel használni kívánt eszközöket - Bár a kampánytervben felsorolt két eszközt, de azok nincsenek kellőképpen összehangolva az egyéb kreatív eszköz javaslatokkal. Ezt bizonyítják a különböző címek is és javaslatok az egyes eszközökkel kapcsolatban: A sajtóesemény 	<ul style="list-style-type: none"> - A PR stratégia szakmailag kellőképpen megalapozott, kutatásra is hivatkozva használja a legújabb PR és fogyasztói valamint média trendeket (pl. hashtag-ek használata) és ismeri a médiakörnyezetet, mert például a használni kívánt eszközökbe beveszi a cross promókat is - A PR stratégia részeként sorol fel nem csak eszközöket, hanem eszközcsoportokat is a hagyományosokon kívül a new media, az események, a cross promóciók és a marketing területtel történő kooperációk eszköztárából - A PR stratégia egy koncepcionális alapötletre épül, mely átfogja az

<p><i>megoldási javaslatot a briefing-ben meghatározott célokra.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>A kidolgozott stratégia és a javasolt eszközök mennyire állnak összhangban a média- és a fogyasztói trendekkel.</i> <p><i>A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amely teljes körűen és összehangoltan mutatja be a használni javasolt PR eszközök és médiumok erősségeit és gyengeségeit, és a brief-ben megfogalmazott céloknak megfelelő stratégiát javasol, ami számadatokkal alátámaszthatóan összhangban áll a fogyasztói- és média trendekkel.</i></p> <p><i>A kidolgozott anyagban tehát ajánlattevőnek be kell mutatnia és indokolnia kell, hogy hogyan és mivel épít a kommunikációs célok elérésére, és mutatószámokkal, benchmark-okkal alátámasztania, hogy ez mennyire áll összhangban a média- és fogyasztói trendekkel.</i></p> <p><i>A pályázónak részletesen le kell vezetnie a PR stratégia megalapozottságát (ehhez használnia kell a célcsoport elemzését, a szociodemográfiai, a médiahasználati és affinitási vizsgálatait, kutatási adatait).</i></p> <p><i>Fontos, hogy részletesen magyarázza a stratégiai elemek, taktikai eszközökre történő átültetését. Szükséges, hogy az egyes eszközök választását megfelelően alátámassza iparági kutatásokkal (forrás megjelöléssel) és bemutassa, hogy a választás alapján milyen összesített elérést produkálva teljesülnek a briefben meghatározott célok.</i></p>	<p>egy premier előtti filmvetítés, ezzel szemben a sajtóközlemény címe: Megújult a Duna TV, ehhez képest a Flashmob címe: 8 perc kultúra, a kisfilm címe pedig: Mit kezdenél 48 órával? – nincs egy átfogó üzenet, ív a javasolt eszközökhöz kapcsolódóan, ez nem szakmai stratégia, hanem ötletbörze. Ennek megfelelően a briefing-ben meghatározott célokra kevésbé nyújt megoldási javaslatot.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nincs tehát kidolgozott stratégia és bár a két javasolt eszköz nem a PR stratégia részeként lett feltüntetve, de figyelembe vettük, pozitív diszkriminációt végrehajtva, formai hiányosságként tekintve. viszont ezek az eszközök nem állnak összhangban a média és fogyasztói trendekkel, mert hagyományos eszközök, nem építenek a digitális világra 	<p>egész kommunikációt, és visszaköszön minden javasolt eszközben, valamint szlogenként is megállja a helyét, ami az ajánlat szakmai megalapozottságát, a startégia és az eszközök összehangoltságát tovább erősíti.</p> <ul style="list-style-type: none"> - A kidolgozott stratégia ennek megfelelően kiváló megoldási javaslatot nyújt a brief-ingben meghatározott célokra. - A stratégia megfelelő részletességgel kidolgozott, mindenre kiterjedő, integrált javaslat.
---	--	--

<p>1.2 A kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége</p> <p><u>A kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitásának, egyediségének értékelése</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - A kampányjavaslat és a sajtóesemény ötletessége - A kampányjavaslat és sajtóesemény egyedisége <p>A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amelyben a PR kampányjavaslat minél szélesebb arzenált vonultat fel a PR eszközökből, és magában foglal egy sajtóeseményt, mely ötletességével és egyediségével kitűnik a kampányok/sajtóesemények sorából, de nem öncélúan, hanem érthetően „adja át” a kommunikációs üzenetet. Ötletesnek minősül az a javaslat, mely nem öncélúan, de közben különleges, sajátos nézőpontból világítja meg és adja át a kampány üzenetét. Egyedinek minősül az a javaslat, ami nem sablonos, nem szokványos, de mindeközben a célnak megfelelő megoldásokat/eszközöket használ.</p> <p>Fontos, hogy a pályázó bemutassa, hogy hogyan tudja a koncepciót átültetni a különböző PR eszközökre és üzenetre szabottan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A kampányjavaslatban csak két eszközt sorol fel, és ráadásul a hagyományos típusúakat, amik benne voltak a brief-ben kötelező elemként is – ez nem minősül széles arzenálnak. - A sajtóesemény alapjául szolgáló premier előtti vetítés nem tűnik ki sem ötletességével, sem az egyediségével a sajtóesemények sorából, hiszen egy olyan típusú eseményről beszélünk, amire a sajtó képviselői havonta egyszer-kétszer biztosan meghívást kapnak. Ezért ez az ötlet sablonos. Az esemény további részei, az ebéd és a beszélgetés koncepciója ötletes. - Az egyéb kreatív javaslatok nem a kampányjavaslatban szerepelnek ugyan, de figyelembe vettük, formai hiányosságként tekintve, viszont ezek közül a flashmob és a vírusvideó tekinthető nem öncélúnak és ötletesnek. A sajtó képviselőivel készített kisfilm öncélú, nincs hatása sem a sajtóra sem a fogyasztókra 	<ul style="list-style-type: none"> - A kampányjavaslatban és a sajtóesemény kapcsán is javasol egyedi és kreatív ötleteket, eszközöket (a sajtó képviselői egy taxiban utaznak egy műsorvezetővel, és az ott készült interjút GoPro kamerával rögzítik, ami utána felhasználható az újságíró által exkluzív interjú gyanánt vagy az újságírók kipróbálhatják magukat műsorvezetői szerepben). Emiatt különösen ötletesnek és egyedinek tekinthető a javaslat, amiben minden elem felhasználható az újságíró által a fogyasztók elérése vagy az újságíró saját meggyőződésének, pozitív hozzáállásának erősítése céljából. - A lehető legszélesebb arzenált vonultatja fel a PR eszközökből (13 darab, szemben a Perfektum 5 eszközjavaslatával) és összehangolni javasolja a marketing stratégiával - Az átfogó ötletet több eszközre is át tudja ültetni üzenetre és célcsoportra szabottan
<p>1.3 Íráskészség (sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazása, strukturáltsága)</p> <p><u>A kampányhoz kapcsolódó sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazásának és strukturáltságának értékelése</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - A sajtóközlemény és a háttéranyag szakmai nyelvezetének, 	<ul style="list-style-type: none"> - A sajtóközlemény ugyan szakmai nyelvezetet használ, érthetően adja át az üzenetet, de nem gördülékeny, hanem inkább egy corporate közlemény stílusában fogalmazták meg, mintsem egy lifestyle és bulvár lapokat is célzó műsorkommunikációs közlemény stílusában. - A háttéranyag ugyancsak 	<ul style="list-style-type: none"> - A sajtóközlemény megfelelő szakmai nyelvezetet használ és eközben gördülékeny stílusú is, valamint átláthatóságát segítik a legújabb trendeknek megfelelő hashtag-ek használata kiemelve a fontos neveket, üzeneteket, megkönnyítve azok átadását. - A háttéranyag olyan nyelvezettel készült, amely alkalmas az interjúalany megsegítésére, külön

<p><i>gördülékenységének és érthetőségének értékelése</i></p> <p><i>- A sajtóközlemény és a háttéranyag felépítése, átláthatósága, az üzenetek átadására való megfelelése</i></p> <p><i>A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amely megfelelő szakkifejezéseket használva, gördülékeny nyelvezettel és mondatszerkesztéssel, valamint világosan megfogalmazva, érthetően adja át a kampány főbb üzeneteit, átlátható struktúrában összeállítva.</i></p>	<p>szakmai nyelvezetet használ, de túlzó módon, hiszen egy szórakoztató műsor műsorvezetője nem ilyen száraz kifejezéseket használ, így kevésbé alkalmas az üzenetek átadására.</p> <p>- A háttéranyag nagyon hosszú és ezért átláthatatlan, nem emelkednek ki az üzenetek, így kevésbé segíti a nyilatkozó műsorvezetőt.</p>	<p>olyan címet is kapott, amelyet a műsorvezető és az újságíró is jól tud használni.</p> <p>- Megfelelő hosszúságú a háttéranyag, és javaslatokat ad arra a műsorvezetőnek személyes hangvételével és olyan nyelvezettel megfogalmazva, ami megfelel az interjú adó imidzsének is és a sajtó orgánium stílusának is.</p>
---	---	--

A **kérelmező** 2016. július 25-én nyújtotta be a jogorvoslati kérelmét a Döntőbizottsághoz, amelyben jogsértés megállapítását kérte az alábbiakra tekintettel.

1. A kérelmező ajánlatának értékelése tekintetében az alábbiakat vitatta:
Az ajánlatkérő előírta, hogy az ajánlattevőknek ajánlataikhoz szakmai ajánlatot kell csatolniuk, melynek értékelése a dokumentáció 5. oldalán, az eljárást megindító felhívás 11. pontjában, valamint a dokumentáció 21. oldalán, a 4.2 pontban meghatározottak szerint kíván értékelni.

1.1 A PR stratégia szakmai megalapozottságának (átfogó szemléletmód, PR eszköztár megfelelő használata) értékelése
Az objektív értékelés alapja az, hogy az ajánlatkérő a dokumentációban előre meghatározott szempontrendszer mentén, attól el nem térve értékeli a beérkezett ajánlatokat. A szöveges indoklásban ajánlatkérő nem tér ki arra, hogy mit ért „átfogó szemléletmód” alatt, és arra sem, hogy ajánlatunk miért nem felel meg az „átfogó szemléletmód” követelményeinek.

Értékelési szempont	Kérelmező álláspontja
<p>"Teljes körűen és összehangoltan mutatja be a használni javasolt PR eszközök és médiumok erősségeit és gyengeségeit..."</p>	<p>Az ajánlat 64. oldalától kezdődően részletesen kifejtésre kerülnek a PR eszközök tulajdonságai, ezen belül pedig előnyös és hátrányos tulajdonságaik is.</p>
<p>"... és a briefben megfogalmazott céloknak megfelelő stratégiát javasol, ami számadatokkal alátámaszthatóan összhangban áll a fogyasztói- és</p>	<p>Az ajánlat 62-67 oldalai tartalmazzák a briefben megfogalmazott célok teljesülését biztosító stratégia és kampányterv részleteit.</p>

média trendekkel."	
" A kidolgozott anyagban tehát ajánlattevőnek be kell mutatnia és indokolnia kell, hogy hogyan és mivel épít a kommunikációs célok elérésére, és mutatószámokkal, benchmarkokkal alátámasztania, hogy ez mennyire áll összhangban a média- és fogyasztói trendekkel."	Az ajánlat 64. oldala tartalmazza a PR stratégiát megvalósító javasolt kampányeszközök részleteit.
A pályázónak részletesen le kell vezetnie a PR stratégia megalapozottságát (ehhez használnia kell a célcsoport elemzését, a szociodemográfiai, a médiahasználati és affinitási vizsgálatait, kutatási adatait).	A PR stratégia megalapozottságát az ajánlat 62. oldalától kezdve fejtjük ki részletesen.
Fontos, hogy részletesen magyarázza a stratégiai elemek, taktikai eszközökre történő átültetését.	Az ajánlat 62. oldalától kezdve kerül sor először a stratégiai elemek ismertetésére, majd a 64. oldaltól a javasolt eszközök bemutatására, melyek mindegyikénél utalunk a stratégiában megfogalmazott célok elérésének lebontására (üzenetek eljuttatásának megvalósulása, a stratégiai céloknak való megfelelés).

Az ajánlatkérő az összegezésben nem ad definíciót arra sem, hogy mely „marketingkommunikációs stratégiához” kellett volna kapcsolódnia a szakmai ajánlatban kidolgozott PR stratégiának, és az értékelési szempontok között egyébiránt sem tesz említést sehol sem „marketingkommunikációs stratégiához” való illeszkedésről.

A fentiek alapján az ajánlatkérő megsértette a Kbt. 50. § (2) bekezdés 1) pontját, valamint a 69. § (3) bekezdését, mivel olyan szempontok szerint értékelte a beérkezett ajánlatokat - saját, előre nem definiált, utólag meghatározott módon -, melyeket nem szerepeltetett sem a eljárást megindító felhívásban, sem pedig a dokumentáció egyéb szakaszaiban, így azok valójában nem is minősülhettek volna értékelési szempontnak.

A dokumentációban előre megadott szempontrendszernek a kérelmező szakmai ajánlata maradéktalanul megfelel.

A kérelmező amiatt vitatta az ajánlatkérő értékelésének jogszerűségét, mert előzetesen nem ezeket az értékelési szempontokat írta elő. A hatályos szabályozás szerint is az ajánlatokat az előre meghatározott értékelési szempontok szerint kell értékelni. Az ajánlatkérő nem a megadott értékelési

részszempontok mentén, hanem „vállaltan a szakma evidens szabályai, gyakorlata, elvei szerint járt el.”

Az ajánlatkérő azon állítása, mely szerint „a PR stratégia magában nem állja meg a helyét a marketingkommunikációs stratégia nélkül”, nem igaz, ezt az ajánlatkérő sem támasztotta alá, csupán mint „szakmai meggyőződés” hivatkozott rá, továbbá nem kérte marketingstratégia kidolgozását a szakmai ajánlatban.

Az ajánlatkérő nem kérte a marketingstratégiát, és nem is adta meg, ennek megfelelően a kérelmező ajánlatában nem szerepel a marketingstratégiához való illeszkedés.

Objektív értékelés esetén, konkrét előírás hiányában a szakmai ajánlatot nem lehet negatívabban megítélni.

1.2 A kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége

Az ajánlatkérő a közbeszerzési eljárás dokumentumaiban nem rögzítette, hogy mit tekint sablonosnak, illetve kevésbé sablonosnak, öncélúnak, illetve célnak megfelelő megoldásnak.

Az ajánlatkérő továbbá nem határozta meg, hogy a kérelmező ajánlata mennyivel és miben nyújt kisebb „arzenált” a PR eszközökből; hogy mennyiben „öncélúbb” vagy kevésbé „különleges, sajátos nézőpontból világítja meg és adja át a kampány üzenetét”; hogy mennyivel vagy miben „sablonosabb”, „szokványosabb” és mennyiben használ a „célnak megfelelő megoldásokat/eszközöket”, mint a nyertes ajánlattevő ajánlata. „kissé sablonos”.

Az ajánlatkérő nem vett figyelembe a szakmai ajánlatban szereplő több kreatív ötletet sem, például a 8 perc kultúra elnevezésű flashmob ötletét. A premier előtti vetítés csak egy eleme a sajtóeseménynek, tehát az a legkevésbé sem sablonos.

A kérelmező szakmai ajánlata olyan elemeket tartalmaz, melyek a kiírásnak megfelelnek és hatékonyan tudják megvalósítani a kívánt célokat.

1.3. Íráskészség (sajtóközlemény és háttéranyag megfogalmazása, strukturáltsága)

Az ajánlatkérő objektív indokkal nem támasztotta alá azt, hogy a kérelmező íráskészsége „nem kellőképpen személyes, gördülékeny, kissé száraz”. Nem volt olyan előírás, mely szerint „személyességet sugalló műsorvezetőktől/arcoktól származó idézeteket” kell az anyagban elhelyezni, így olyan szempont szerint történt az értékelés, mely előre nem volt meghatározva.

A sajtóközleményt a briefben megadott információk alapján kellett elkészíteni, és nem a fantázia alapján kellett kitalált idézeteket, kitalált tartalommal megírni.

Az ajánlatkérő tévesen, utólag meghatározott, szubjektív szempontok szerint értékelte a kérelmező ajánlatát, mellyel megsértette a Kbt. 69. § (3) bekezdését. A kérelmező jogszerű és objektív, előre közölt szempontok szerinti értékelés esetén a Kbt. 77. § (4) bekezdés alapján az eljárás nyertes ajánlattevője lett volna.

2. A nyertes ajánlattevő ajánlatának értékelésével kapcsolatos jogsértés

A nyertes ajánlatban egyáltalán nem szerepelnek iparági kutatások, az ajánlat nem támasztja alá számadatokkal azt, hogy a benne ismertetett stratégia mennyire áll összhangban a fogyasztói- és média trendekkel, sőt ez utóbbiak ismertetésére egyáltalán nem is tér ki. A nyertes ajánlat nem tartalmaz mutatószámokat, benchmarkokat, célcsoport elemzést, médiahasználati és affinitási vizsgálatokat, kutatási adatokat, nem elemzi a célcsoportok szociodemográfiai összetételét, és médiahasználati szokásait. A nyertes ajánlat nem tartalmaz iparági kutatásokat sem (értelemszerűen így forrásmegjelölést sem), és nem ismerteti azt sem, hogy a stratégia végrehajtása milyen összesített elérést produkálna a célcsoportok körében.

Az egyetlen kutatás, amelyet a szakmai ajánlat megemlít, egy „minikutatás”, amely nem reprezentatív, így ez nem is releváns.

A fentiek hiánya alapján a nyertes ajánlatot az ajánlatkérő részrehajlóan túlértékelte, az objektív elbírálás esetén nem kaphatta volna meg a részére kiszabott pontszámot.

3.

A nyertes ajánlatban szereplő sajtóközlemény-tervezet értékelése nem objektív, mivel azt nem jellemzi „gördülékeny nyelvezet”, illetve a „világos, érthető megfogalmazás”. A sajtóközlemény struktúrája nem átlátható, keverednek benne az idézetek és a szöveg.

Az ajánlatkérő tévesen, részrehajló végeredménnyel értékelte a nyertes ajánlattevő ajánlatát, mellyel megsértette a Kbt. 69. § (3) bekezdését. A kérelmező jogszerű és objektív, előre közölt szempontok szerinti értékelés esetén a Kbt. 77. § (4) bekezdés alapján az eljárás nyertes ajánlattevője.

4.

A nyertes ajánlattevő hiánypótlási felhívásra csatolt nyilatkozata szerint nem vesz igénybe alvállalkozót, illetve kapacitást nyújtó szervezetet, ígykérdés, hogy az alkalmassági feltételek teljesítésére bevont két külső erőforrást (kapacitást) milyen jogviszony alapján veszi igénybe a nyertes ajánlattevő.

Két releváns alkalmassági feltétel közül az ajánlattevő nyilatkozatai alapján Cs. K. Zs. teljesíti a „az utóbbi 5 évben legalább 3 db televízió/rádiós csatornához, műsorokhoz vagy televíziós/rádiós műsorvezetőkhez kapcsolódó vagy a bevonásukkal megvalósított PR kampány kidolgozásában és megvalósításában

részt vevő szakember” kritériumot, míg Sz. R., az utóbbi 3 évben legalább 2 db televízió/rádiós csatornához, műsorokhoz vagy televíziós/rádiós műsorvezetőkhez kapcsolódó vagy a bevonásukkal megvalósított PR kampány kidolgozásában és megvalósításában részt vevő szakember” kritériumot. A két szakember egyike sem alkalmazottja a nyertes ajánlattevőnek, amelyet alátámaszt az ajánlatban elhelyezett életrajzuk.

Az ajánlatkérő 2016. június 14-én megküldött hiánypótlási felhívásában kifejezetten megjelölte azon hiányosságot, hogy e két személy nem az ajánlattevő alkalmazottja, ezért vagy az életrajz módosítása szükséges vagy pedig az alvállalkozókra és kapacitást nyújtó szervezetek megjelölésére szolgáló nemleges tartalmú nyilatkozat módosítása, s ez utóbbi esetben a kapcsolódó iratok (alírási címpéldány, előszerződés) megküldése.

A nyertes ajánlattevő a hiánypótlási felhívásra beadott dokumentum 25. oldalán csatolt egy nyilatkozatot, amelyben csak a nyertes ajánlattevő nyilatkozott arról, hogy a megnevezett szakemberek nyertesség esetén a nyertes ajánlattevő foglalkoztatottjai lesznek.

Az olyan szakemberek tekintetében, amelyek az ajánlattételkor más gazdasági szereplő alkalmazásában állnak, kiforrott joggyakorlat jellemző. A D.547/17/2013., a D.642/14/2012., a D.635/14/2012., a D.518/17/2012. a D.917/17/2011. és D.270/17/2011. határozatok, valamint a Közbeszerzési Szemle 2014. évi 3. szám 34-35. oldala alapján egy ajánlattevő saját kapacitásként, saját erőforrásként úgy jogosult bemutatni azon szakembereket, akik az ajánlattételkor nem munkavállalói, hogy kétoldalú nyilatkozatot csatol, amely alapján e személy és az ajánlattevő vállalja, hogy az ajánlat nyertessége esetén a Munka törvénykönyve alapján kerül foglalkoztatásra a természetes személy.

A nyertes ajánlattevő nem írhatja felül egyoldalúan egy az ajánlatába megjelölt természetes személy nyilatkozatát (saját kezűleg aláírt szakmai önéletrajz), illetve nem nyilatkozhat helyette arról, hogy jelenlegi jogviszonyától elvonatkoztatva a jövőben hol kíván munkát vállalni.

Mindenféleképpen szükséges a kétoldalú, azaz a jövőbeni munkáltató és a természetes személy egybehangzó nyilatkozata arról, hogy nyertesség esetén egymással munkaviszonyt létesítenek. Ennek hiányában az ajánlattevő nem mutathatja be a magánszemélyt jövőbeni munkavállalójaként, ugyanis a munkavállalás és bármilyen munkavégzésre irányuló jogviszony egy kétoldalú szerződésen alapuló jogviszony, jogszabályban meghatározott alaki és tartalmi feltételekkel (Munka törvénykönyve, Ptk.). Az ajánlatban a két érintett személyt illetően csak egy rendelkezésre állási nyilatkozat van, amely nem rögzít jogviszonnyal kapcsolatos körülményeket, s az aláírt önéletrajzok állnak rendelkezésre, amelyek viszont azt rögzítik, hogy e természetes személyek jelenleg nem munkavállalói az ajánlattevőnek, s jövőre vonatkozó nyilatkozati tartalommal nem bírnak.

A foglalkoztatott kifejezés nem jogi kategória, abból nem tudható, hogy a bevonás idénymunkáról, alkalmi munkáról, megbízási szerződéses jogviszonyról, vagy munka törvénykönyve szerinti alkalmazotti státuszról szól-e.

A Kbt. 71. § (6) bekezdése tiltja, hogy korábban megjelölt hiány pótlásának elmaradása esetén újabb hiánypótlás legyen előírható. Az ajánlatkérő kifejezetten e körülményt illetően tartott hiánypótlást, így a Kbt. 71. § (6) bekezdés tilalma alapján, a Kbt. 73. § (1) bekezdés e) pontjára tekintettel ajánlatkérő megsértette a Kbt. 69. § (2) bekezdését azzal, hogy nem állapította meg a nyertes ajánlattevő ajánlatának érvénytelenségét.

5.

A nyertes ajánlattevő kisvállalkozásként sorolta be magát az ajánlat 127. oldalán csatolt nyilatkozata szerint. Tekintettel arra, hogy a Kft. összes foglalkoztatott létszáma 10 főnél kevesebb (konkrétan 8 fő), és éves nettó árbevétele vagy mérlegfőösszege egyetlen egy évben sem érte el a 2 millió eurónak megfelelő forintösszeget, így a 2004. évi XXXIV. tv. 3. § alapján a KKV kategórián belül mikrovállalkozásnak minősül. Az ajánlatkérő elmulasztotta hiánypótlási felhívás vagy felvilágosítás kérés kibocsátását, megsértve ezzel a Kbt. 71. § (1) bekezdését.

Az **ajánlatkérő** érdemi nyilatkozatában az alaptalan jogorvoslati kérelem elutasítását indítványozta.

Az ajánlatkérő a vitarendezési eljárás során adott válaszában foglaltakat változatlanul fenntartotta, azt az alábbiakkal egészítette ki.

1.1.

Az ajánlatkérő alapvető elvárása, hogy az ajánlattevők szakmai ajánlatukban térjenek ki, nevezzenek meg a szükséges és indokolt alapvető szakmai elemeket, kapcsolódásokat, amelyek magát a szakmai anyagot, az ajánlatot adják. Ezzel szemben a kérelmező szerint az ajánlatkérő akkor járt volna el jogszerűen, ha előre rögzíti, mely tartalmaknak kell megjelennie az ajánlatban. A kérelmező szerint a szóban forgó elemek olyan viszonyítási pontok, amelyekhez mérten lehetséges a bemutatott szakmai ajánlat értékelése. Az ajánlatkérő azonban nem az e körben említetteket tekintette viszonyítási pontnak, nem volt kötelező elvárása, hogy ezekről szóljon a szakmai ajánlat, viszont olyan alapvető szintű szakmai tartalomnak tekintette, amelyeknek egy színvonalas anyagban illik megjelennie, ellenkező esetben alacsonyabb szintű értékelést kell adnia (de az adott elem hiánya nem eredményezhet érvénytelenséget, tekintettel arra, hogy nem volt kötelező annak szerepeltetése). Ilyen értelemben nem kellett az ajánlatkérőnek megmondania, hogy milyen „pozitív” tartalmat szükséges a szakmai ajánlatban bemutatni, másképpen fogalmazva, az ajánlatkérő nem

mondhatta meg előre, hogy az ajánlattevőknek milyen tartalmú szakmai ajánlatot kell tenniük.

Marketingstratégia kidolgozását az ajánlatkérő valóban nem várta el, viszont azt nem is hiányolta. Az értékelés csupán a marketingkommunikációs stratégiához való kapcsolódást illető javaslatokat hiányolta, nem magát a stratégia benyújtását. Az ajánlatkérő azt hiányolta, hogy a kérelmező említést sem tett a kapcsolódásról, amely egyértelműen szakmai hiányosság, nem eredményez érvénytelenséget.

A részszerzőpont címzése (átfogó szemléletmód) és az értékelés megadott grádicsei is komplexitást vártak el az ajánlattevőktől.

Az ajánlatkérő tárgyalási nyilatkozatában hangsúlyozta, hogy a marketing szakirodalom alapján egyértelműen kijelenthető, hogy olyan alapvető szakmai evidenciáról van szó ennek az összefüggésnek a hiánya tekintetében, amely a marketing területén jártas valamennyi szakember által kétségtelenül ismert és elfogadott. Hangsúlyozta az ajánlatkérő azt is, hogy nem nélkülözhető a marketing kommunikációs stratégia ismertetése a szakmai anyagban. Az ajánlat érvényességét nem érinti, de nyilvánvaló, hogy ilyen hiányosság az ajánlatot hátrébb sorolja az értékelés során és megnyilvánul az értékelésben.

1.2.

Az ajánlatkérő a kérelmező által hivatkozott ötleteket figyelembe vette és kifejezetten pozitívan értékelte is.

Az ajánlatkérő szóbeli nyilatkozatában előadta, a bírálati részszerzőpont előírása, a „kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége” volt a meghatározott ajánlatkérői elvárás. Ennek ellentéte a sablonos kifejezés, amelyet alkalmazott a kérelmező ajánlatának értékelése során, tehát az ajánlatkérői előírás és elvárás volt olyan, amelyre tekintettel használt ilyen kifejezést az ajánlatkérő. Felhívta a figyelmet arra is az ajánlatkérő, hogy a Kbt. 45. § (2) bekezdése alapján megadott összehasonlításban tovább részletezte az értékelésben megfogalmazottakat. Mivel kreativitást és egyediséget kért az ajánlatkérő, nyilvánvaló, hogy ez olyan bírálati részszerzőpont, amely matematikai képlettel nem írható le, nem határolható körül egészen egzakt módon.

1.3.

Az összegezésben megfogalmazottak szerint az értékelés során a hangsúly az üzenetek megfelelő átadásán volt, amelyhez a kulcs a személyesség, amit talán idézetekkel lehet leginkább szemléltetni, hiszen a jelen értékelési részszerzőpont lényege a kommunikációs készség megragadása figyelemmel a beszerzés tárgyára. E készség magas szintű bizonyítására aligha alkalmas a megadott brief fordulatainak ismételtetése. Az ajánlatkérő a gördülékenységet bármilyen formában nagyra értékelte (volna), de nem értékelhetett sokra olyan

teljesítményt, amelyben az egyedi, a saját, önálló teljesítmény lényegileg nem jelent meg, a kiírás másolása nem eredményezhet maximális értékelést.

2.

Az ajánlatkérő az összegezésben kifejtetett szakmai értékelésben nem tulajdonított olyan szakmai tartalmat a nyertes ajánlattevőnek, amely annak ajánlatában nem jelent meg. Az értékelést az ajánlatkérőnek a kívánatos adatok, eredmények hiánya mellett kellett elvégeznie, és nem volt részrehajló, az adatok, eredmények hiányát azonosan vette/nem vette figyelembe az egyes ajánlattevőknél. Erre az ajánlatkérőnek lehetősége volt, a kérelmező által felsoroltak csak a kívánatos pozitívumok között szerepeltek, hiányuk nem eredményezhetett érvénytelenséget.

3.

A nyertes ajánlat e vonatkozásban valóságos szakmai anyagot tartalmaz, nem az ajánlatkérő fordulatainak másolását. Ez pedig olyan egyedi szakmai teljesítmény, amely esetében lehetséges az individuális értékelés.

Miután a nyertes ajánlattevő szakmai ajánlata esik legközelebb az ajánlatkérő elvárásához, így itt az elsőse azzal együtt sem vonható kétségbe, hogy esetlegesen fogalmazódhatnak-e meg jogos kritikai észrevételek a részszempont tekintetében benyújtott anyag tekintetében. Előbbiekén túl a beszerzés tárgya a bulvár és lifestyle nyelvezetét igényli, amely mindig felváltva használ idézeteket és törzsszöveget, e közegben ettől (is) lesz gördülékeny a nyelvezet.

A fentiek tükrében az egyes mondatok kapcsán előadottak kifogások szubjektívek, súlytalanok abban az értelemben, hogy nem képesek lerontani, megkérdőjelezni a kialakított szakmai értékelés megállapításait, az ajánlatok sorrendjét.

4.

Az eljárást megindító felhívás és a Kbt. sem várja el a kérelmező által hiányolt kétoldalú nyilatkozatot, annak követelésére nem is lett volna az ajánlatkérőnek jogszerű lehetősége. A citált joggyakorlat több évvel korábbi, más jogszabályi környezetben született és nem lehet hivatkozási alap nem precedensre épülő jogrendszerben.

A foglalkoztatott fogalom a közfelfogás által pontosan ismert, általánosan elfogadott tartalma az alkalmazotti státusz, továbbá a jogrendszerben ismert és használt kifejezés. Valós jogi kategóriáról van szó, a nyertes ajánlattevő jogszerűen alkalmazhatta annak fogalmát.

A kérelmező által kifogásolt nyilatkozatra a Kbt. nem fogalmaz meg előírást, ugyanakkor a kapacitást nyújtó szervezetek esetében rendelkezik egyértelműen a Kbt. arról, hogy kétoldalú nyilatkozatot kell csatolni. A szakemberek jövőbeli alkalmazása esetén ilyen követelményt nem fogalmaz meg a törvény. A rendelkezésre álló nyilatkozatokból, illetve a nyertes ajánlattevő ajánlatában

foglalt dokumentumokból az ajánlatkérő számára egyértelműen megállapítható volt, hogy a szerződés teljesítése során a szakemberek rendelkezésre fognak állni és jogviszonyt fognak létesíteni a nyertes ajánlattevővel a tárgyi szerződés megvalósítására vonatkozóan.

5.

Az ajánlatkérő álláspontja szerint a kkv státusz körében nincs ellenőrzési kötelezettsége. A kérelmező nem tárta fel, honnan kellett volna az ajánlatkérőnek érzékelnie a helytelen adatot, az adatszolgáltatás egyértelmű volt, nem volt hibás vagy hiányos, tehát hiánypótlási felhívásra vagy felvilágosítás kérésre nem volt törvényes lehetőség, továbbá kérdéses, hogy amennyiben helytelen is lenne a kategória megjelölés, úgy az eredményezhetné-e önmagában az ajánlat érvénytelenségét.

Az *egyéb érdekelt* a Döntőbizottság felhívására becsatolta az ajánlat beadásának havában, 2016. április 1. és április 30. között, a NAV részére benyújtott havi bevallását, amely szerint 15 fő a bevallással érintett magánszemélyek száma.

A *Döntőbizottság* először az eljárásjogi feltételek fennállását vizsgálta meg az 5. kérelmi elem tekintetében és a következőket állapította meg.

Az 5. kérelmi elemben a kérelmező kifogásolta, hogy a nyertes ajánlattevő a 2004. évi XXXIV. tv. 3. § szerint kisvállalkozásként sorolta be magát, noha a kérelmező szerint mikrovállalkozásnak minősül.

A Döntőbizottság megállapította, hogy az ajánlatkérő jelen közbeszerzési eljárását 2016. március 24-én indította, így e jogorvoslati eljárásra a Kbt. ezen a napján hatályos rendelkezéseit kell alkalmazni az alábbiak figyelembevételével.

A Döntőbizottság a következő Kbt. és a jelen jogorvoslati eljárás szempontjából releváns jogszabályi rendelkezések figyelembevételével vizsgálta meg a kérelmező ügyfélképességének fennállását.

A Kbt. 2. § (7) bekezdés első fordulata alapján, e törvény szabályaitól csak annyiban lehet eltérni, amennyiben e törvény az eltérést kifejezetten megengedi. A Kbt. 148. § (2) bekezdés szerint kérelmet nyújthat be az ajánlatkérő, az ajánlattevő, közös ajánlattétel esetén bármelyik ajánlattevő, a részvételre jelentkező, közös részvételi jelentkezés esetén bármelyik részvételre jelentkező vagy az egyéb érdekelt, akinek jogát vagy jogos érdekét az e törvénybe ütköző tevékenység vagy mulasztás sérti vagy veszélyezteti. Az ajánlati, ajánlattételi vagy részvételi felhívás, a közbeszerzési dokumentumok, illetve ezek módosításának, valamint a 113. § (1) bekezdése szerinti tájékoztatás jogsértő volta miatt kérelmet nyújthat be a közbeszerzés tárgyával összefüggő

tevékenységű kamara vagy érdek-képviselői szervezet is. (E bekezdésben foglaltak a továbbiakban együtt: kérelmező.)

A 89/665/EGK és a 92/13/EGK tanácsi irányelvnek a közbeszerzési szerződések odaítélésére vonatkozó jogorvoslati eljárások hatékonyságának javítása tekintetében történő módosításáról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 2007/66/EK irányelv 1. cikkének 3. pontja rendelkezik arról, hogy a jogorvoslati eljárás igénybevételét legalább azon személyek számára lehetővé kell tenni, akiknek érdekében áll vagy állt egy adott szerződés elnyerése, és akiknek az állítólagos jogsértés érdeksérelmet okozott vagy ennek kockázata fennáll.

A Kbt. 66. § (4) bekezdés szerint az ajánlatban, több szakaszból álló eljárásban a részvételi jelentkezésben az ajánlattevőnek vagy részvételre jelentkezőnek az egyéb előírt dokumentumok benyújtása mellett nyilatkoznia kell arról, hogy a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló törvény szerint mikro-, kis- vagy középvállalkozásnak minősül-e.

A Döntőbizottság és a bíróságok egységes gyakorlata szerint azt kell megvizsgálni a jogos érdeksérelmek tekintetében, hogy a kérelmezőnek okoz-e az ajánlatkérő döntése bármilyen érdeksérelmet és az jogos-e.

A Kbt. kógens szabályozásában, a 148. § (2) bekezdésében deklarálja a jogorvoslati kérelem benyújtására jogosultak körét, külön nevesíti az ajánlattevőt. A Kbt. jogorvoslati eljárásra vonatkozó szabályozása az európai uniós irányelvekkel összhangban került megalkotásra. Alapvető követelmény, hogy a közbeszerzési eljárások résztvevői számára biztosított legyen a jogorvoslat lehetősége. A Kbt. indokolása ugyanakkor hangsúlyozza, hogy „nemcsak az egyéb érdekeltnek kell az érdekeltségét bizonyítania, hanem az ajánlattevőként (részvételre jelentkezőként) jogorvoslati kérelmet előterjesztőnek is: az ajánlattevő (részvételre jelentkező) is csak akkor nyújthat be jogorvoslati kérelmet, amennyiben közvetlenül kimutatható valamilyen jog- vagy érdeksérelme a vitatott közbeszerzési eljárással kapcsolatban.”

A Döntőbizottságnak a jogszabályi követelményekre tekintettel vizsgálnia kellett, hogy a kérelmező olyan ajánlattevő, akinek közvetlen, jogos érdeke fűződik az általa megjelölt jogsértés megállapításához.

A kiemelt jogszabályi rendelkezések alapján az ügyfélképesség megállapításához az szükséges, hogy a kérelmező vonatkozásában megállapítható legyen a jogos érdeksérelmek. A Kbt. nem biztosítja általánosságban mindenki számára a jogorvoslati kérelem előterjesztésének jogát. A jogorvoslat az olyan személyek számára elérhető, akiknek érdekében áll valamely szerződés elnyerése, illetve akinek jogát vagy jogos érdekét a vélt jogsértés sérti vagy veszélyezteti.

A jogorvoslati kérelem előterjesztésének joga attól is függ, hogy a kérelmező a közbeszerzési eljárás mely szakaszának mely magatartását kifogásolja.

A Kbt. 148. § (2) bekezdésének kógens szabályozása és az állandósult joggyakorlat a kérelmező tekintetében közvetlenül követeli meg a jogos érdek sérelmét. A jogalkotó nem önmagában érdekeltséget kívánt meg az ügyfélképeségi minősítéshez, hanem olyan érdekeltséget, amely jogosnak minősíthető és ezen jogos érdeksérelemnek közvetlennek kell lennie.

A Kbt. 66. § (4) bekezdése előírja, hogy az ajánlattevőknek az ajánlatukba nyilatkozatot kell csatolni arról, hogy mikro-, kis- vagy középvállalkozásnak minősülnek-e. A Kbt. a nyilatkozat tartalmával kapcsolatban további előírásokat nem tesz, nem állapít meg további kötelezettséget, valamint ahhoz jogkövetkezmény sem fűződik, arra a kérelmező sem hivatkozott.

A kérelmező nem vitatta, hogy a nyertes ajánlattevő becsatolta a Kbt. 66. § (4) bekezdés szerinti nyilatkozatot.

A Döntőbizottság és a bíróságok egységes gyakorlata szerint a kérelmező közvetlen, jogos érdeksérelmét jelenti, amennyiben a vélt jogsértés megalapozottsága esetén lehetősége van a szerződés elnyerésére.

Mindezekből következően kérelmezőnek nem fűződik közvetlen jogos érdeke az 5. jogorvoslati kérelmi elem elbírálásához, ugyanis sem az ő, sem a nyertes ajánlattevő ajánlata érvényességét, értékelését nem befolyásolja. A kérelmező csak abban az esetben kerülhet kedvezőbb helyzetbe, lehet esélye a szerződés elnyerésére, amennyiben a vélt jogsértés megállapítása befolyásolja a helyzetét. Ennek hiányában azonban olyan közvetett érdekeltség valósul meg, amely nem alapozza meg a közvetlen érdeksérelem fennállását.

A Döntőbizottság nem fogadta el a kérelmező azon érvelését, hogy jogos érdeke fűződik ahhoz, hogy azonos mércével bírálja el az ajánlatkérő valamennyi ajánlattevő ajánlatát. A tényállásban foglaltak alapján megállapítható, hogy a kérelmező ajánlata vonatkozásában az ajánlatkérő nem bocsátott ki hiánypótlási felhívást vagy felvilágosításkérést a Kbt. 66. § (4) bekezdés szerint megtett nyilatkozatára. Ebből következően a Kbt. alapelvei között rögzített egyenlő bánásmód követelménye sem alapozza meg a kérelmező közvetlen jogos érdeksérelmét.

A Döntőbizottság a konkrét esetben a közvetlen érdeksérelem fennállását nem látta megvalósulni, mivel a kérelmező jogos érdekét nem befolyásolja a vélt jogsértés.

A Kbt. 145. § (1) bekezdése alapján a Közbeszerzési Döntőbizottság eljárására - e törvény, valamint az e törvény felhatalmazása alapján alkotott

kormányrendelet eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Kbt. 151. § (5) bekezdése szerint, a Közbeszerzési Döntőbizottság a kérelmet - a Ket. 30. §-ában foglaltakon túl - érdemi vizsgálat nélkül öt napon belül végzéssel elutasítja, ha megállapítja, hogy

- a) a kezdeményező a hiánypótlási felhívásnak a meghatározott határidő alatt nem tett eleget, vagy a kérelmét újból hiányosan adta be;
- b) a beszerző a közbeszerzési eljárást megindító hirdetményét, felhívását jogszerűen visszavonta.

A (6) bekezdés alapján a Döntőbizottság a jogorvoslati eljárást akkor is megszünteti, ha a (5) bekezdés alapján a kérelem érdemi vizsgálat nélküli elutasításának lett volna helye, az elutasítási ok azonban az eljárás megindítását követően jutott a Döntőbizottság tudomására.

A Ket. 31. § (1) bekezdés a) pontja szerint a hatóság az eljárást megszünteti, ha a 30. § alapján a kérelem érdemi vizsgálat nélküli elutasításának lett volna helye, az elutasítási ok azonban az eljárás megindítását követően jutott a hatóság tudomására.

A Ket. 30. § f) pontja szerint a hatóság a kérelmet érdemi vizsgálat nélkül, nyolc napon belül elutasítja, ha a kérelem nyilvánvalóan nem az előterjesztésére jogosulttól származik.

A fentiekre figyelemmel a Döntőbizottság a Kbt. 145. § (2) bekezdésében biztosított hatáskörében az 5. jogorvoslati kérelmi elem tekintetében a jogorvoslati eljárást a Kbt. 145. § (1) bekezdése alapján alkalmazandó a Ket. 30. § f) pontjára tekintettel a Ket. 31. § (1) bekezdés a) pontja szerint megszüntette.

A **Döntőbizottság** az 1-4. jogorvoslati kérelmi elemek tekintetében a következőket állapította meg.

1.

A kérelmező az ajánlatában becsatolt mintafeladat értékelése tekintetében hivatkozott arra, hogy az ajánlatkérő az összegezésben megadottak szerint nem az előre megadott bírálati alszemponatok és a dokumentációban megadottak szerint végezte el az értékelést.

A Kbt. 69. § (2)-(3) bekezdései szerint:

(2) Az ajánlatkérő köteles megállapítani, hogy mely ajánlat vagy részvételi jelentkezés érvénytelen, és hogy van-e olyan gazdasági szereplő, akit az eljárásból ki kell zárni. Az ajánlatkérő a bírálat során az alkalmassági

követelmények, a kizáró okok és a 82. § (5) bekezdése szerinti kritériumok előzetes ellenőrzésére köteles az egységes európai közbeszerzési dokumentumba foglalt nyilatkozatot elfogadni, valamint minden egyéb tekintetben a részvételi jelentkezés és az ajánlat megfelelőségét ellenőrizni, szükség szerint a 71-72. § szerinti bírálati cselekményeket elvégezni. Az ajánlatkérő az egységes európai közbeszerzési dokumentum szerinti nyilatkozattal egyidejűleg - több szakaszból álló eljárásban a részvételi szakaszban - ellenőrzi a nyilatkozatban feltüntetett, a (11) bekezdés szerint elérhető adatbázisok adatait is.

(3) A (2) bekezdésben foglaltak alapján megfelelőnek talált ajánlatokat az ajánlatkérő az értékelési szempontok szerint értékeli.

Az ajánlatkérő 1. értékelési részszerpontként határozta meg a mintafeladatra vonatkozó PR stratégia és kampány kidolgozását, amelyhez alszerpontként írta elő a PR stratégia szakmai megalapozottsága, a kampányjavaslat és sajtóesemény kreativitása, egyedisége, valamint az íráskészség értékelését. Az értékelés módszereként rögzítésre került, hogy az értékelést 4 tagú szakmai zsűri fogja végezni. A zsűri közös döntéshozatal keretében a beérkezett szakmai ajánlatokat a megadott szempontok alapján sorba rendezi, valamint szakmai értékelést is fűz a kiosztott helyezéshez. A dokumentáció ismertette a mintafeladattal szembeni elvárásokat, az értékelés menete körében megadta, hogy mit fog a legjobb ajánlatként értékelni.

Az ajánlatkérő eljárást megindító felhívását és dokumentációját a felek jogvesztő határidőn belül nem támadták, így arra beállt az ajánlati kötöttség, annak megfelelően kellett elkészíteni az ajánlatokat, ajánlatkérőnek pedig annak alapján kellett az ajánlatokat elbírálnia. Az elbírálás során teljes körűen kell megvizsgálni az ajánlatok érvényességét, ezen belül azt is, hogy az ajánlatok megfelelnek-e az ajánlatkérő valamennyi előírásának.

A Döntőbizottság a tényállásban foglaltak alapján megállapította, hogy az eljárást megindító dokumentumok között az ajánlatkérő nem rögzítette, hogy mit fog előnyösebben értékelni és mi eredményez kedvezőtlenebb rangsorolást a mintafeladat értékelése során, csupán azt ismertette, hogy mi fog a legjobb anyagnak minősülni. A legjobbnak minősülő anyaggal szemben meghatározott kritériumok nem képezik az ajánlatok rangsorolásának alapját.

A Döntőbizottság az összegezésben foglaltak alapján megállapította, hogy az 1.1. alszerpont, a PR stratégia szakmai megalapozottsága körében az ajánlatkérő szerint „nem tartalmaz javaslatokat a marketingkommunikációs stratégiához való kapcsolódásra” a kérelmező ajánlata. Az 1.3. alszerponthoz tartozóan mondta ki az összegezés, hogy nem tartalmaz idézeteket a kérelmező mintafeladata.

A Döntőbizottság rendelkezésére álló adatok alapján és az ajánlatkérő által sem vitatottan az ajánlatkérő nem írta elő, hogy a mintafeladatnak ki kell térnie a marketingkommunikációs stratégiához való kapcsolódásra, illetve nem követelte meg, hogy idézeteket kell tartalmazni a mintafeladatnak.

Az 1.1. alszempontról vonatkozásában a kérelmező által sem vitatottan nem került meghatározásra a közbeszerzési eljárás megindításakor, hogy mit tekint átfogó szemléletmódnak, az 1.2. alszempontról körében mi a kissé sablonos és mit nem tekint sablonosnak az ajánlatkérő, az 1.3. alszempontról tekintetében mit értékel gördülékenynek, mit száraznak, illetve kissé száraznak.

Az Európai Parlament és a Tanács 2014/24/EU Irányelve (90) bekezdése rendelkezik arról, hogy a szerződéseket olyan objektív szempontok alapján kell odaítélni, amelyek biztosítják az átláthatóságot, a megkülönböztetés mentesség és az egyenlő bánásmód elvének a betartását ezzel garantálva az ajánlatok értékének egymással való objektív összehasonlítását annak meghatározása céljából, hogy – a valódi verseny feltételei mellett – melyik a gazdaságilag legelőnyösebb ajánlat.

Annak érdekében, hogy a szerződések odaítélése során érvényesüljön az egyenlő bánásmód elve, az ajánlatkérő szerveket kötelezni kell arra, hogy biztosítsák az ahhoz szükséges átláthatóságot, hogy valamennyi ajánlattevő ésszerűen tájékozódhasson a szerződés odaítélése során alkalmazott szempontokról és szabályokról. Az ajánlatkérő szerveket ezért kötelezni kell arra, hogy megadják az odaítélési szempontokat és az egyes szempontokhoz rendelt relatív súlyozást.

Az ajánlatkérő álláspontját az összegezés, mint az eljárás eredményét megállapító döntés tartalmazza, ezért a Döntőbizottságnak a jogorvoslati kérelem elbírálása során elsődlegesen az összegezésben foglaltak alapján kellett megvizsgálnia az ajánlatkérő eljárásának jogszerűségét.

A Döntőbizottság megállapította, hogy az összegezésben rögzítettek szerint a kérelmező ajánlatának értékelése során az ajánlatkérő olyan körülményeket értékelt hátrányosan, amelyekről előzetesen nem adott tájékoztatást az ajánlattevők számára. A fentiek szerint a Kbt. alapelveinek érvényesülése érdekében elengedhetetlen garanciális feltétel, hogy az ajánlatkérő által megfogalmazott dokumentumok, a hirdetés és a dokumentáció rendelkezései alapján kerüljön sor a beérkezett, érvényes ajánlatok bírálatára.

A fentiek alapján a Döntőbizottság arra a következtetésre jutott, hogy az ajánlatkérő nem az előre megadott értékelési szempontok alapján végezte el a kérelmező ajánlatának értékelését, amellyel megsértette a 2014/24/EU Irányelvre tekintettel meghatározott Kbt. 69. § (3) bekezdését.

4.

A kérelmező a nyertes ajánlattevő ajánlatában megnevezett két szakember tekintetében vitatta az alkalmassági követelmények teljesülését, mivel álláspontja szerint a kiadott hiánypótlási felhívás ellenére sem állapítható meg a rendelkezésre álló adatok alapján, hogy a szerződés teljesítése során munkavállalóként fognak részt venni a szerződés teljesítésében. A kérelmező szerint egyoldalú nyilatkozat nem alkalmas arra, hogy annak alapján nyertesség esetén a munkaviszony jövőbeni létrejötte megállapítható legyen, nem igazolt, hogy a szakember az ajánlatkérő saját kapacitásaként vesz majd részt a teljesítésben.

A Kbt. 65. § (6)-(7) bekezdései értelmében:

(6) Az előírt alkalmassági követelményeknek a közös ajánlattevők vagy közös részvételre jelentkezők együttesen is megfelelhetnek. Azon követelményeknek, amelyek értelemszerűen kizárólag egyenként vonatkoztathatóak a gazdasági szereplőkre, az együttes megfelelés lehetősége értelmében elegendő, ha közülük egy felel meg.

(7) Az előírt alkalmassági követelményeknek az ajánlattevők vagy részvételre jelentkezők bármely más szervezet vagy személy kapacitására támaszkodva is megfelelhetnek, a közöttük fennálló kapcsolat jogi jellegétől függetlenül. Ebben az esetben meg kell jelölni az ajánlatban, több szakaszból álló eljárásban a részvételi jelentkezésben ezt a szervezetet és az eljárást megindító felhívás vonatkozó pontjának megjelölésével azon alkalmassági követelményt vagy követelményeket, amelynek igazolása érdekében az ajánlattevő vagy részvételre jelentkező ezen szervezet erőforrására vagy arra is támaszkodik. A (8) bekezdésben foglalt eset kivételével csatolni kell az ajánlatban vagy részvételi jelentkezésben a kapacitárait rendelkezésre bocsátó szervezet olyan szerződéses vagy előszerződésben vállalt kötelezettségvállalását tartalmazó okiratot, amely alátámasztja, hogy a szerződés teljesítéséhez szükséges erőforrások rendelkezésre állnak majd a szerződés teljesítésének időtartama alatt.

A Kbt. 71. § (6) bekezdés szerint az ajánlatkérő köteles újabb hiánypótlást elrendelni, ha a korábbi hiánypótlási felhívás(ok)ban nem szereplő hiányt észlelt. Nem köteles az ajánlatkérő újabb hiánypótlást elrendelni, ha a hiánypótlással az ajánlattevő vagy részvételre jelentkező az ajánlatban vagy a részvételi jelentkezésben korábban nem szereplő gazdasági szereplőt von be az eljárásba, és e gazdasági szereplőre tekintettel lenne szükséges az újabb hiánypótlás, feltéve, hogy az eljárást megindító felhívásban feltüntette, hogy ilyen esetben nem - vagy csak az általa meghatározott korlátozással - rendel el újabb hiánypótlást. A korábban megjelölt hiány a későbbi hiánypótlás során már nem pótolható.

A felek által nem volt vitatott, hogy a felhívás 14.a) pontjában meghatározott műszaki, szakmai alkalmassági követelmény teljesülése tekintetében a nyertes

ajánlattevő ajánlatában csatolásra került, a jogorvoslati kérelem által vitatott két szakember rendelkezésre állási nyilatkozata, a szakemberek az ajánlattétel időpontjában nem voltak a nyertes ajánlattevő munkavállalói, továbbá az ajánlatkérő nem jelölte meg sem alvállalkozó, sem kapacitást nyújtó szervezet igénybe vételét a szerződés teljesítése során.

Az ajánlatkérő hiánypótlási felhívást bocsátott ki a két szakember vonatkozásában, mivel az ajánlatban csatolt nyilatkozatok között ellentmondást tapasztalt a tekintetben, hogy a nyertes ajánlattevő a szerződés teljesítése során nem kíván alvállalkozót igénybe venni vagy más gazdálkodó szervezet erőforrásaira támaszkodni, a nevezett szakemberek azonban nem állnak a nyertes gazdasági társaság alkalmazásában.

A nyertes ajánlattevő a hiánypótlási felhívásra megtett nyilatkozatában előadta, hogy a két szakember nyertessége esetén a foglalkoztatottja lesz.

A Döntőbizottság a rendelkezésre álló adatok alapján megállapította, hogy a nyertes ajánlattevő nem nyújtott be olyan dokumentumokat, amelyből megállapítható, hogy nyertessége esetén a megnevezett két szakember munkaviszony keretében a munkavállalója lesz. A szakemberek nyilatkozatai szerint a szerződés teljesítése során a nyertes ajánlattevő rendelkezésére fognak állni, azonban a nyertes ajánlattevő nem tisztázta, hogy konkrétan milyen jogviszony keretében vesznek részt a teljesítésben. A nyertes ajánlattevő nyilatkozata szerint a két szakember a foglalkoztatottja lesz, foglalkoztatásra azonban többféle jogviszony keretében is sor kerülhet és a szakemberek rendelkezésre állási nyilatkozatának együttes értelmezésével sem lehet egyértelműen arra a következtetésre jutni, hogy munkaviszony keretében kívánja a nyertes ajánlattevő a szakértőket foglalkoztatni. A szakember kifejezett megerősítő nyilatkozata hiányában nem fogadható el az ajánlattevő egyoldalú nyilatkozata arról, hogy az ajánlattevő és a szakember nyertesség esetén egymással munkaviszonyt létesít. Ennélfogva nem igazolt az, hogy az ajánlattevő saját kapacitásaként vonja be a szakembereket a teljesítésbe. Ennek hiányában a szakembereket alvállalkozóként vagy kapacitást nyújtó szervezatként kell megjelölni a Kbt. idézett rendelkezései szerint, amely a nyertes ajánlattevő ajánlatában elmaradt.

A tényállásban foglaltak szerint az ajánlatkérő korábban felhívta a nyertes ajánlattevőt a szakemberek teljesítésben történő részvételének tisztázására, ezért a Kbt. 71. § (6) bekezdés értelmében ismételt hiánypótlási felhívásnak nem lehet helye.

A Döntőbizottság mindezek alapján megállapította, hogy az ajánlatkérő jogsértően döntött a nyertes ajánlattevő ajánlatának érvényességéről és

elmulasztotta megállapítani az ajánlat érvénytelenségét a Kbt. 74. § (1) bekezdés e) pontjára tekintettel a Kbt. 63. § (3) bekezdés alapján.

2.-3.

A Döntőbizottság a 2. és 3. jogorvoslati kérelmi elem tekintetében megszüntette a jogorvoslati eljárást, figyelemmel arra, hogy a nyertes ajánlattevő ajánlatának érvénytelensége a fentiek szerint a 4. jogorvoslati kérelmi elem alapján megállapítható és a szakmai ajánlat értékelésére csak érvényes ajánlat vonatkozásában kerülhet sor.

A Döntőbizottság erre tekintettel megállapította, hogy a jogorvoslati eljárás okafogyottá vált és a jogorvoslati eljárást megszüntette.

A Ket. 31. § (1) bekezdés e) pontja alapján a hatóság az eljárást megszünteti, ha az eljárás folytatására okot adó körülmény már nem áll fenn.

A Döntőbizottság fentiekre tekintettel a Kbt. 145. § (2) bekezdésében biztosított hatáskörében a 2-3. jogorvoslati kérelmi elemek tekintetében a jogorvoslati eljárást a Kbt. 145. § (1) bekezdése alapján alkalmazandó a Ket. 30. § f) pontjára tekintettel a Ket. 31. § (1) bekezdés e) pontja szerint megszüntette.

A Döntőbizottság a fenti indokok alapján a Kbt. 145. § (2) bekezdésében meghatározott hatáskörében eljárva a Kbt. 165. § (2) bekezdés d) pontja alapján megállapította, hogy az ajánlatkérő megsértette a rendelkező részben megjelölt jogszabályhelyeket, ezért alkalmazta a Kbt. 165. § (3) bekezdés b) és d) pontja szerinti jogkövetkezményeket és megsemmisítette az ajánlatkérő eljárást lezáró döntését és az azt követően meghozott döntéseit.

A Kbt. 165. § (3)-(5), valamint (11) bekezdései szerint:

(3) Amennyiben a Közbeszerzési Döntőbizottság határozatában jogsértést állapít meg,

b) megsemmisítheti az ajánlatkérőnek a közbeszerzési eljárás során hozott vagy azt lezáró döntését, ha e döntés alapján a szerződést még nem kötötték meg;

d) bírságot szabhat ki a jogsértő szervezettel vagy személlyel, valamint a jogsértésért felelős személlyel vagy a szervezettel jogviszonyban álló, a jogsértésért felelős személlyel és szervezettel szemben.

(4) A (3) bekezdés d) pontja szerinti bírság összege - a (11) bekezdésben foglaltak figyelembevételével - a közbeszerzési eljárás becsült értékének, illetve részajánlattétel esetében a jogorvoslattal érintett rész értékének legfeljebb 10%-a.

(5) Ha a kérelemmel érintett jogsértéssel összefüggésben előzetes vitarendezést kérelmeztek és az ajánlatkérő a jogsértéssel kapcsolatban álláspontját megküldte, de egyéb intézkedést nem tett, ezen jogsértés tekintetében a (3)

bekezdés d) pontja szerinti bírság összege - a (11) bekezdésben foglaltak figyelembevételével - a közbeszerzési eljárás becsült értékének, illetve részajánlattétel esetében a jogorvoslattal érintett rész értékének legfeljebb 15%-a.

(11) A Közbeszerzési Döntőbizottság annak eldöntésében, hogy indokolt-e a bírság kiszabása, valamint a bírság összegének, illetve az eltiltás időtartamának megállapításában az eset összes körülményét - így különösen a jogsértés súlyát, a közbeszerzés tárgyát és értékét, a jogsértésnek a közbeszerzési eljárást lezáró döntésre gyakorolt befolyását, az e törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítását, a jogsértőnek az eljárást segítő együttműködő magatartását, a jogsértés megtörténte és a jogorvoslati eljárás megindítása között eltelt hosszú időtartamot, támogatásból megvalósult beszerzés esetén azt a körülményt, ha a jogsértéshez más szerv eljárásában a támogatás visszafizetésére vonatkozó szankció kapcsolódhat - figyelembe veszi. A bírság összegének és az eltiltás időtartamának megállapításakor figyelembe kell venni azt is, ha a jogsértés nyilvánvalóan szándékos volt.

A Döntőbizottság jelen esetben további jogkövetkezményként a bírság kiszabását indokoltnak tartotta a megvalósult jogsérelem súlyra tekintettel.

A Döntőbizottság a bírság összegének meghatározása során figyelembe vette a közbeszerzés magasabb értékét, a megvalósult jogsérelem jellegét, továbbá azt is, hogy a bekövetkezett jogsértés a Döntőbizottság eljárásával orvosolható. A közbeszerzés értékén túlmenően a Döntőbizottság a bírság kiszabás körében figyelembe vette, hogy az ajánlatkérő súlyos jogsértést követett el azzal, hogy olyan ajánlattevőt hirdetett ki nyertesként, akinek az ajánlata nem volt érvényes, tehát a megvalósult jogsérelem kihatott a közbeszerzési eljárás jogszerű lefolytatására, az eljárás eredményének megállapítására.

Az ajánlatkérő terhére figyelembe vette azt is a Döntőbizottság, hogy az elmúlt évben több jogsértést állapított meg a terhére.

A Döntőbizottság mindezen tényezőket együttesen mérlegelve a bírság összegét 400.000.-Ft-ban állapította meg.

A Kbt. 145. § (1) bekezdése szerint a Közbeszerzési Döntőbizottság eljárására – e törvény, valamint az e törvény felhatalmazása alapján alkotott kormányrendelet eltérő rendelkezése hiányában – a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Döntőbizottság a Kbt. 150. § (1) bekezdése alapján alkalmazandó a Közbeszerzési Döntőbizottság eljárásáért fizetendő igazgatási szolgáltatási díjról szóló 45/2015. (XI. 2.) MvM. rendelet (továbbiakban: MvM. rendelet) 2. § alapján rendelkezett az eljárási költségek viseléséről.

Az MvM. rendelet 2. § (1) bekezdése szerint a Közbizottság az ügy érdemében hozott határozatában a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 158. § (1) bekezdésétől eltérően az eljárási költségekről való döntés keretében az igazgatási szolgáltatási díjról a (2)-(3) bekezdés szerint rendelkezik.

A (2) bekezdés kimondja, hogy amennyiben a jogorvoslati ügyet lezáró érdemi határozatban a Közbizottság a Kbt. 165. § (2) bekezdés c)-f) pontja szerinti döntéseket hoz, a befizetett igazgatási szolgáltatási díj 200 000 forintot meghaladó része a kérelmezőnek a Közbizottság érdemi határozatának megküldését követő 8 napon belül visszajár. Az igazgatási szolgáltatási díj összegéből 200 000 forint ilyenkor is a Közbizottság saját bevétele, amelynek viseléséről a Közbizottság a Ket. szerint az eljárási költségekre vonatkozó általános szabályok szerint rendelkezik.

A Kbt. 151. § (8) bekezdés szerint, ha a Közbizottság a jogorvoslati kérelmet érdemi vizsgálat nélkül elutasítja, vagy a jogorvoslati eljárást a (6) bekezdésben foglalt okból végzéssel megszünteti, az igazgatási szolgáltatási díj a kérelmezőnek visszajár.

A kérelmező 254.875.-Ft igazgatási szolgáltatási díjat fizetett.

A Ket. 153. § szerint eljárási költségek: 1. az eljárási illeték, 2. az igazgatási szolgáltatási díj.

A Ket. 157. § (2) bekezdése szerint az ellenérdekű ügyfelek részvételével folyó eljárásban a hatóság - ha egyes költségek tekintetében jogszabály másként nem rendelkezik - a 153. §-ban meghatározott eljárási költségek viselésére kötelezi

- b) a kérelemnek megfelelő döntés esetén az ellenérdekű ügyfelet,
- c) az eljárás megszüntetése esetén azt az ügyfelet, akinek eljárási cselekménye folytán az eljárási költség felmerült.

A fentiek alapján a Döntőbizottság öt kérelmi elem alapján, melyek közül három kérelmi elem tekintetében a jogorvoslati eljárás megszüntetésre került, a jogsértés megállapítására tekintettel az ajánlatkérőt 200.000-Ft, azaz kétszázezer forint igazgatási szolgáltatási díj kérelmező részére történő megfizetésére kötelezte.

A Döntőbizottság a kérelmező jogorvoslati kérelme 1. és 4. elemét alaposnak ítélte, ezért a Döntőbizottság felhívta a Közbizottság Titkárságát, hogy a kérelmező számára utaljon vissza 54.875-Ft, azaz ötvennégyezer-nyolcszázhetvenöt forint igazgatási szolgáltatási díjat a Korm. rendelet (2) bekezdése alapján.

A határozat nem érdemi (megszüntető) rendelkezése(i) elleni külön jogorvoslat lehetőségét a Kbt. 156. § (1) bekezdése, a határozat érdemi rendelkezése(i) bírósági felülvizsgálatát a Kbt. 157. §-a biztosítja. A Döntőbizottság tájékoztatja a feleket, hogy jelen határozat bírósági felülvizsgálatára - mivel az ajánlatkérő székhelye Budapest területén található - a Pp. 326. § (14) bekezdés b) pontja alapján a Székesfehérvári Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság az illetékes.

A Kbt. 160. § (1) bekezdésében foglaltakra tekintettel hívta fel a Döntőbizottság a felek figyelmét arra, hogy amennyiben nem tárgyaláson kívül kívánják a határozat bírósági felülvizsgálatát, akkor a tárgyalás tartását a keresetlevélben kell kérni.

B u d a p e s t, 2016. szeptember 6.

Dr. Szathmári Réka sk
közbeszerzési biztos

Söpkéz Gusztávné sk
közbeszerzési biztos

Uherné Dr. Laczi Orsolya sk
közbeszerzési biztos

A kiadmány hitelül:

Liszi Barbara

Kapja:

1. Perfektum PR Kft. (1036 Budapest, Perc u. 2.)
2. Har Meron Hungary Kft. (1126 Budapest, Tóth Lőrinc u. 31.)
3. Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap (1037 Budapest, Kunigunda u. 64.)
4. Ken Média Kft. (1025 Budapest, Csatárka u. 82-84.)
5. Well PR Kft. (1126 Budapest, Orbánhegyi út 50.)
6. Person Magyarország Kft. (7400 Kaposvár, Petőfi tér 1.)
7. Poor Consulting Kft. (6724 Szeged, Kossuth Lajos sgt. 72/B.)
8. Planb-Media Kommunikációs Tanácsadó Kft. (1026 Budapest, Nyúl u. 16. I/1.)
9. Közbeszerzési Hatóság Titkársága (Helyben)
10. Irattár