

Sygn. akt: KIO 536/13

WYROK
z dnia 25 marca 2013 r.

Krajowa Izba Odwoławcza - w składzie:

Przewodniczący: Bogdan Artymowicz

Protokolant: Paulina Nowicka

po rozpoznaniu na rozprawie w dniu 21 marca 2013 r. odwołania wniesionego do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej w dniu 8 marca 2013 r. przez **wykonawcę CAM Media S.A., 00-349 Warszawa, ul. Tamka 16 lok. U4**, w postępowaniu prowadzonym przez **Skarb Państwa, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 00-926 Warszawa, ul. Wspólna 2/4**,

przy udziale wykonawcy **Pert Public Relations Sp. z o.o., ul. Olimpijska 9, 02-636 Warszawa** zgłaszającego swoje przystąpienie do postępowania odwoławczego po stronie zamawiającego,

orzeka:

1. oddala odwołanie;
2. kosztami postępowania obciąża **wykonawcę CAM Media S.A., 00-349 Warszawa, ul. Tamka 16 lok. U4** i:
 - 2.1. zalicza w poczet kosztów postępowania odwoławczego kwotę 15 000 zł 00 gr (słownie: piętnaście tysięcy złotych, zero groszy) uiszczoną przez **wykonawcę CAM Media S.A., 00-349 Warszawa, ul. Tamka 16 lok. U4**, tytułem wpisu od odwołania,

Stosownie do art. 198a i 198b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2010 r. 113, poz. 759 ze zm.) na niniejszy wyrok - w terminie 7 dni od dnia jego doręczenia - przysługuje skarga za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej do Sądu Okręgowego w Warszawie.

Przewodniczący:

Uzasadnienie

Zamawiający, Skarb Państwa – Ministerstwo Rozwoju Regionalnego prowadzi postępowanie, którego przedmiotem jest zorganizowanie wydarzeń promujących Fundusze Europejskie oraz przeprowadzenie konkursu wiedzy na temat Funduszy Europejskich dla młodzieży ponadgimnazjalnej.

Pismem z dnia 27 lutego 2013 r., zamawiający poinformował o wyborze oferty wskazując, jako najkorzystniejszą ofertę wykonawcy Pert Public Relations Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie.

Wobec powyższego w dniu 8 marca 2013 r., odwołanie do Krajowej Izby Odwoławczej złożył wykonawca CAM Media S.A. z siedzibą w Warszawie zarzucając zamawiającemu naruszenie następujących przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r., Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r., nr 113, poz. 759 ze zm.) [dalej także, jako "Pzp"]:

- 1) art. 7 ust. 1 i 3 ustawy Pzp poprzez naruszenie zasad zachowania uczciwej konkurencji oraz równego traktowania wykonawców,
- 2) art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp poprzez nie odrzucenie oferty wykonawcy Pert Public Relations Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie,
- 3) art. 91 ust. 1 ustawy Pzp poprzez wadliwy wybór oferty najkorzystniejszej,
- 4) art. 92 ust. 2 ustawy Pzp poprzez wadliwy przydział punktacji wykonawcom.

Odwołujący wnosił o:

- 1) unieważnienie decyzji w sprawie wyboru, jako najkorzystniejszej oferty złożonej przez wykonawcę Pert Public Relations Sp. z o.o.,
- 2) nakazanie Zamawiającemu dokonania uprzednio zaniechanych czynności, polegających na odrzuceniu oferty Wykonawcy: Pert Public Relations Sp. z o.o. na podstawie przepisu art. 89 ust. 1 pkt. 2 ustawy Pzp,
- 3) nakazanie Zamawiającemu powtórzenia czynności badania i oceny ofert, ponownego przydziału punktów w podkryterium „Koncepcja organizacji konkursu wiedzy o Funduszach Europejskich dla młodzieży ponadgimnazjalnej oraz imprez regionalnych” oraz wyboru najkorzystniejszej oferty spośród ofert ważnych, z pominięciem oferty Pert Public Relations Sp. z o.o.

W uzasadnieniu swego stanowiska odwołujący wskazywał, iż przedstawione przez wybranego wykonawcę projekty nie zdołają w jego ocenie dotrzeć do określonej grupy docelowej, tym samym nie spełniają one kryteriów określonych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia [dalej także, jako „SIWZ”], w którym mowa jest o zachowaniu komunikatywności i łatwości przekazu. Dla porównania, projekty rekomendowane przez Odwołującego są przejrzyste i łatwe w odbiorze, a przy tym stworzone z użyciem nowoczesnego języka plastycznego. Odwołujący podnosił, iż w propozycji przedstawionej przez wykonawcę Pert Public Relations Sp. z o.o. wybrano zachowanie tego samego sposobu komunikacji, trudno jednak mówić o jego uniwersalności. Zastosowano bowiem stylistykę dedykowaną najmłodszym odbiorcom (a zatem nawet nie wspomnianym w pkt. III.2 Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia [dalej także, jako „SOPZ”], stanowiącym załącznik nr 1 do SIWZ „rodzinom z dziećmi”), wspartą wizerunkiem Maksymiliana Europejskiego. Odwołujący natomiast mając świadomość tak dużego zróżnicowania grup docelowych, przy tworzeniu kreacji zdecydowało się na zastosowanie nowoczesnego języka plastycznego, który dzięki swojej uniwersalności jest zrozumiały, ciekawy i zachęcający zarówno dla ogółu społeczeństwa, jak i młodzieży ponadgimnazjalnej. Odwołujący wskazywał również na fakt pewnej niekonsekwencji i niespójności projektów przyjętych w ofercie wybranego wykonawcy. W zależności bowiem od materiału w tych samych elementach stosowana jest inna typografia (uwagę zwraca np. font użyty w słowie „Euroman” na promocyjnych magnesach, różniący się od tych na pozostałych materiałach), inny też jest sposób oznakowania materiałów promocyjnych, odbiegający od zasad opisanych w księdze znaku Narodowej Strategii Spójności (magnes, naklejka). Tego typu problemów uniknięto w ofercie Odwołującego, gdzie projekty – mimo zróżnicowania swoich form czy wielkości, dzięki modularności motywu graficznego zachowują całkowitą spójność. Odwołujący wskazywał również, iż zgodnie z pkt. 9.4. 1. Rozdziału 9 SIWZ – jednym z podkryteriów oceny ofert w ramach szczegółowego opisu organizacji konkursu, za które wykonawcy mogli uzyskać do 7 pkt. było: dostosowanie metod dotarcia do grupy docelowej konkursu, tzn. przedstawienie rozwiązań zapewniających duże zainteresowanie konkursem, aktywizujących i angażujących potencjalnych uczestników, form rekrutacji, przebiegu konkursu. Podobnie, zgodnie z pkt. 9.4. 2 Rozdziału 9 SIWZ – jednym z podkryteriów oceny ofert w ramach szczegółowego opisu organizacji imprez regionalnych, za które wykonawcy mogli uzyskać do 15 pkt. był: sposób prezentacji wszystkich wybranych projektów dofinansowanych z funduszy europejskich tzn. zastosowanie form angażujących uczestników imprez regionalnych w tym stopień udostępnienia projektu do wykorzystania przez odwiedzających imprezy oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii do 15 pkt. Ponadto, zgodnie z postanowieniami pkt. IV. 3 b SOPZ – założenia kreatywne – stanowiących załącznik nr 1 do SIWZ, koncepcja kreatywna podkreślać powinna dynamizm i nowoczesność Funduszy

Europejskich. Choć tego typu kryteria mają silnie emocjonalny, a tym samym mało obiektywny charakter, wysokie oceny przyznane kreacji przedstawionej przez Pert Public Relations Sp. z o.o. nie dopasowanej do grupy docelowej, o nieuporządkowanej i niekonsekwentnej kompozycji oraz infantylnej i nieco przestarzałej stylistyce – budzą uzasadnione zastrzeżenia Odwołującego. Zdaniem Odwołującego, wśród najważniejszych zastrzeżeń wynikających z analizy oferty wykonawcy Pert Public Relations sp. z o.o. pod kątem sposobu jej oceny dokonanej przez zamawiającego należy wymienić:

- 1) brak przejrzystości komunikacji – niekonsekwencje i chaos kompozycyjny, zagęszczenie elementów, brak zróżnicowania wielkości typografii,
- 2) brak spójności i konsekwencji – typografia, oznakowanie materiałów promocyjnych,
- 3) niedopasowanie do grupy docelowej – stosowanie tego samego języka plastycznego opartego na dziecięcej, rysunkowej stylistyce bez uwzględnienia charakteru czy oczekiwań grupy docelowej,
- 4) brak elementów „call - to – action” - co prowadzi do niskiej skuteczności komunikacji.

W ocenie odwołującego, mając na uwadze powyższą argumentację oraz przyjęty w SIWZ opis sposobu oceny ofert, dokonana przez zamawiającego ocena prowadzi do zachwiania zasady równego traktowania wykonawców oraz zachowania uczciwej konkurencji. Zdaniem odwołującego, zamawiający zbyt restrykcyjnie ocenił jego ofertę, poprzez jednoczesne uprzywilejowanie oferty wybranego wykonawcy. Powyższe potwierdza również fakt, iż zamawiający nie przedstawił wykonawcom sposobu dojścia do oceny końcowej złożonych w postępowaniu ofert, przesyłając wraz z informacją o wyborze oferty najkorzystniejszej, jedynie tabelę z przyznaną punktacją za poszczególne podkryteria, pozbawioną jakiegokolwiek uzasadnienia. W ocenie odwołującego, mając na uwadze postanowienia SIWZ za najkorzystniejszą powinna zostać uznana oferta przedstawiająca najlepsze spośród rozwiązań przedstawionych przez wykonawców. Zdaniem odwołującego, z całą pewnością rozwiązania zaproponowane przez wybranego wykonawcę nie mogą być uznane za najlepsze. Dodatkowo odwołujący podnosił, iż opis kampanii promocyjnej zgodnie z wymaganiami zamawiającego powinien być zawierać narzędzia promujące konkurs oraz imprezy regionalne natomiast opis przedstawiony przez wybranego wykonawcę nie spełnia wymogu promocji konkursu, co stanowi o niezgodności treści jego oferty z treścią SIWZ. Ponadto odwołujący wskazywał, iż wykonawcy zobowiązani byli do zawarcia w ofertach szczegółowego opisu kampanii promocyjnej konkursu i imprez regionalnych w tym szczegółowego opisu propozycji kampanii promocyjnej/reklamowej zawierającego m.in. opis przewidzianych narzędzi promocji, czas i natężenie promocji oraz zasięg wraz z uzasadnieniem. Zdaniem odwołującego oferta wykonawcy Pert Public Relations Sp. z o. o.

pomija kwestię zasięgu i jako taka winna być odrzucona z uwagi na niezgodność z treścią SIWZ.

Izba ustaliła, co następuje:

Zamawiający, Skarb Państwa – Ministerstwo Rozwoju Regionalnego prowadzi postępowanie w trybie negocjacji z ogłoszeniem, którego przedmiotem jest zorganizowanie wydarzeń promujących Fundusze Europejskie oraz przeprowadzenie konkursu wiedzy na temat Funduszy Europejskich dla młodzieży ponadgimnazjalnej.

Ogłoszenie o zamówieniu opublikowano w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej w dniu 29 września 2012 r., pod numerem 2012/S 188-309466.

Zgodnie z postanowieniami rozdziału 5 SIWZ, pkt 5.15 oferta musi zawierać opis sposobu realizacji zamówienia, sporządzony zgodnie z zapisami zawartymi w załączniku nr 1 do SIWZ, w tym:

1. motyw graficzny imprez regionalnych wraz z przykładami zastosowania,
2. szczegółowy opis organizacji konkursu wiedzy o Funduszach Europejskich, o którym mowa w części V szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, w tym:
 - a) przedstawienie szczegółowej koncepcji konkursu, w tym harmonogram realizacji konkursu,
 - b) propozycję nagród w konkursie,
3. szczegółowy opis organizacji imprez regionalnych, o którym mowa w części V szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, w tym:
 - a) przedstawienie szczegółowej koncepcji imprez,
 - b) propozycje projektów krajowych lub w uzasadnionych przypadkach regionalnych współfinansowanych z Funduszy Europejskich, które zostaną zaprezentowane podczas imprezy,
 - c) opis sposobu prezentacji wszystkich zaproponowanych projektów dofinansowanych z Funduszy Europejskich, w tym wizualizację 3D,
 - d) opis i wizualizację 3D zaproponowanej aranżacji poszczególnych kopuł,
 - e) opis i wizualizację 3D zagospodarowania stoiska wystawienniczego Zamawiającego oraz Urzędu Marszałkowskiego,

- f) opis i wizualizację 3D strefy gier i zabaw dla dzieci,
 - g) założenia i propozycję programu edukacyjnego dla młodzieży szkolnej uczestniczącej w imprezie.
4. projekty graficzne materiałów promocyjnych, o których mowa w części VII pkt. 3 szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, w tym:
- a) projekty drobnych i niskobudżetowych upominków do powszechnego rozdawania,
 - b) projekty materiałów na nagrody w konkursach.
5. opis kampanii promocyjnej konkursu i imprez regionalnych, o której mowa w części VIII szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, w tym:
- a) szczegółowy opis i propozycję kampanii promocyjnej/reklamowej imprez oraz konkursu zawierającą: opis przewidzianych narzędzi promocji, czas i natężenie promocji, zasięg wraz z uzasadnieniem,
 - b) projekty graficzne i rozwiązania kreatywne poszczególnych narzędzi promocji.

W ramach kryteriów oceny ofert zamawiający wskazał, iż przy wyborze oferty kierował się będzie:

- 1) ceną – waga 30% oraz
- 2) koncepcją organizacji konkursu wiedzy o Funduszach Europejskich dla młodzieży ponadgimnazjalnej oraz imprez regionalnych – waga 70%.

Zgodnie z postanowieniami pkt 9.4. rozdziału 9 SIWZ punkty za kryterium: koncepcja organizacji konkursu wiedzy o Funduszach Europejskich dla młodzieży ponadgimnazjalnej oraz imprez regionalnych – zostaną przyznane w skali punktowej do 70 pkt na podstawie informacji podanych przez wykonawcę w opisie sposobu realizacji zamówienia, o którym mowa w Rozdziale 5, pkt. 5.15 lit A) SIWZ. Zamawiający wskazał, iż pod uwagę będą brane następujące elementy:

- 1) szczegółowy opis organizacji konkursu wiedzy o Funduszach Europejskich dla młodzieży ponadgimnazjalnej do 10 pkt:
 - a) dostosowanie metod dotarcia do grupy docelowej konkursu, tzn. przedstawienie rozwiązań zapewniających duże zainteresowanie konkursem, aktywizujących i angażujących potencjalnych uczestników, form rekrutacji, przebiegu konkursu do 7 pkt.,
 - b) propozycja nagród dla uczestników konkursu, ich dostosowanie do grupy docelowej konkursu do 3 pkt.,

- 2) szczegółowy opis organizacji imprez regionalnych do 40 pkt:
- a) odpowiedni wybór miejsca organizacji imprez tzn. premiowane będą miejsca w bliskiej odległości lub na terenie projektów dofinansowanych z Funduszy Europejskich, do 5 pkt.,
 - b) sposób prezentacji wszystkich wybranych projektów dofinansowanych z Funduszy Europejskich tzn. zastosowanie form angażujących uczestników imprez regionalnych w tym stopień udostępnienia projektu do wykorzystania przez odwiedzających imprezy oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii do 15 pkt.,
 - c) rozwiązania organizacyjne w przestrzeni wystawienniczej kopuł tzn. sposób rozmieszczenia prezentacji poszczególnych projektów, stoisk Zamawiającego i Urzędu Marszałkowskiego, oznakowanie, ciągi komunikacyjne wewnątrz kopuł, do 5 pkt,
 - d) atrakcyjna aranżacja kopuł tzn. zastosowanie elementów aranżacji dostosowanych do tematyki kopuł, do 5 pkt.,
 - e) atrakcyjność programu edukacyjnego dla uczestników tzn. zastosowanie form interakcyjnych np. konkursy, zaproponowanie dodatkowych form prezentacji projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich, do 5 pkt,
 - f) dostosowanie programu edukacyjnego do grupy docelowej, do 5 pkt.
- 3) Projekty graficzne materiałów promocyjnych do 5 pkt:
- a) dostosowanie do tematyki imprezy, tzn. nawiązanie do Funduszy Europejskich, rozwoju Polski, do 3 pkt,
 - b) oryginalność tzn. zastosowanie nowatorskich rozwiązań, do 2 pkt.
- 4) Kampanię promocyjną konkursu i imprez regionalnych do 15 pkt”
- a) dostosowanie form i narzędzi promocji do celów zadania, tj. zastosowanie rozwiązań umożliwiających dotarcie z informacją o poszczególnych imprezach do jak największej liczby osób w danej miejscowości i najbliższej okolicy, do 5 pkt,
 - b) dostosowanie projektów graficznych i rozwiązań kreatywnych do charakteru imprez, tj. ich komunikatywność, łatwość przekazu i odbioru, do 5 pkt,
 - c) atrakcyjność i komunikatywność projektów graficznych i rozwiązań kreatywnych tj. zastosowanie rozwiązań zachęcających do udziału w imprezach różne grupy docelowe, do 5 pkt.

W terminie określonym przez zamawiającego wpłynęły cztery oferty:

- 1) Pert Public Relations Sp. Z o. o. z siedzibą w Warszawie,
- 2) CAM Media S.A. z siedzibą w Warszawie,
- 3) El Padre Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie,
- 4) Laboratorium Komunikacji Sp.z o. o. z siedzibą w Warszawie.

Pismem z dnia 27 lutego 2013 r., zamawiający poinformował wykonawców o wyborze oferty wskazując, jako najkorzystniejszą ofertę wykonawcy Pert Public Relations Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie załączając do pisma zestawienie ilości punktów przyznanych w ramach poszczególnych kryteriów (w tym podkryteriów) złożonym ofertom. Jednocześnie zamawiający wskazał, iż nie odrzucił żadnej oferty.

Czynności te i zaniechania leżą u podstaw przedmiotowego postępowania odwoławczego.

Ponadto Izba ustaliła, iż zamawiający w dniu 11 marca 2013 r. wezwał wykonawców do przystąpienia do postępowania odwoławczego. W terminie określonym w art. 185 ust. 2 ustawy Pzp swoje przystąpienie po stronie zamawiającego zgłosił wykonawca Pert Public Relations Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, stając się uczestnikiem przedmiotowego postępowania odwoławczego.

Uwzględniając dokumentację przedmiotowego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, w szczególności treść oferty Przystępującego, jak również biorąc pod uwagę oświadczenia stron i uczestnika postępowania złożone w trakcie rozprawy, skład orzekający Krajowej Izby Odwoławczej zważył, co następuje:

Odwołanie nie zasługuje na uwzględnienie.

Izba nie znalazła podstaw do odrzucenia odwołania w związku z tym, iż nie została wypełniona żadna z przesłanek negatywnych, uniemożliwiających merytoryczne rozpoznanie odwołania, wynikających z art. 189 ust. 2 Pzp, jak również Izba uznała, iż odwołujący posiada interes w złożeniu środków ochrony prawnej w rozumieniu art. 179 ust. 1 ustawy Pzp, gdyż w przypadku uwzględnienia odwołania jego oferta może być uznana za najkorzystniejszą.

Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp, Izba nie podzieliła argumentacji odwołującego. W ocenie Izby w kwestionowanym zakresie oferta przystępującego odpowiada treści SIWZ i jest z nią zgodna. Niewątpliwie oferta przystępującego zawiera opis kampanii promocyjnej konkursu i imprez regionalnych. Argumentem przemawiającym za zasadnością stanowiska odwołującego nie można uznać de facto krytyki przez niego sposobu przeprowadzenia kampanii przez przystępującego. W zakresie tym zamawiający nie postawił szczegółowych wymagań, a tym samym na obecnym etapie nie sposób uznać, aby rozwiązanie proponowane przez przystępującego, jak wskazywał w przystąpieniu polegające na działaniach public relations, nie odpowiadało wymogom SIWZ. Podobnie należało przyjąć co do zarzutu braku opisu zasięgu narzędzi promocyjnych wskazanych przez przystępującego. Zamawiający nie sprecyzował metod badania, opisywania zasięgu poszczególnych narzędzi promocyjnych tym samym w ocenie Izby brak jest możliwości stwierdzenia niezgodności treści oferty przystępującego z treścią SIWZ. Jedynie, za własną opinię odwołującego należy przyjąć, iż zasięgu nie mogą opisywać stwierdzenia wskazujące przykładowo na kampanię billboardowi - 10 nośników na region w najatrakcyjniejszych miejscach. Skoro zamawiający nie postawił w tym zakresie szczegółowych wymagań to brak jest podstaw do uznania, że oferta przystępującego nie odpowiada treści SIWZ.

Odnosząc się do zarzutu naruszenia art. 91 ust. 1 ustawy Pzp Izba również nie podzieliła stanowiska odwołującego. Bezsparnie zamawiający do oceny ofert zastosował określone w SIWZ kryteria oceny ofert. Należy wskazać, iż opisane przez zamawiającego kryteria nie były kwestionowane przez żadnego z wykonawców. Tym samym podnoszone przez odwołującego argumenty należy uznać za polemikę, co do skuteczności poszczególnych metod promocyjnych, atrakcyjności proponowanych materiałów promocyjnych, sposobu prowadzenia kampanii promocyjnych zarówno konkursu jak i imprez regionalnych. Jednakże, należy podkreślić, iż przekonanie odwołującego, co do wyższości proponowanych przez niego rozwiązań nad rozwiązaniami proponowanymi przez przystępującego, większej w jego opinii atrakcyjności, skuteczności oferowanych przez niego narzędzi promocyjnych nie może prowadzić do uznania, że zamawiający dokonał wyboru oferty w oparciu o kryteria inne niż określone w SIWZ a w konsekwencji z naruszeniem art. 91 ust. 1 ustawy Pzp. W ocenie Izby, odwołujący nie wykazał, aby zamawiający dokonał oceny ofert w oparciu o kryteria uprzednio nieokreślone w SIWZ. Skoro zamawiający wskazał, iż będzie brał pod uwagę m.in. atrakcyjność i komunikatywność projektów graficznych, atrakcyjność programu edukacyjnego, atrakcyjność aranżacji kopuł, oryginalność, zastosowanie nowatorskich rozwiązań to nie sposób odmówić zamawiającemu

prawa przyznania większej ilości punktów tym rozwiązaniom, które za bardziej atrakcyjne, nowatorskie uzna, choć inny wykonawca uważać będzie swoją ofertę za lepszą.

W zakresie zarzutu naruszenia art. 92 poprzez brak uzasadnienia wyboru oferty najkorzystniejszej należy wskazać, iż ustawodawca nie sprecyzował szczególności uzasadnienia wyboru oferty najkorzystniejszej. W przedmiotowej sprawie zamawiający wraz z informacją o wyborze oferty przekazał wykonawcom zestawienie punktów przyznanych w ramach poszczególnych kryteriów (w tym podkryteriów) zarówno ofercie uznanej za najkorzystniejszą jak i pozostałym ofertom. Choć w informacji o wyborze pożądanym byłoby przytoczenie takiej argumentacji jaka np. znalazła się w odpowiedzi zamawiającego na odwołanie a odnosząca się do poszczególnych elementów oferty przystępującego, to jednak wobec treści art. 92 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp, mając na względzie powyższe, nie można uznać, że zamawiający nie przedstawił żadnego uzasadnienia wyboru oferty najkorzystniejszej.

Tym samym nie potwierdził się również zarzut naruszenia art. 7 ust. 1 i 3 gdyż zamawiający prowadzi postępowanie w sposób zapewniający zachowanie uczciwej konkurencji oraz równe traktowanie wykonawców a wybór wykonawcy dokonany został zgodnie z przepisami ustawy Pzp.

Biorąc powyższe pod uwagę, Izba, działając na podstawie art. 192 ust. 1 i 2 ustawy Pzp, orzekła jak w sentencji.

O kosztach postępowania odwoławczego orzeczono na podstawie art. 192 ust. 9 i 10 ustawy Pzp, stosownie do wyniku postępowania, oraz w oparciu o przepisy rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 15 marca 2010 r. w sprawie wysokości i sposobu pobierania wpisu od odwołania oraz rodzajów kosztów w postępowaniu odwoławczym i sposobu ich rozliczania (Dz. U. Nr 41, poz. 238).

Przewodniczący: