



Szczecin, dnia 21 czerwca 2012 r.

Znak sprawy: WOIRZL.II.272.6.2012.EK

**UCZESTNICZY POSTĘPOWANIA
według rozdzielnika**

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 200.000 euro na Realizację kampanii społecznej dotyczącej pracowników socjalnych w ramach projektu „Profesjonalne kadry - lepsze jutro”.

ZAWIADOMIENIE O WYNIKACH POSTĘPOWANIA

Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego na mocy Uchwały Nr 676/12 z dnia 26 kwietnia 2012 r. zaakceptował rozpoczęcie procedury postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 200.000 euro na Realizację kampanii społecznej dotyczącej pracowników socjalnych w ramach projektu „Profesjonalne kadry - lepsze jutro”.

W odpowiedzi na ogłoszenie o przetargu do dnia 25.05.2012 r. do godz. 10.00 złożono 6 ofert.

Poniżej podaje się nazwy (firmy), siedziby i adresy wykonawców, którzy złożyli oferty:

Oferta	Firma (nazwa) lub nazwisko oraz adres wykonawcy	Cena	Liczba pkt w kryterium cena *50%	Kreacja kampanii	Liczba pkt w kryterium kreacja kampanii *50%	Suma
1	Innovations Sp. z o.o., Al. Ujazdowskie 22/5, 00-478 Warszawa	307 500,00 zł				Oferta odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp
2	LINK PR Elżbieta Koncka ul. Cybernetyki 13/71, 02-677 Warszawa	478 101,00 zł				Oferta odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp
3	Agencja Reklamowa MEDIAPROMOTION Jagińtkowska D., Wysocka N., Sp. J. ul. Panieńska 11, 70-535 Szczecin	375 000,00 zł				Oferta odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp
4	Agencja Reklamowa Anny Turkiewicz Spółka z o.o., ul. Powstańców Wielkopolskich 33, 70-111 Szczecin	475 000,00 zł				Oferta odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp
5	Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., ul. Czerna 8/10, 00-732 Warszawa	276 848,50 zł				Oferta odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp

6	Konsorcjum: Espresso. Hubkiewicz, Piechocki Sp. Jawna, ul. Traugutta 150, 71-314 Szczecin oraz Stowarzyszenie Centrum Wspierania Aktywności Lokalnej CAL, ul. Podwale 13, 00-252 Warszawa	474 416,00 zł	Oferta odrzucona na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp
---	--	---------------	--

UNIEWAŻNIENIE POSTĘPOWANIA

Proponuje się odrzucić 6 ofert Wykonawców na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp. Działając zgodnie z art. 93 ust. 1 pkt 1) ustawy Pzp konieczne jest unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, ponieważ nie złożono żadnej oferty niepodlegającej odrzuceniu.

Wykonawcy, których oferty zostały odrzucone z postępowania:

Oferta nr 1

Innovations Sp. z o.o.

al. Ujazdowskie 22/5

00-478 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne i prawne:

Zgodnie z zapisami załącznika nr 4 do SIWZ - Opis przedmiotu zamówienia oraz załącznika nr 1a do SIWZ - Szczegółowy opis sposobu realizacji przedmiotu zamówienia, Wykonawca zobligowany był m.in. do przedstawienia w złożonej ofercie miejsce realizacji Konferencji inauguracyjnej na terenie miasta Szczecin. Tymczasem Wykonawca zaproponował realizację ww. zadania w Hotel Silver & Gokart Center, Ustowo 54, 70-001 Szczecin, który administracyjnie nie jest położony na terenie miasta Szczecin. Hotel Silver & Gokart Center, zgodnie z wpisem do Krajowego Rejestru Sądowego, administracyjnie położony jest miejscowości Ustowo, gminie Kołbaskowo, powiecie Police. W związku z tym oferta Wykonawcy jest obarczona błędem nie dającym się poprawić w trybie z art. 87 ustawy PZP, a co za tym idzie jej treść nie odpowiada specyfikacji istotnych warunków zamówienia. W tych okolicznościach Zamawiający jest zobligowany do odrzucenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp.

Oferta nr 2

LINK PR Elżbieta Koncka

ul. Cybernetyki 13/71

02-677 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne i prawne:

Wykonawca składający ofertę w postępowaniu był zobowiązany do zaproponowania sposobu realizacji części kulturalno-rozrywkowej podczas Konferencji podsumowującej kampanię połączoną z wojewódzkimi Dniami Pracownika Socjalnego. Zgodnie z zapisem pkt 5.6 załącznika nr 4 do SIWZ: „Do zadań Wykonawcy należy wypełnienie części kulturalno-rozrywkowej, np. koncert, występ kabaretowy, sztuka teatralna (2-2,5 godziny zegarowej) oraz zapewnienie prowadzącego/ych.”.

W złożonej ofercie Wykonawca zaproponował, by część artystyczna trwała 1 godzinę, co wskazuje na zaoferowanie usługi niezgodnej z treścią SIWZ. Zamawiający jest więc zobligowany do odrzucenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp z uwagi na jej niezgodność treścią SIWZ. Niezależnie od przywołanej podstawy odrzucenia przypomina się, że jednym z zadań w ramach realizacji kampanii społecznej była produkcja i emisja reportażu telewizyjnego opisana w załączniku nr 4 do SIWZ.

Wykonawca w przedłożonej ofercie zaproponował produkcję reportażu zgodnie z wymaganiami Zamawiającego stawiając jednocześnie zastrzeżenie które brzmi: „Warunkiem powstania reportażu jest ścisła współpraca z instytucjami pomocy społecznej z województwa zachodniopomorskiego (...)” co może doprowadzić, że Wykonawca nie będzie mógł zrealizować zamówienia. W związku z tym Zamawiający mając na uwadze poprawne wykonane zamówienia, zwraca uwagę iż produkcja i emisja reportażu telewizyjnego jest niezbędna by zrealizować kampanię społeczną zgodnie z SIWZ.

Oferta nr 3

Agencja Reklamowa MEDIAPROMOTION

Jagniątkowska D., Wysocka N., Sp. J.

ul. Panieńska 11

70-535 Szczecin

Uzasadnienie faktyczne i prawne:

Wykonawca składający ofertę w postępowaniu winien w zadaniu pn. Konferencja podsumowująca kampanię połączoną z wojewódzkimi Dniami Pracownika Socjalnego zapewnić wyłącznie realizację części kulturalno-rozrywkowej. Zgodnie z zapisem pkt 5.6 załącznika nr 4 do SIWZ, który brzmiał: „Zamawiający zapewni konferencję treścią merytoryczną. Do zadań Wykonawcy należy wypełnienie części kulturalno-rozrywkowej, np. koncert, występ kabaretowy, sztuka teatralna (2-2,5 godziny zegarowej) oraz zapewnienie prowadzącego/ych”

Złożona przez Wykonawcę oferta przedstawia realizację konferencji podsumowującej kampanię w całym wymiarze czasowym tzn. oprócz części kulturalno-artystycznej Wykonawca rozpiął merytoryczny program konferencji wraz z prelegentami. Tymczasem rola Wykonawcy była określona inaczej, a zaproponowane elementy są zastrzeżone do wyłącznej decyzji Zamawiającego. Konferencja podsumowująca kampanię jest połączona z wojewódzkimi obchodami Dnia Pracownika Socjalnego realizowanego corocznie przez Zamawiającego we współpracy z Urzędem Wojewódzkim. Obchody mają swój stały charakter, dlatego część merytoryczna konferencji podsumowującej została przypisana Zamawiającemu.

W związku z powyższym Zamawiający jest zobligowany do odrzucenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, jako że jej treść nie odpowiada treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Oferta nr 4

Agencja Reklamowa Anny Turkiewicz Spółka z o.o.

ul. Powstańców Wielkopolskich 33

70-111 Szczecin

Uzasadnienie faktyczne i prawne:

Koncepcja Kampanii społecznej dotyczącej pracowników socjalnych zaprezentowana w złożonej ofercie nie spełnia wymogów specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia, celem kampanii ma być wykreowanie pozytywnego wizerunku pracownika socjalnego poprzez poszerzenie wiedzy na temat roli i zadań pracownika socjalnego. Priorytetowe zadanie to ukazanie zawodu pracownika socjalnego, jako zawodu społecznego zaufania. Kampania ma na celu odpowiedź na pytanie kim jest pracownik socjalny, przedstawienie jego zadań, miejsca pracy.

„Koncept bazujący na porównaniu pracownika socjalnego do kultowej postaci popkultury, takiej jak Superman czy Spider-Man” nie buduje wizerunku pracownika socjalnego, jako zawodu społecznego zaufania, przez co koncepcja ta nie jest zgodna z opisem przedmiotu zamówienia. W przeciwieństwie do



wielu zachodnioeuropejskich przepisów, w Polsce nie zdecydowano się na wprowadzenie do systemu prawnego definicji zawodów zaufania społecznego/publicznego, jednakże w praktyce ugruntowało się, iż mianem zawodu zaufania publicznego określa się profesje polegające na wykonywaniu zadań o szczególnym charakterze z punktu widzenia zadań publicznych, troski o realizację interesu publicznego. Podkreśla się, że tego rodzaju zawód charakteryzuje się tym, iż:

- jest wykonywany przez osoby mające kwalifikacje określone w przepisach właściwych dla danego zawodu;
- jest wykonywany w formach określonych w przepisach właściwych dla danego zawodu;
- wiąże się z przynależnością do samorządu zawodowego;
- tworzy szczególną więź zaufania między osobą wykonującą zawód i świadczącą usługi na rzecz klienta a klientem;
- wiąże się z dostępem do informacji dotyczących sfery prywatności osoby fizycznej lub tajemnicy przedsiębiorcy;
- gwarantuje, że informacje uzyskane przez wykonującego zawód stanowią, w zakresie wynikającym z przepisów właściwych dla danego zawodu, tajemnicę zawodową, której ujawnienie może nastąpić jedynie w przypadkach określonych w przepisach ustawowych;
- posiada zasady etyczne jego wykonywania.

Badania TNS OBOP wykazały, że kwalifikacje zawodowe ludzi wykonujących zawody społecznego zaufania są doceniane w różnym stopniu. Najwyżej – w porównaniu z ludźmi innych zawodów – za swe kwalifikacje cenieni są lekarze. Za nim idą adwokaci i nauczyciele, a potem księża i dziennikarze. W przypadku każdej profesji co najmniej trzecia część badanych uważa jej kwalifikacje za lepsze niż kwalifikacje ludzi innych zawodów. Brak standardu, do którego można byłoby odnieść te oceny i powiedzieć, że to dużo lub, że to mało. Tym niemniej można powiedzieć, że w opinii Polaków pod względem kwalifikacji fachowych ludzie zawodów społecznego zaufania wyraźnie wyrastają ponad ogół.

Zawód pracownika socjalnego nie jest postrzegany, jako zawód społecznego zaufania, pomimo tego, że spełnia wszystkie ww. warunki. Przede wszystkim wykonują go osoby, których kwalifikacje są bardzo wysokie i określają je stosowne przepisy: art.116 ustawy z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej (Dz.U. z 2009 r. Nr.175, poz.1362, z późn. zm.), rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 25 stycznia 2008 roku w sprawie specjalności przygotowującej do zawodu pracownika socjalnego realizowane w szkołach wyższych (Dz.U. z 2008 roku Nr 27, poz.158 – data wejścia rozporządzenia w życie – 1 października 2008 r.) Pracownicy socjalni, ze względu na powierzone im zadania publiczne wykonywane w imieniu organów władzy publicznej oraz w imieniu własnym, charakteryzują się również wysokimi kwalifikacjami etycznymi, profesjonalnym przygotowaniem oraz wykonują swój zawód w ramach sformalizowanego systemu nadzoru i awansu zawodowego. Pomimo to, Wykonawca stwierdza: „Każdy (kto chce się poświęcić pracy dla innych) może zostać pracownikiem socjalnym”. Pracownik socjalny nie może być utożsamiany z wolontariuszem, ponieważ różni ich przede wszystkim profesjonalizm działania, w tym wysokie kwalifikacje zawodowe pracowników socjalnych.

Pracownicy socjalni w swojej codziennej pracy zawodowej rozwiązują trudne sytuacje życiowe klientów pomocy społecznej i społeczności lokalnych, podejmują ważne decyzje i biorą za nie odpowiedzialność. Posługują się profesjonalnymi narzędziami pracy socjalnej, a ich zadania są znacznie bardziej skomplikowane niż przeprowadzanie staruszek przez ulicę, a taki wizerunek zaproponował Wykonawca: „Superbohaterowie mogliby na ulicach pomagać osobom starszym, np. przejść przez pasy, przenieść ciężkie torby – czyli takie proste wsparcie, z uśmiechem”. Samorząd Województwa Zachodniopomorskiego od lat wspiera pracowników socjalnych w ich pracy, poprzez organizowanie szkoleń oraz prowadzenie specjalistycznego doradztwa dla kadr pomocy i integracji społecznej. Kolejnym krokiem jest realizacja kampanii społecznej, która ma podkreślić znaczenie zawodu pracownika socjalnego, jako zawodu społecznego zaufania. Zaproponowana koncepcja realizacji kampanii nie tylko nie odpowiada celowi kampanii oraz błędnie przedstawia zadania pracownika socjalnego, ale umniejsza znaczeniu pracy socjalnej. Wykonawca w sposobie realizacji opisał: „W przestrzeni miasta pojawiliby się ludzie przebrani w stroje



superbohaterów (kojarzące się ze strojem Supermana, na tarczy inicjały PS, jak pracownik socjalny)". Zaproponowany wizerunek bohatera komiksu nie ma nic wspólnego z profesjonalizmem, etyką, dyskrecją, zaufaniem. Zamawiający nie oczekiwał reklamy pomocy społecznej, ale wzmocnienia pozytywnego wizerunku pracownika socjalnego, jako zawodu społecznego zaufania.

Pracownik socjalny to zawód, w którego zakresie leży działalność w środowiskach społecznych, gdzie znajdują się jednostki wymagające pomocy w usamodzielnieniu, odzyskaniu lub umocnieniu zdolności do funkcjonowania w społeczeństwie. Swoje czynności opiera on na ustalonej naukowo diagnozie społecznej oraz profesjonalnej pracy socjalnej. Ma on integrować działania wokół rodziny oraz jej środowiska społecznego i lokalnego. Praca socjalna ma na celu pedagogizowanie działań wsparcia oraz stosowanie profilaktyki, której zadaniem jest uzupełnić system polityki społecznej kierowanej do rodziny i osób samotnych.

Koncepcja kampanii świadczy o nieznajomości zagadnień związanych z pracą pracownika socjalnego. Wykonawca powtarza stereotypowe myślenie o pracy w pomocy społecznej: „Można też zorganizować kuchnię polową, gdzie pracownik – superbohater rozdawałby zupę potrzebującym”, które wynika z niewiedzy i leży u podstaw potrzeby organizacji kampanii. Kampania ma być odpowiedzią na niesprawiedliwy niski status zawodowy pracownika socjalnego, utożsamiany z pracą polegającą na rozdawnictwie i przedmiotowej opiece sprawowanej nad ludźmi wykluczonymi społecznie. Wykonawca powielił ten obraz, a w rzeczywistości jest inaczej. Cel kampanii zakłada ukazanie tej prawdziwej rzeczywistości, poprzez poszerzenie wiedzy na temat roli i zadań pracownika socjalnego.

Nadmienić należy, że Wykonawca w złożonej ofercie winien jednoznacznie określić miejsce emisji spotu radiowego, na co wskazuje zapis załącznika nr 1a do SIWZ. Tymczasem w ofercie zaproponowano scenariusz spotu nie wyznaczając miejsca emisji spotu radiowego w stacji/stacjach radiowych obejmujących swoim zasięgiem całe województwo zachodniopomorskie.

W związku z powyższym Zamawiający jest zobligowany do odrzucenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, jako że jej treść nie odpowiada treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Oferta nr 5

Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o.

ul. Czerska 8/10

00-732 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne i prawne:

Wykonawca składający ofertę był zobowiązany do realizacji przedmiotu zamówienia w terminie zgodnym z zapisem pkt 4 załącznika nr 4 do SIWZ, który brzmiał: „Termin realizacji: 10 września 2012 – 23 listopada 2012 r.” oraz § 2 ust. 6 wzoru umowy który brzmiał: „Wykonawca zobowiązany jest do zakończenia wszystkich zadań w ramach kampanii do dnia konferencji podsumowującej kampanię.”

Tymczasem w załączniku nr 1a – ostatnią Emisję spotu Mediaplan TVP Szczecin, wyznaczono na dzień 24 listopada 2012 r. Oznacza to, że zaproponowany termin wykonania zamówienia przekracza termin wyznaczony w SIWZ na realizację kampanii, co obliguje Zamawiającego do odrzucenia oferty Wykonawcy zamówienia na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp, jako że jej treść nie odpowiada treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Oferta nr 6

Konsorcjum:

Espresso. Hubkiewicz, Piechocki Sp. Jawna

ul. Traugutta 150

71-314 Szczecin
oraz
Stowarzyszenie Centrum Wspierania
Aktywności Lokalnej CAL
ul. Podwale 13
00-252 Warszawa

Uzasadnienie faktyczne i prawne:

Wykonawca był zobowiązany do wykazania 1-dniowego terminu Konferencji inauguracyjnej zgodnie z zapisem pkt. 5.1 załącznika nr 4 do SIWZ, który brzmiał: „Termin: 10-14 września 2012 r. Czas trwania konferencji: 1 dzień (...)”.

Tymczasem Wykonawca nie wskazał jednodniowego terminu wykonania ww. zadania, a jedynie wskazał przedział czasowy tj. 11-14 września 2012 r. jako termin realizacji Konferencji inauguracyjnej. Nie można uznać, by tak zaproponowany termin wskazywał na zaplanowanie 1-dniowej konferencji, co obliguje Zamawiającego do odrzućenia oferty Wykonawcy na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2) ustawy Pzp.

Wobec powyższego spełniona jest przesłanka unieważnienia postępowania wskazana w art. 93 ust 1 pkt 1 ustawy Prawo zamówień publicznych.

Unieważnienie postępowania powoduje konieczność przeprowadzenia kolejnego przetargu. W najbliższym czasie zostanie ogłoszone kolejne postępowanie przetargowe. Serdecznie zapraszamy do wzięcia udziału w ponownej procedurze.

CZŁONEK ZARZĄDU

Anna Mateczkowska

Kierownik Zamawiającego

Otrzymują:

1. Innovations Sp. z o.o., Al. Ujazdowskie 22/5, 00-478 Warszawa
2. LINK PR Elżbieta Koncka ul. Cybernetyki 13/71, 02-677 Warszawa
3. Agencja Reklamowa MEDIAPROMOTION Jagniałkowska D., Wysocka N., Sp. J. ul. Panieńska 11, 70-535 Szczecin
4. Agencja Reklamowa Anny Turkiewicz Spółka z o.o., ul. Powstańców Wielkopolskich 33, 70-111 Szczecin
5. Radiowe Doradztwo Reklamowe Sp. z o.o., ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa
6. Konsorcjum: Espresso. Hubkiewicz, Piechocki Sp. Jawna, ul. Traugutta 150, 71-314 Szczecin oraz Stowarzyszenie Centrum Wspierania Aktywności Lokalnej CAL, ul. Podwale 13, 00-252 Warszawa

Proszę o zwrotne potwierdzenie otrzymania niniejszego pisma na nr faksu: 91 44 67 185

Potwierdzam otrzymania stron pisma w dniu 2012 r. o godz.

.....
podpis osoby przyjmującej korespondencję oraz nazwa firmy