

Warszawa, dnia 16.06.2016 r.

IŻŻ-SPPW- 8/2016

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn.: „Opracowanie i realizacja ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-promocyjnej „Czytajmy etykiety” w związku z realizacją Projektu (SPPW) KIK/34 „Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” w ramach Szwajcarsko – Polskiego Programu Współpracy

Działając na podstawie art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2015 r., poz. 2164), Zamawiający przekazuje pytanie wraz z wyjaśnieniami treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Pytanie nr 1

W kryteriach wyboru oferty najkorzystniejszej wskazują Państwo poniżej wskazane elementy.

LP.	KRYTERIUM	RANGA
1.	Jakość strategii mediowej kampanii	45%
2.	Jakość kreacji kampanii	42%
3.	Jakość koncepcji organizacji cyklu 5 konferencji prasowych	3%
4.	Jakość badania skuteczności kampanii	3%
5.	Cena	7%
	RAZEM	100%

Kwestią sporną jest fakt, że zgodnie z obowiązującymi przepisami Zamawiający nie może dla kryterium ceny dać niższej wartości wagowej niż 40%.

Prosimy o weryfikację i modyfikację wskazanych zapisów oceny złożonych ofert i skali wagowej kryteriów, wg których oferty będą punktowane.

Odpowiedź

Zamawiający podtrzymuje zapisy siwz.

Zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 2164) oraz aktami wykonawczymi wydanymi na jej podstawie nie jest określona minimalna wartość wagowa kryterium: cena.

ZASTĘPCA DYREKTORA  
D.S. WDRÓŻEN PROJEKTÓW I ADMINISTRACJI  
Instytut Żywności i Żywienia  
mgr inż. dr med. Aleksandra Szczęgła  
  
mgr Rafał Bartnik