

**Sygn. akt: KIO/584/10**

**WYROK**  
**z dnia 28 kwietnia 2010 r.**

**Krajowa Izba Odwoławcza - w składzie: Przewodniczący: Robert Skrzyszewski**

**Przy udziale Protokolanta : Mateusza Michalec**

po rozpoznaniu na rozprawie w dniu 26 kwietnia 2010 r. w Warszawie odwołania wniesionego przez **ERMAT Beata Mstowska, 42-200 Częstochowa, Kucelińska 42** w postępowaniu prowadzonym przez **Gminę Iwaniska, 28-570 Iwaniska, ul. Rynek 3**

**orzeka:**

- 1. oddala odwołanie,**
- 2. kosztami postępowania odpowiadającymi wysokości wpisu od odwołania – 7500 zł (siedem tysięcy pięćset złotych) obciąża ERMAT Beata Mstowska, 42-200 Częstochowa, Kucelińska 42 poprzez zaliczenie uiszczanego wpisu na rzecz Urzędu Zamówień Publicznych stosownie do wyniku sprawy.**

## Uzasadnienie

Zamawiający - Gmina Iwaniska (Instytucja Kultury Zamek Krzyżtopor w Ujeździe) wszczął postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na świadczenie usług promocyjnych oraz opracowanie, druk i dostawę materiałów promocyjnych w celu promocji Zamku Krzyżtopor w Ujeździe w ramach projektu p.n. „Zamek Krzyżtopor markowym produktem turystycznym województwa świętokrzyskiego”, znak sprawy RG.341/2/2010.

Specyfikacja istotnych warunków zamówienia została zamieszczona na stronie internetowej <http://www.krzyztopor.orq.pl>.

Ogłoszenie o zamówieniu zamieszczono w Biuletynie Zamówień Publicznych nr 30487 - 2010 w dniu 13.02.2010r.

Pismem z dnia 19.03.2010r. Odwołujący - „ERMAT” Beata Mstowska z siedzibą w Częstochowie został wezwany przez Zamawiającego do wyjaśnienia siedmiu elementów mających wpływ na wysokość ceny oferty. Zapytania Zamawiającego dotyczyły wyjaśnienia formularza cenowego oferty :

1. 1.5 opracowanie i opublikowanie w języku polskim reklamy w gazecie „GAZETA WYBORCZA - DODATEK TURYSTYKA” jednej edycji 4 moduły (emisji) reklamy Zamku. Cena ogłoszenia według Gazety wynosiła 9.150,00 PLN, u Wykonawcy 4.639,05.
2. 1.6 i 1.7 opracowanie i opublikowanie w języku polskim reklamy w gazecie „ECHO DNIA -WYDANIE ŚWIĘTOKRZYSKIE” jednej edycji ( emisji) reklamy Zamku dotyczącej turnieju rycerskiego w 2010 i 2011 roku. Ceny kształtowały się u innych Wykonawców od 6.100,00 do 6.300,00 PLN u Wykonawcy 1.207,80 PLN.
3. 1.13 utworzenie przynajmniej dwóch kont na serwisach społecznościowych i zamieszczanie na nich ważnych informacji przez okres 6 miesięcy. Ceny kształtowały się u innych Wykonawców od 2.440,00 PLN do 6.100,00 PLN u Wykonawcy 366,00 PLN.
4. 1.14 opracowywanie i wysyłanie informacji dotyczących Zamku do serwisów turystycznych, prowadzących kalendarze imprez, zbierających darmowo informacje, przez okres 6 miesięcy. Ceny kształtowały się u innych Wykonawców od 2.440,00 PLN do 3.660,00 PLN u Wykonawcy 366,00 PLN.

5. II.3 Mapa Zamku Krzyżtopór format A 3. Ceny kształtowały się u innych Wykonawców od 2.440,00 PLN do 3.029,26 PLN u Wykonawcy 1.119. 96 PLN.

6. II.4 pocztówki w formacie panoramicznym. Ceny kształtowały się u innych Wykonawców od 6.100,00 PLN ( cena jednostkowa netto 2,50 PLN) do 8.784,00 PLN ( cena jednostkowa netto 3,60 PLN) u Wykonawcy 1.098,00 PLN ( cena jednostkowa netto 0,45 PLN) - po poprawieniu omyłki rachunkowej.

7. III.4 billboardów o wymiarach 5x2 m eksponowanych na terenie województwa świętokrzyskiego, (rozdz.II pkt. 1.3 lit. d). Ceny kształtowały się u innych Wykonawców od 13.701,82 PLN do 48.800,00 PLN u Wykonawcy 3.223,85 PLN. Zgodnie z Siwz rozdz. II pkt. 1.3 lit. d Zamawiający wymagał opracowania i wydrukowania i ekspozycji billboardów o wymiarach 5x2 m w ilości 4 sztuk eksponowanych na terenie województwa świętokrzyskiego w okresie 2 tygodni przed rozpoczęciem turnieju rycerskiego w Zamku Krzyżtopór w roku 2010( jedna wersja) oraz w okresie 2 tygodni przed rozpoczęciem turnieju rycerskiego w Zamku Krzyżtopór w roku 2011( druga wersja). Według Zamawiającego w sytuacji 8 billboardów średnia cena na 1 billboard wynosiła dla Wykonawcy 402,98 PLN brutto obejmującej opracowanie i wydrukowanie oraz koszt najmu nośnika przez okres 2 tygodni i to w miejscach zaakceptowanych przez Zamawiającego, a więc w miejscach np.; takich jak Kielce gdzie koszty ich wynajmu mogą być znaczne.

Przeprowadzone przez Zamawiającego postępowanie wyjaśniające w trybie przepisu art.90 ust.1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2007r. Nr 164, poz. 1163, z późn. zm.) miało na celu ustalenie czy cena oferty Odwołującego nie zawierała rażąco niskiej ceny. Według Zamawiającego konieczność zwrócenia się o powyższe wyjaśnienie wynikała z faktu, że ustalono koszt zamówienia po uwzględnieniu podatku VAT w kwocie 610.000 PLN, co stanowiło 162 % ceny Odwołującego(oferta nr 1 – 376.479, 17 zł), a do ustalenia tej ceny przyjął on ceny rynkowe obowiązujące w tym zakresie, oraz uzyskane ceny w wydawnictwach takich jak : Gazeta Wyborcza, Echo Dnia, Poznaj swój kraj, usługi internetowe z drukarni lokalnych, oraz ze względu na fakt, iż pozostałe trzy oferty w sposób znaczący odbiegały cenowo od oferty Odwołującego : oferta nr 2 – 630.740 zł, oferta nr 3 – 642.347,69 zł, oferta nr 4 – 550.000 zł.

W tym samym dniu Odwołujący udzielił odpowiedzi na powyższe wezwanie.

W nawiązaniu do powyższego wezwania dot. ustalenia czy złożona oferta nie zawierała rażąco niskich cen w stosunku do przedmiotu zamówienia Odwołujący wyjaśnił, że jego firma jednocześnie prowadzi kampanie promocyjne dotyczące projektów unijnych, miast oraz firm, w związku z powyższym rabaty, które otrzymuje na podstawie umów o stałej współpracy od dostawców mediów (prasa, radio, telewizja, outdoor) były powiększone o dodatkowe agencyjne upusty dostępne dla domów mediowych.

Poza tym Odwołujący zauważył, że realizuje dodatkowe upusty za wielkość obrotów oraz formy płatności - przedpłaty.

Odwołujący oświadczył, że ceny zawarte w ofercie zostały skalkulowane na podstawie informacji zawartych w załączniku nr 1 do Siwz - Szczegółowy Zakres Przedmiotu Zamówienia, określających parametry techniczne założonych promocji, i tak :

1.1.5 Gazeta Wyborcza-Dodatek Turystyka potwierdził on wycenę,

2.1.5i 1.7 Echo Dnia- Wydanie Świętokrzyskie, potwierdził on wycenę,

3.1.13 utworzenie przynajmniej dwóch kont na serwisach społecznościowych, potwierdził on wycenę i wyjaśnił, że usługa zostanie wykonana przez pracownika administrującego zawartością serwerów dla większej ilości aktualnie realizowanych projektów (efekt synergii).

4.1.14 opracowywanie i wysyłanie informacji do serwisów turystycznych, potwierdził on wycenę, i wyjaśnił, że usługa zostanie wykonana przez pracownika wysyłającego informację do mediów dla większej ilości aktualnie realizowanych projektów (efekt synergii).

5.11.3 Mapa Zamku Krzyżtopór - potwierdził on wycenę.

6.U.4 pocztówki w formacie panoramicznym, potwierdził on wycenę.

7.111.4 billboardy o wymiarach 5x2, potwierdził on wycenę i poinformował, że w ramach stałej współpracy z firmą Stroer Media Sp. z o.o. może zaproponować atrakcyjną cenę, a także lokalizacje (w przypadku tej firmy nie ma różnicy w cenie ekspozycji billboardu w np. Kielcach czy też na innym terenie), biorąc pod uwagę dwutygodniowy okres ekspozycji 4 billboardów na terenie woj. świętokrzyskiego propozycje cenowe innych wykonawców uznał za zawyżone, a proponowaną przez jednego z nich kwotę 48800 zł. za prawdopodobnie obejmującą cenę budowy od podstaw konstrukcji 4 nośników typu billboard.

Zamawiający w dniu 29.03.2010r. poinformował Odwołującego o odrzuceniu jego oferty z postępowania na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp oraz o wyborze jako najkorzystniejszej oferty złożonej przez Konsorcjum, którego liderem jest Kadeska Art z siedzibą w Kielcach. Zamawiający uzasadnił odrzucenie oferty Odwołującego tym, że zawiera ona rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Ze stanowiskiem tym nie zgodził się Odwołujący i w dniu 2.04.2010r. wniósł odwołanie do Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych.

Odwołujący w swoim odwołaniu zarzucił Zamawiającemu naruszenie art. 89 ust. 1 pkt 4 oraz art. 90 i 91 powołanej wyżej ustawy Pzp.

Jednocześnie zażądał nakazania Zamawiającemu:

- 1) unieważnienia czynności odrzucenia oferty Odwołującego,
- 2) unieważnienia czynności wyboru najkorzystniejszej oferty w przedmiotowym postępowaniu,
- 3) przywrócenia oferty Odwołującego do postępowania, dokonania ponownego badania i oceny ofert.

Zdaniem Odwołującego Zamawiający nie odniósł się do ceny ofertowej jako całości, a jedynie do poszczególnych jej elementów i tym samym naruszył treść art. 89 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp mówiącego o cenie oferty, a nie poszczególnych jej składników.

Odwołujący powołał się również na przyznanie Zamawiającego w treści zawiadomienia o odrzuceniu oferty Odwołującego (str. 2 drugi akapit od góry), że „wrywkowo dokonał oceny niektórych cen proponowanych usług czy dostaw”. Z tego faktu Odwołujący wnioskował, iż Zamawiający nie dochował należytej staranności przy ocenie, czy cena zaproponowana przez Odwołującego nie jest ceną rażąco niską. W szczególności Odwołujący zwracał uwagę, że Zamawiający pomimo, iż dysponował szczegółową kalkulacją (załącznik nr 1 do oferty) nie ustalił całościowych kosztów związanych z wykonaniem zamówienia. Ustalenie kosztów pozwoliłoby na odniesienie, czy cena zaproponowana przez Odwołującego była rażąco niska. Sprawdzenie tylko niektórych elementów ceny nie było wystarczające – według Odwołującego – do sformułowania takiej tezy.

W ocenie Odwołującego Zamawiający nie wykazał, aby koszty ponoszone przez Odwołującego w trakcie realizacji zamówienia mogły przewyższyć cenę ofertową.

Dalej twierdził on, że Zamawiający nie przedstawił żadnego wyliczenia kosztów, które mogłyby zostać poniesione w trakcie realizacji zamówienia, zaś swoje przekonanie co do rażąco niskiej ceny oparł na „wrywkowej” ocenie niektórych usług lub dostaw, analizie stron internetowych i oficjalnych cenników oraz własnym przekonaniu.

Odwołujący oświadczył, iż kalkulacja ceny ofertowej zapewniała mu uczciwy zysk. Odwołujący podniósł, że prowadzi działalność gospodarczą, zaś dzięki doświadczeniu może zaproponować atrakcyjną ofertę cenową dla usług o wysokiej jakości.

Odnosząc się do poszczególnych elementów ceny ofertowej zakwestionowanych przez Zamawiającego stwierdził, iż opinia Zamawiającego oparta na analizie jedynie oficjalnych cenników mediów i innych dostawców, a także w niektórych elementach była sprzeczna z postanowieniami Siwz. Zamawiający w żadnym miejscu Siwz nie sprecyzował bowiem, aby

reklamy ukazywały się wyłącznie na stronach redakcyjnych. Poza tym, zdaniem Odwołującego Zamawiający pominął fakt współpracy Odwołującego z firmą STROER i możliwość uzyskania w tejże firmie upustów obniżających koszty realizacji zamówienia. Nie zgodził się z Zamawiającym co do twierdzenia, iż STROER nie posiada billboardów poza miastem Kielce na terenie województwa świętokrzyskiego. Z informacji posiadanych przez Odwołującego wynikało bowiem, iż billboardy takie znajdują się w innych miejscowościach województwa świętokrzyskiego. Ponadto Odwołujący podniósł, iż Zamawiający nie sprecyzował w Siwz miejsc ustawienia billboardów ograniczając się do stwierdzenia, iż terenem ich ekspozycji ma być województwo świętokrzyskie. Także i rozeznanie lokalnego rynku zakresie druku pocztówek, przewodników i mapy zamku nie było wystarczające dla określenia ceny ofertowej Odwołującego jako rażąco niskiej. Odwołujący byłby w stanie zaproponować ceny korzystniejsze niż wskazane przez Zamawiającego z uwagi na to, iż materiały takie produkuje w ramach prowadzonych przez siebie kampanii promocyjnych na bieżąco w dużych ilościach, co zapewnia obniżenie ceny. Podkreślił także, iż Zamawiający wbrew treści zawiadomienia o odrzuceniu oferty nie decydował ostatecznie o wymaganiach jakościowych. Wymagania te bowiem zostały określone już w Siwz i w trakcie realizacji zamówienia wymagania Zamawiającego nie mogą ulec zmianie.

Odwołujący podkreślił, że w odpowiedzi na wezwanie Zamawiającego udzielił wyjaśnień odnośnie elementów mających wpływ na wysokość ceny. Potwierdził także wycenę załączoną do oferty oraz uzasadnił wysokość poszczególnych elementów ceny posiadaniem rabatów dzięki stałej współpracy z dostawcami mediów. Odwołujący podniósł, że nie wie jak były kalkulowane ceny ofertowe pozostałych wykonawców, lecz uznał je za zawyżone. Odwołujący jedynie przypuszczał, że fakt ten wynikał z tego, iż nie posiadają oni możliwości obniżenia ceny dzięki rabatami u dostawców mediów. Ostatecznie uznał, że Zamawiający błędnie wysuwa przekonanie o rażąco niskiej cenie oferty Odwołującego na podstawie analizy cen na rynku świętokrzyskim. Zauważył Odwołujący, iż tak jak Zamawiający podkreśla ceny kształtuje rynek i nie powinno się analizy zawężyć do jednego rynku lokalnego w sytuacji, gdy na pozostałych obszarach mogą występować znacznie atrakcyjniejsze ceny.

Krajowa Izba Odwoławcza ustaliła i zważyła, co następuje.

Na podstawie zebranego w sprawie materiału dowodowego, a w szczególności w oparciu o treść złożonej przez Odwołującego oferty, specyfikacji istotnych warunków zamówienia, pisma Zamawiającego z dnia 19.03.2010r. skierowanego do Odwołującego oraz odpowiedzi na to pismo z dnia 19.03.2010r., jak również na podstawie złożonych na rozprawie przez pełnomocników stron pism i wyjaśnień, Izba postanowiła odwołanie oddalić.

Wobec wszczęcia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, którego dotyczy rozpoznawane przez Izbę odwołanie w dniu 13 lutego 2010 r. tj. po dacie wejścia w życie w dniu 29 stycznia 2010 r. ustawy z dnia 2 grudnia 2009 r. o zmianie ustawy - Prawo zamówień publicznych oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 223, poz.1778) do rozpoznawania niniejszej sprawy mają zastosowanie przepisy Prawa zamówień publicznych w brzmieniu znowelizowanym.

Odwołanie nie zawierało braków formalnych, wpis został przez Odwołującego uiszczony, zatem odwołanie podlegało rozpoznaniu. Izba nie stwierdziła przesłanek do jego odrzucenia.

Uwzględniając powyższe Izba przeprowadziła rozprawę, podczas której Odwołujący podtrzymał swoje dotychczasowe stanowisko, a Zamawiający, składając odpowiedź na odwołanie, wnosił o jego oddalenie.

Izba nie doszukała się w działaniach Zamawiającego naruszenia art. 89 ust. 1 pkt 4 oraz art. 90 i 91 powołanej wyżej ustawy Pzp.

W pierwszej kolejności Izba zwróciła uwagę, iż Zamawiający miał obowiązek zastosowania reguły określonej w art.90 ust.1 cyt. wyżej ustawy Pzp., w myśl której Zamawiający w celu ustalenia, czy oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia, zwraca się do wykonawcy o udzielenie w określonym terminie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny.

Zamawiający takie czynności podjął w piśmie z dnia 19 marca 2010r., bowiem ustalone przez niego wynagrodzenie szacunkowe bez podatku VAT wynosiło 500.000 zł, co stanowiło 162 % ceny Odwołującego, a do ustalenia tej ceny przyjął on ceny rynkowe obowiązujące w tym zakresie, oraz uzyskane ceny w wydawnictwach takich jak : Gazeta Wyborcza, Echo Dnia, Poznaj swój kraj, usługi internetowe z drukarni lokalnych, a ceny w dwóch ofertach netto wyniosły odpowiednio 516.400 zł, co stanowiło 167,3 % i 450.800 zł, co stanowiło 146,1 % ceny Odwołującego.

Zdaniem Izby powyższe wątpliwości Zamawiającego dotyczące rażąco niskiej ceny odnosiły się do ceny całkowitej, a nie cen jednostkowych.

Należy jednak zauważyć, iż stosownie do brzmienia art.90 ust.2 powyżej ustawy Pzp Zamawiający, oceniając wyjaśnienia, bierze pod uwagę obiektywne czynniki, w szczególności oszczędność metody wykonania zamówienia, wybrane rozwiązania techniczne, wyjątkowo sprzyjające warunki wykonywania zamówienia dostępne dla wykonawcy, oryginalność projektu wykonawcy oraz wpływ pomocy publicznej udzielonej na podstawie odrębnych przepisów.

Z tych powodów Zamawiający miał pełne podstawy do zwrócenia się do Odwołującego o wyjaśnienie siedmiu pozycji kosztowych – jego zdaniem wątpliwych - tym bardziej, że formularz cenowy przewidziany w Siwz takie wyszczególnienie poszczególnych cen usług częściowych przewidywał.

Powyższe zaś ceny jednostkowe składały się na cenę całkowitą. Nie można zatem przyznać racji Odwołującemu, że Zamawiający miał obowiązek badania wszystkich cen jednostkowych, bowiem nie wszystkie z nich musiały decydować o tym, że cena ostateczna jest rażąco niską ceną.

Izba nie podzieliła również stanowiska Odwołującego o obowiązku Zamawiającego udowodnienia okoliczności rażąco niskiej ceny, zgodnie z regułą dowodową wynikającą z art.6 kodeksu cywilnego.

Zgodnie z art.90 ust.3 ustawy Pzp Zamawiający odrzuca ofertę wykonawcy, który nie złożył wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdza, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Z powyższego przepisu wynika, że wolą ustawodawcy było umożliwienie wykonawcom złożenia wyjaśnień, w tym wraz z przedłożeniem stosownych dowodów na okoliczność braku istnienia rażąco niskiej ceny.

Odwołujący w swoich wyjaśnieniach z dobrodziejstwa powyższego przepisu nie skorzystał udzielając odpowiedzi w sposób bardzo ogólny i w zasadzie jedynie potwierdzający jego dotychczasową wycenę oferty.

Izba stwierdziła, że Odwołujący nie przedstawił żadnego dowodu, a w szczególności dowodu z dokumentów na potwierdzenie istnienia okoliczności o charakterze obiektywnym.

Z tego powodu Zamawiający miał podstawy sądzić, że przedłożona w ofercie Odwołującego cena jest rażąco niska.

Stanowisko Izby znajduje swoje potwierdzenie w judykaturze sądowej. W wyroku z dnia 05 stycznia 2007r. - sygn. akt V Ca 214/06 Sąd Okręgowy w Warszawie przyjął zapatrywanie, że „Dla zakwalifikowania oferty do dalszego postępowania nie jest wystarczające złożenie jakichkolwiek wyjaśnień, lecz wyjaśnień odpowiednio umotywowanych, przekonujących, że zaproponowana oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny”.



W ocenie Izby każda pozycja kosztowa wymagała omówienia i załączenia odpowiednich dowodów, jak chociażby umowy o współpracy.

Na rozprawie nie potwierdziły się zarzuty Odwołującego, że billboardy realizowane we współpracy z firmą STROER mogłyby być lokalizowane w dowolnym miejscu. Pełnomocnik Zamawiającego udowodnił, że zgodnie z postanowieniem rozdz. II pkt. 1.3 lit. d „ Wybór operatora reklamy zewnętrznej oraz zakup wybranych lokalizacji - zgodnie z wytycznymi Zamawiającego ( wszelkie formalności po stronie Wykonawcy) " oznacza zatem, że to Zamawiający ustala miejsce lokalizacji billboardu, a nie wykonawca. Zważywszy na to, że ceny w takich okolicznościach nie są jednakowe należy przyjąć, że wskazania Zamawiającego podyktowane chęcią jak najszerszej dostępności reklamy zamku wiązałyby się z większymi obciążeniami kosztowymi.

Nadto Izba uznała za przekonywującą argumentację Zamawiającego o wyższym koszcie przedmiotu zamówienia zawierającego krótkie serie (mapa 100 sztuk, pocztówki 8 wersji (każda inna) po 250 sztuk, przewodnik 500 sztuk, album 500 sztuk). W takiej sytuacji realizowany druk powyższych materiałów z przygotowaniem matryc (druk offsetowy) dla każdej z nich oddzielnie, bez możliwości wykorzystania już istniejących matryc powodowałby zwiększenie kosztów usługi, choćby dlatego, że zgodnie ze Siwz Zamawiający miał prawo ingerencji i zatwierdzenia projektu. Poza tym Odwołujący nie wyjaśnił w jaki sposób produkcja dużych ilości materiałów, mogłaby w tym przypadku wpłynąć na koszt wytworzenia materiałów specjalnie dla Zamawiającego.

Izba stwierdziła również, iż opinia Zamawiającego oparta na analizie rażąco niskiej ceny w oparciu o oficjalne cenniki mediów i innych dostawców była prawidłowa, szczególnie z racji konieczności zobiektywizowania czynników cenotwórczych.

Przedłożona na rozprawie przez Odwołującego kalkulacja cenowa nie została poparta dodatkowymi dowodami uzasadniającymi występowanie okoliczności jak w przepisie art.90 ust.1 ustawy Pzp i nie miała ona wpływu na zaskarżone czynności Zamawiającego dokonane w prowadzonym przez niego postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego.

Reasumując, Izba doszła do przekonania, że wszystkie czynności dokonane przez Zamawiającego w trybie przepisu art.89 ust.1 pkt. 4, art.90, art.91 ustawy Pzp mieściły się w granicach prawa.

W tym stanie rzeczy Izba na podstawie art. 192 ust. 1 ustawy Pzp postanowiła oddalić odwołanie.

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

Stosownie do art. 198a i 198b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2006 r. Nr 164, poz. 1163, z późn. zm.) na niniejszy wyrok - w terminie 7 dni od dnia jego doręczenia - przysługuje skarga za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej do Sądu Okręgowego w **Kielcach**.

**Przewodniczący:**

.....



