



Uniós, Hirdetményvel induló tárgyalásos eljárás - EKR000314482024

E50 - Bírálati szakasz

Közbeszerzés **Kommunikációs szolgáltatások beszerzése 24 hónapra**
tárgya:

Ajánlatkérő **Integritás Hatóság**
neve:

I. szakasz: Ajánlatkérő

I. szakasz: Ajánlatkérő

I.1) Név és címek (jelölje meg az eljárásért felelős összes ajánlatkérőt)

Hivatalos név:	Integritás Hatóság	Nemzeti azonosítószám	15848147141				
Postai cím:	Széchenyi István Tér 7-8.						
Város:	Budapest	NUTS-kód:	HU110	Postai irányítószám:	1051	Ország:	Magyarország
Kapcsolattartó személy:	Csépanyiné dr. Farkas		Éva				
E-mail:	kozbeszerzes@integritashatosag.hu	Telefon:	+36 300936941	Fax:			
Internetcím(ek)							
Az ajánlatkérő általános címe: (URL)	https://integritashatosag.hu/						
A felhasználói oldal címe: (URL)							
Lebonyolító szerv(ek) adatai							

II. szakasz: Tárgy

II. szakasz: Tárgy

II.1) Meghatározás

II.1.1) A közbeszerzés tárgya

Kommunikációs szolgáltatások beszerzése 24 hónapra

II.2) A beszerzés mennyisége

II.2.1) A közbeszerzés mennyisége

Az Integritás Hatóság Megbízási Keretszerződést kíván kötni:

1. rész - PR szolgáltatásokra melynek keretében - a Műszaki Leírásban részletezettek szerint - 29 db PR szolgáltatáskört határoz meg, amely magában foglalja az alábbiakat:

- a kommunikációs stratégia elkészítése, mely tartalmazza a hosszú távú (5 év), komplex PR és kommunikációs stratégiát, társadalmi felelősségvállalás stratégiát, a munkáltatói márkaépítést, továbbá a kríziskommunikációs stratégia kidolgozását;
- a kommunikációs stratégia frissítése, éves és ad hoc kommunikációs és akciótervek kidolgozása és frissítése;
- az Ajánlatkérő részére PR feladatokhoz kapcsolódó akciótervek elkészítése, kivitelezési javaslat összeállítása a kommunikáció irányához igazodó célcsoportok megszólítására, az üzenetek hatékony eljuttatására és a célcsoportok mozgósítására, direkt kommunikációs és PR eszközök tervezésére és/vagy kivitelezésére;
- kommunikációs eszközök koncepciójának tervezése és megvalósítása;
- szövegírás kiadványokhoz, média és sajtó megjelenésekhez;
- előadások/prezentációk megtervezése vezetők részére;
- sajtórendezvény előkészítés és szervezés, eseménygenerálás;
- kríziskommunikációs feladatok ellátása;
- sajtókapcsolat menedzsment;
- egyéb ügynökségi szolgáltatások (pl. ügyfélkapcsolati támogatás, tanácsadás, szakirányú kommunikációs tréningek megtartása).

2. rész - Országos médiakampány lebonyolítása, médiakampányokhoz kapcsolódó online és offline médiamenedzsment (médiatervezés, kivitelezés) és médiavásárlás szolgáltatásokra (televíziós, rádiós, outdoor elemek) - 14 db szolgáltatási kör -, amely magában foglalja az alábbiakat:

- médiavásárlás országos napilapok, heti-, havi-, időszaki lapokban (nem TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás országos napilapok, heti-, havi-, időszaki lapokban (TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás regionális lapokban (nem TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás regionális lapokban (TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás rádiókban (nem TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás rádiókban (TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás televíziókban (nem TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás televíziókban (TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás internetes felületeken (nem TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás internetes felületeken (TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás közterületi hirdetési felületeken kereskedelmi (nem TCR) kampányok esetén;
- médiavásárlás közterületi hirdetési felületeken kereskedelmi (TCR) kampányok esetén;
- egyéb kedvezmények kereskedelmi (nem TCR) kampányok esetén;
- egyéb kedvezmények kereskedelmi (TCR) kampányok esetén.

3. rész - Kreatív tervezési és gyártási feladatok ellátására:

Kommunikációs anyagok, médiakampányok (TV/sajtó/rádió/online/közterület, és egyéb, nem hagyományos kommunikációs eszközök) tervezése, előkészítése és kivitelezése, amely magába foglalja a kreatív stratégiák és tervek készítését, a kreatív tervezési, gyártási, gyártás-előkészítési feladatokat, valamint filmek, fotó és videó dokumentációk készítését. A feladatok az alábbiakra terjednek ki:

- plakát mutáció elkészítés, tervezés;
- PPT-prezentációk, prezi-prezentáció grafikai tervezés;
- print reklámkampány kreatív koncepció készítése;
- rádióreklám szövegírása és teljes gyártása, kreatív koncepciójának elkészítése;
- ragasztott oszlop mutáció elkészítése, tervezése;
- televíziós reklámkampány kreatív koncepció készítése;
- rendezvény/esemény (max. 8 órás) videódokumentálása, hangulatvideó készítése, fotódokumentálása;
- roll-up mutáció, tervezése;
- rövid film (3-5 perc);
- sajtóhirdetés mutáció, tervezés (szöveg és grafika);
- statikus banner;
- stúdió bérlés;
- szövegírás (szlogen, tagline);
- új blog, social media felület komplex kezelése;
- UX research.

IV. szakasz: Eljárás

IV. szakasz: Eljárás

IV.1) Meghatározás

IV.1.1) A Kbt. mely része, illetve fejezete szerinti eljárás került alkalmazásra:

MÁSODIK RÉSZ XV. fejezet

Uniós Hirdetménnyel induló tárgyalásos eljárás

IV.1.2) Az eljárás fajtája

IV.1.3) Tárgyalásos eljárás vagy versenypárbeszéd esetén az eljárás alkalmazását megalapozó körülmények ismertetése:

Az AK igényeit nem lehet kielégíteni a piacon azonnal rendelkezésre álló kész megoldások kiigazítása, egyéni igényekhez alakítása nélkül (Kbt. 85. § (2) bek. a) és c) pontja).

IV.1.4) Hirdetmény nélküli tárgyalásos eljárás esetén az eljárás alkalmazását megalapozó körülmények ismertetése:

IV.2) Adminisztratív információk

IV.2.1) Az adott eljárásra vonatkozó közzététel

A hirdetmény száma a Hivatalos Lapban:

206544-2024

A hirdetmény száma a Közbeszerzési Értesítőben:

2024/68

IV.2.2) Hirdetmény közzététele nélkül induló eljárás esetén az eljárást megindító felhívás megküldésének, illetőleg a Közbeszerzési Hatóság tájékoztatásának napja:

IV.2.3) Az előzetes piaci konzultációk eredményének ismertetése érdekében tett intézkedések ismertetése:

IV.2.4) Elektronikustól eltérő kommunikációs eszközök alkalmazásának indoka:

Közbeszerzési dokumentumok elektronikustól eltérő módon történő rendelkezésre bocsátásának indoka:

V.szakasz: Az eljárás eredménye

V. szakasz: Az eljárás eredménye

Rész száma, elnevezése:

1 - PR szolgáltatások

A szerződés száma:

1

Az eljárás eredményes volt:

Igen

V.2 Az eljárás eredménye

V.2.1) Ajánlatokra vonatkozó információk

A beérkezett ajánlatok száma:

5

V.2.2) Az érvényes ajánlatot tevők

Ajánlattevők neve, címe és adószáma, alkalmasságuk indokolása és ajánlatuknak az értékelési szempont szerinti tartalmi eleme(i):

Ajánlattevő neve, székhelye

Adószáma

New Land Media Reklám, Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság,
Magyarország 1025 Budapest, Felső Zöldmáli Út 72.

24670827244

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Nettó ajánlati ár összesen (HUF):125 253 834

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

MorphoCom Marketing és Kommunikációs Tanácsadó Kft., Magyarország 1033 Budapest, Remény Ede Utca 21. 13064462241

Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Nettó ajánlati ár összesen (HUF):173 550 000

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

Uniomedia Kommunikációs Ügynökség Zártkörűen Működő Részvénytársaság, Magyarország 1026 24097129241
Budapest, Torockó Utca 10. 1. em. 1.

Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Nettó ajánlati ár összesen (HUF):159 963 000

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

Redboxcom Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 2119
Pécel, Boncsok Utca 23 Boncsok utca 23

25826409213

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Nettó ajánlati ár összesen (HUF):151 431 200

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

V.2.3) Az ajánlatok értékelése

Az ajánlattevő neve:

A súlyszámmal szorzott értékelési pontszámok
ajánlattevőnként:

New Land Media Reklám, Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű
Társaság

6800

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Közös Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:
Nettó ajánlati ár összesen (HUF):125 253 834 (elért pontszám:100*60 súlyszám=6000 pont)
A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott három értékelési tényező szerint:

1. A kulcsüzenetek relevanciája, újszerűsége az Integritás Hatóság céljai és tevékenysége alapján
Értékelése:

„Nincs kivétel” kampányjavaslat: A „nincs” szó alapvetően egy tagadó kifejezés, a „kivételel” szóval együtt alkalmazva, pedig inkább tekintélyelvű közlés, amely gazdasági területen nem épít bizalmat egy új szervezet iránt Ajánlattevő szlogen javaslatát és kulcsüzenete nem veszi figyelembe azt, hogy a nemzetközi tapasztalatok alapján a negatív üzenetek nem érnek el hatást (U4 HELPDESK ANSWER 2024: 21.), és a pozitív üzenetek nemzetközi példái sikeresebbek szakmai megítélés szerint.

A kulcsüzenet nem kapcsolódik eléggé az Integritás Hatóság értékeihez, nem tartalmaz szemléletformáló, pozitív társadalmi hatást kifejtő elemet, csupán az elrettentés tartalmi elemét hordozza, mely pedig az Ajánlatkérő által a közbeszerzési dokumentumokban kiemelt, kifejezett elvárás volt (ld. olyan gazdasági kultúra kialakítása, hosszútávú kommunikációs cél... pozitív irányban történő megváltoztatása...) Emiatt az Ajánlattevő szakmai ajánlatának kulcsüzenetei az Ajánlatkérő legfontosabb kommunikációs céljait nem támogatják.

Ajánlattevő ugyan hivatkozik kutatásokra, de azok hivatkozásai hiányoznak, a szakmai ajánlatban csak képek érhetők el, amelyek nem elégségesek ahhoz, hogy megállapítható legyen a hivatkozott források, kutatások valóban relevánsak-e a szakmai ajánlatban szereplő javaslatok alátámasztására. E tekintetben sem áll összhangban az Ajánlatkérő ezen értékelési tényező tekintetében támasztott azon elvárásával, hogy releváns kulcsüzenetek kerüljenek a szakmai ajánlatokban megfogalmazásra.

„A bizalom kultúrája kampányjavaslat”: A szlogen jobban kapcsolódik az Integritás Hatóság kommunikációs jellegzetességeihez, de az ajánlatból nem derül ki, hogy milyen hatásmechanizmussal segítené az Integritás Hatóság céljait és tevékenységét, nincsen mozgósító, „akciót motiváló” hozzáadott értéke. A Hatóság ismertségének növelését is csupán az a tény biztosítja, hogy plakátokon jelenik meg. A kulcsüzenetet nem erősíti a vizuális megvalósítás, a túl sok layer inkább gyengíti zavarossá teszi azt.

Ajánlattevő szakmai ajánlata abból a szempontból is ellentmondásos, illetve az Ajánlatkérő számára hátrányos, hogy bár a szakmai ajánlata 2. oldalán kifejezetten rögzíti azt a problémát, hogy az Integritás Hatóság ismertsége alacsony, ennek ellenére nem olyan kulcsüzeneteket határoz meg, és nem olyan kommunikációs kampányokat javasol, amelyek támogatnák az Integritás Hatóság ismertségének a szélesítését, mely szintén a Hatóság egyik kommunikációs célja.

Különösen problematikus, hogy az Ajánlattevő a saját kreatív koncepciójának alátámasztására használt fókuszcsoporthoz interjú összefoglalójában - a 39. oldalon - dokumentáltan nem vette figyelembe a fókuszcsoporthoz résztvevői által adott visszajelzéseket és ennek alapján nem dolgozta át a tesztelt koncepciókat, annak ellenére sem, hogy mindkét csoport negatívan nyilatkozott a kampánykoncepcióról. Az Ajánlattevő

szakmai ajánlatában foglaltak az Ajánlatkérő számára imázsra tekintetében romboló hatásúak.

A kidolgozott kulcsüzeneteket Ajánlattevő abszolút nem támogatta Ajánlatkérő által publikált tényekkel, adatokkal, amik erősíthették volna a kulcsüzeneteket és erősíthették volna a bizalmat a Hatóság iránt a fókuszcsoporthoz tartozó tagjaiban. Ajánlattevő által dokumentáltan megerősítették a fókuszcsoporthoz tartozó tagjai, hogy a tettek hiánya miatt nincsenek teljes bizalommal az Integritás Hatóság kapcsán. Szakmailag értelmetlen Ajánlattevő eljárása a kreatív koncepciók és kulcsüzenetek kapcsán.

A szakmai ajánlat egésze nem kidolgozott, túlzottan vázlatos a másik érvényes ajánlatot tevő szakmai ajánlatához képest.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlata tekintetében a fentiek alapján megállapítható, hogy az általa megfogalmazott kulcsüzenetek nem támogatják a Hatóság céljait és tevékenységeit, a szakmai ajánlatban megtejt javaslatok nem innovatívak és nem kreatívak, nem mutatják meg a Hatóság által prioritizált értékeket, melyre tekintettel a szakmai ajánlatra kifejezetten alacsony pontszám meghatározását tartotta indokoltnak.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 19, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 8

Szakmai zsűri 2. tag: 6

Szakmai zsűri 3. tag: 5

2. A kommunikációs kampányok és a javasolt külső kommunikációs platform(ok) illeszkedése a kulcsüzenetekhez

Értékelése:

Ajánlatkérő azt írta elő, hogy az Ajánlattevőknek a szakmai ajánlatukat a Közbeszerzési Dokumentumokban foglaltakra is tekintettel kell elkészíteni. Ajánlatkérő a Közbeszerzési Dokumentumokban határozta meg, hogy melyek a kommunikációs célcsoportok, az alábbiak szerint:

- teljes magyar lakosság, gazdasági szereplők
- az EU-s források érintettjei
- országos és helyi vezetők, „véleményvezérek”
- partnerek: gazdasági partnerek, kereskedelmi szervezetek, civil szervezetek, érdekképviseleti szervek és kamarák

Az Ajánlattevő a szakmai ajánlatában eltért az Ajánlatkérő által előírt kommunikációs célcsoport meghatározástól, mely a szakmai ajánlat súlyos hibájának tekinthető. A szakmai ajánlatában a 32. oldalon azt rögzíti, hogy a fő célcsoport a 18+-os teljes magyar lakosság, gazdasági szereplők, de további célcsoportokra a teljes szakmai ajánlatban sehol sincs utalás és adat sem. Ajánlatkérő közbeszerzési előírási szerint minden a médiamixben szereplő médiára és médiumra kell iparági kutatásokon alapuló célcsoport elérési adatokat bemutatni pontos forrásmegjelöléssel, valamint készíteni kell pontos költséghatékonysági elemzést/számítást, amely teljesen hiányzik a szakmai ajánlatból.

A szakmai ajánlat - az alábbiakban részletezettek szerint - számos ellentmondást tartalmaz.

- A médiafelületek hatékonyságának alátámasztásakor a felsorolt social media platformok közül a Facebook-ot jelöli meg Ajánlattevő a legmagasabb elérés százalékúnak, ugyanakkor a szakmai ajánlatában bemutatott koncepció nem említi a Facebook megjelenést.
- Ajánlattevő a médiafelület hatékonyságának alátámasztásakor a szakmai ajánlata 32. oldalán arra hivatkozik, hogy a LinkedIn hirdetéseket azért javasolja, mert a gazdasági szereplőket azzal lehet hatékonyan elérni. Ugyanakkor a szakmai ajánlat 34. oldalán felsorolt 18+ korosztályra vonatkozó felületek között LinkedIn-re vonatkozó adat nem szerepel.
- YouTube-csatornát az Ajánlattevő szintén alkalmazni kívánja, de YouTube használatára vonatkozó alátámasztó adatot Ajánlattevő sehol nem ad meg.
- TikTok-ot szintén alkalmazni kívánja Ajánlattevő, de a felület 18+ korosztály tekintetében a második legalacsonyabb adattal rendelkezik a szakmai ajánlat 34. oldalán alátámasztásként megadott felületek között.
- A szakmai ajánlat 19. oldalán a Spotify alkalmazását javasolja, de az ezt alátámasztó adat a 18+-os korosztály tekintetében, a szakmai ajánlat 34. oldalán felsorolt felületek között a legalacsonyabb eléréssel rendelkezik.
- A szakmai ajánlat 16. oldalán Ajánlattevő megjelöli, hogy gazdasági oldalakon kívánja a kampányt futtatni, de egyetlen oldalt sem nevez meg.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlatában keveredik az online videó és a rövidfilm kifejezés, és a megnevezés koherenciájának hiánya miatt bizonytalan, hogy ugyanazon eszközről van szó, vagy két különbözőről.

A kreatívok alátámasztására Ajánlattevő fókuszcsoporthoz tartozó kutatásra hivatkozik, de a minta elem száma és relevanciája Ajánlatkérő által megadott célcsoportok vonatkozásában nem vehető figyelembe, hiszen a fókuszcsoporthoz tartozó résztvevői kizárólag budapesti lakosok voltak. Az Ajánlatkérő által megadott teljes magyar lakosságot nem reprezentálják a kizárólag budapesti lakosok.

Ajánlattevő szakmai ajánlatára ezen értékelési tényező tekintetében kifejezetten alacsony pontszám került meghatározásra, tekintettel a szakmai ajánlat fentiekben bemutatott releváns tartalmi elemeinek súlyos hiányosságai, ellentmondásai miatt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 2. tényezőre: 21, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:
Szakmai zsűri 1. tag: 10

Szakmai zsűri 2. tag: 6
Szakmai zsűri 3. tag: 5

3. A kommunikációs kampányok eredetisége, kreativitása
Értékelése:

Az Ajánlattevő által javasolt kampányok a szakmai ajánlatban elfoglalt terjedelmük alapján nagy mértékben épülnek a közterületi megjelenésekre, amelyek tekintetében azonban, mindkét kampánynál hiányzik a kreativitás és az eredetiség, a második szlogen esetében az IH saját szóhasználatának egy variációját láthatjuk. Ez arra tekintettel teszi Ajánlatkérő számára hátrányossá a szakmai ajánlatot, mert az Ajánlatkérő a harmadik értékelési tényezőnél kifejezetten a kommunikációs kampányok eredetiséget, kreatív jellegét, újszerűségét határozta meg prioritásként.

A vizualitás nélküli a 2024-en korszerűnek, esztétikusnak vagy bármilyen trendhez illeszkedőnek mondható megoldásokat, elnyomó rendszerek propagandaplakátjait idéző vizuális elemekkel vagy közhellyel operál. Utóbbira példa az Uniót megjelenítő szimbólumok és szinonimák használata, különösen a kék alapon megjelenő elemek, amellyel az elmúlt években nagy számban találkozhatott a célközönség, ezért figyelemfelkeltő hatása már nem mutatható ki.

Ajánlatkérő a Közbeszerzési Dokumentumokban kiemelt kommunikációs célként határozta meg a jövő generációjára való hatásgyakorlás szándékát és fontosságát, Ajánlattevő viszont a kampánytervek egyikében sem mutatott be olyan megkapó koncepciót, sem vizuális, sem üzenet vagy annak megfogalmazása terén, amelyhez kötnödni tudni ez a fontos korosztály. Ez igaz a műszaki leírásban megjelenített egyéb célcsoportok esetében is, hiszen nincs olyan elem, involválná, cselekvésre készítené őket vagy felkeltene érdeklődésüket.

Ajánlattevő szakmai ajánlatára ezen értékelési tényező tekintetében kifejezetten alacsony pontszám került meghatározásra, mivel az Ajánlattevő által javasolt kommunikációs kampányok - a szakmai ajánlat fentiekben bemutatott releváns tartalmi elemei alapján - eredetiség és kreatív jelleg tekintetében alacsony színvonalúak, nem meggyőzőek.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 3. tényezőre: 19, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:
Szakmai zsűri 1. tag: 8
Szakmai zsűri 2. tag: 5
Szakmai zsűri 3. tag: 6

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 59
Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 20
Értékelési résszempont szerinti pontszám: $20 \cdot 40$ súlyszám=800 pont

MorphoCom Marketing és Kommunikációs Tanácsadó Kft.

5800

Szöveges értékelés:

Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:
Nettó ajánlati ár összesen (HUF):173 550 000 (elért pontszám: $72 \cdot 60$ súlyszám=4320pont)

Szakmai ajánlat szöveges értékelése:

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kulcsüzenetek relevanciája, újszerűsége az Integritás Hatóság céljai és tevékenysége alapján
Értékelése:

Ajánlattevő szakmai ajánlata kutatásokkal alátámasztott. A kidolgozott üzenetek relevánsak, közérthetőek, integrálják, közvetítik az Integritás Hatóság értékeit, de nem újszerűek. Ajánlatkérő ezt hátrányként értékelte, tekintettel arra, hogy az első értékelési tényező tekintetében kiemelt szempont volt az újszerűség, innovatív jelleg, és kreatív javaslat tétele.

Emellett a kulcsüzenetek száma messze meghaladja azt, amelyre kommunikáció során koncentrálni lehet. A nemzetközi példák között éppen az Integritás Hatóság által mintának tekintett balti hatóságok kommunikációját jelzi gyengének, és a nemzetközi kampányminták nem veszik figyelembe azt a szakmai alapvetést (U4 HELPDESK ANSWER 2024: 21), amely a negatív, elijesztő üzenetek hatástalanságára és a korrupcióra való figyelemfelhívás percepciók hatásának megváltozására (nagyobb problémának érzékeli a társadalom a korrupciót) vonatkozik. Így bár sok részben fontos üzenet fogalmazódik meg, a javaslatlőmögöböl nem világlik ki, melyekre koncentrálna az Ajánlattevő, amely miatt végül is éppen a kulcsüzenetre nincs javaslat.

Bár infovizuális eszközökkel bemutatja a kampányjavaslatok kommunikációjának különbséget, a javaslatban nehezen követhető vagy érthető, mikor melyiket tárgyalja.

A szakmai ajánlat kidolgozottsága és korrektsége mellett nem kellően alátámasztott, hogy hatékonyan tudja kiemelni a Hatóság céljait és tevékenységét.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlatának fenti hátrányosabb elemeire tekintettel, azzal arányosan alacsonyabb pontszám került megadásra ennél az értékelési tényezőnél.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 48, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 15

Szakmai zsűri 2. tag: 10

Szakmai zsűri 3. tag: 23

2. A kommunikációs kampányok és a javasolt külső kommunikációs platform(ok) illeszkedése a kulcsüzenetekhez

Értékelése:

Ajánlattevő kidolgozta az általa javasolt kommunikációs kampányokat és külső kommunikációs platformokat, azonban a kommunikációs kampányok és a javasolt külső kommunikációs platform(ok) illeszkedése a kulcsüzenetekhez nincsen alátámasztva. Az anyagban említett médiafelületekre vonatkozóan nem bocsátott rendelkezésre Ajánlattevő javaslatot megalapozó adatokat, információkat. Így nem megítélhető, hogy Ajánlattevő mennyire építi standard iparági kutatásokra, adatokra a javaslatát a médiaelemek és kommunikációs csatornák kiválasztásakor.

Ajánlatkérő a Közbeszerzési Dokumentumokban kifejezetten feltüntette: Minden a médiamixben szereplő médiára és médiumra kell iparági kutatásokon alapuló célcsoport elérési adatokat bemutatni pontos forrásmegjelöléssel. Készíteni kell pontos költséghatékonysági elemzést/számítást. Azonban a kommunikációs csatornák elérési adatait potenciális célcsoportokra bontva nem tartalmazza a beadott szakmai ajánlat, így nem vizsgálható a költséghatékonyság a médiamixben.

A szakmai ajánlatban pozitívként értékeltük, hogy Ajánlattevő az Integritás Akadémiának önálló honlapot javasolt platformként, amelynek vázlatos struktúráját is megadja.

Tekintettel arra, hogy a második értékelési tényező vonatkozásában a fő értékelési körülmény az volt, hogy miként illeszkedik a kulcsüzenetekhez, és azokat mennyire támasztja alá, az Ajánlattevő szakmai ajánlata ezen értékelési tényezője részére a fenti hiányosságokkal arányosan alacsonyabb pontszám került megadásra.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 2. tényezőre: 27, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 10

Szakmai zsűri 2. tag: 9

Szakmai zsűri 3. tag: 8

3. A kommunikációs kampányok eredetisége, kreativitása

Értékelése:

„Integritás Történetek” kampányötlet: szakmai zsűri egyetért azzal, hogy az „integritás” szó széleskörű megértését kell megcélozni. Az 1. és 2. pillér azonban nem eredeti és nem kreatív, újdonságot nem jelentett. Ajánlatkérő a harmadik értékelési tényező körében kifejezetten a kommunikációs kampányok eredetiségét, kreatívágát, újszerűségét jelölte meg előnyként, melynek hiányára tekintettel alacsonyabb pontszám megállapítását tartotta indokoltnak.

Bár 1. pillér kulturálisan színvonalas megoldás lehet, a művészeti pályázatok széleskörű hatásosságát, újszerűségét nem bizonyította be Ajánlattevő az IH kommunikációjának megalapozó fázisában.

„A Korrupció A Ciki” kampányötlet:

1. pillér nem veszi figyelembe a „mondj nemet” típusú kampányok sikertelenségét, kreativitást pedig nélkülözi (ld. a számos hasonló nemzetközi példát).

2. pillér a javaslat kevésé újszerű, hiszen a környezetvédelem és egyéb nehezen megfogható témák esetén ezeket már eltérő formában alkalmazták. Sikerességükről iparági méréseket nem csatolt alátámasztásként Ajánlattevő.

3. pillér tónust téveszt, nem való, nem méltó az Integritás Hatóságához, ráadásul a „zokni-szandál” javaslat lemaradt az aktuális Z-generációs trendről, amely éppen az ellenkezője.

A Korrupció Fertőz - az itt használt üzenetek és vizuális elemek ugyan illeszkednek egymáshoz, de negatív üzenetet hordoznak és ez a korrupcióval kapcsolatos kampányok során a nemzetközi kutatásokban foglaltak alapján kevésé hatásos (U4 HELPDESK ANSWER 2024: 21)

Tekintettel arra, hogy a harmadik értékelési tényező vonatkozásában a fő értékelési körülményként jelölte meg az eredetiséget, újszerűséget, melyek hiányára figyelemmel az Ajánlattevő szakmai ajánlata ezen értékelési tényezője részére a fenti hiányosságokkal arányosan alacsonyabb pontszám került megadásra.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 3. tényezőre: 33, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 13

Szakmai zsűri 2. tag: 9

Szakmai zsűri 3. tag: 11

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen:108

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 37

Értékelési résszempont szerinti pontszám: 37*40 súlyszám=1480pont

Szöveges értékelés: Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:
Nettó ajánlati ár összesen (HUF):159 963 000 (elért pontszám:78*60 súlysúlyszám=4680 pont)

Szakmai ajánlat szöveges értékelése:

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kulcsüzenetek relevanciája, újszerűsége az Integritás Hatóság céljai és tevékenysége alapján
Értékelése:

A meghatározott kulcsüzenetek gondosan kiválasztottak, és a javasolt kampány sport tematikájával megfelelő metaforát sikerült találni, amely valóban releváns az integritás, a szabálykövetés és a korrupció iránti zéró tolerancia irányában. Az üzenetek tartalma (fair play, szabályosság) eddig nem használt megközelítéssel, újszerűen, a fő célcsoportként meghatározott fiatal korosztály számára megfogható, élvezetes módon jelenik meg a javasolt kommunikációs egységekben. Ajánlattevő kreatívan és innovatívan javasolta alkalmazni az Integritás Hatóság kommunikációs üzenetéhez igazodóan azt, miként lehet a sport etikai, szabálykövetési motívumait megjeleníteni a kreatív koncepcióban. Az üzenet pozitív, összhangban a nemzetközi tapasztalatokkal (U4 HELPDESK ANSWER 2024: 21), és helyes módon a szemléletformálásra helyezi a hangsúlyt. Mindezt példaképek bemutatásával teszi meg, nagyban segíti a bevonódást, és további kampányok lehetőségét rejti. A szakmai ajánlat releváns nemzetközi példákra hivatkozik

A szakmai ajánlat a hazai társadalom és a releváns külföldi szakmai példák alapos ismeretéről tanúskodik, amelyek jelenléte alátámasztja a kampány potenciális sikerét. A relevanciát növeli, hogy a tárgyalási fordulóban elhangzottak szerint a megjelölt sportoló kampányarcok vállalnák is részvételt. Jól sikerült a célcsoport szegmentációja

A kampánytervek jól beazonosíthatóak, köthetőek az Integritás Hatóság „brand”-jéhez, valamint kellően alátámasztottak.

A fentiek alapján megállapítható, hogy az Ajánlattevő szakmai ajánlata - a többi ajánlattevőhöz szakmai ajánlatában foglaltakhoz képest - olyan újszerű kulcsüzeneteket határozott meg, és olyan kreatív kampánykonceptiókat épített rá, melyek a Hatóság céljainak és tevékenységének releváns támogatására képesek, és ezért indokolt a szakmai ajánlat ezen értékelési tényezőjére magas pontszám megadása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 88, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 30

Szakmai zsűri 2. tag: 29

Szakmai zsűri 3. tag: 29

2. A kommunikációs kampányok és a javasolt külső kommunikációs platform(ok) illeszkedése a kulcsüzenetekhez

Értékelése:

Ajánlattevő kampány javaslatok megmutatják, hogy mélységében elemezte Ajánlatkérő 2023-as éves beszámolóját, tovább gondolta az Integritás Hatóság eddig felépített brandjét, melynek részét képezi az Integritás Akadémia is. Ajánlattevő erre alapozva és ezt alátámasztva felépít egy szélesebb célközönséget megszólító, de a Hatóságot építő, szemléletformálást segítő új márkát.

Első kampány javaslatát Ajánlattevő szakmai ajánlatában alátámasztja hivatkozással, forrás megjelöléssel és elérési adatokkal az egyes elemekhez alkalmazni kívánt külső kommunikációs platformokat, influenszereket. Második kampány javaslatát Ajánlattevő szakmai ajánlatában alátámasztja hivatkozással, forrás megjelöléssel és elérési adatokkal az egyes elemekhez alkalmazni kívánt külső kommunikációs platformokat.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlatában a közbeszerzési dokumentumokban elvárt mélységig bemutatta az általa javasolt médiamix költséghatékonyosságát.

A javasolt sport tematikájú, a fair viselkedést hangsúlyozó kampány előnye, hogy hosszú távra tervezhető, diverzifikálható és számos további kampányt vagy platformot képes involválni. Ezáltal nem egy egyszerű ötlet, hanem egy teljes kommunikációs akcióterv rajzolódik ki. A szakmai ajánlat jól megfoghatóan, vizuálisan megkapó módon és a célcsoportot-költséghatékonyt is elemezve támasztja alá a sarokponti kommunikációs platformokat (TikTok-csatorna, rendezvény és rendezvény-jelenlét).

Fontos gondolat az Integritás Akadémia weboldal/aloldal létrehozása is. Kiemelten színvonalas és részletes a vezetői pozicionálás platformhasználati kidolgozottsága.

A fentiek alapján megállapítható, hogy az Ajánlattevő szakmai ajánlata - a többi ajánlattevőhöz szakmai ajánlatában foglaltakhoz képest - összhangban az általa meghatározott kulcsüzenetek sajátosságaival - olyan kommunikációs kampányokat és kommunikációs platformokat javasolt, amelyek költséghatékonyan támogatják a kulcsüzenetek kommunikációját. Mindezekre tekintettel indokolt a szakmai ajánlat ezen értékelési tényezőjére tekintettel magas pontszám meghatározására.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 2. tényezőre: 83, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 27

Szakmai zsűri 2. tag: 29

Szakmai zsűri 3. tag: 27

3. A kommunikációs kampányok eredetisége, kreativitása

Értékelése:

Kidolgozott vizualitású kampányterveket prezentált Ajánlattevő, amelynek kreatív és célközönségre szabott tartalmi, különösen a sport tematikájú részjavaslat eredetiségről adnak tanúbizonyságot. A feltüntetett kampányarcok olyan társadalmilag elismert szereplők, akikkel könnyű azonosulni és hitelesen mutatják be az integritás példáját. Szintén eredeti ötlet a „Tisztesség Napja”, amely egy egésznapos rendezvény. A mobilapplikáció tartalmára, funkciójára tett javaslat is többletet hordoz ahhoz képest, hogy a Hatóság honlapjának egyes funkcióit tartalmazza, hanem részletesen bemutatja, miként lehet közösségépítő tényező. A modern technológia lehetőségeit és interaktivitást mutat a szabálytalanságkereső alkalmazás, amely IRL és online is megvalósítható.

A fentiek alapján megállapítható, hogy - a többi ajánlattevőhöz szakmai ajánlatában foglaltakhoz képest - az Ajánlattevő javasolta szakmai ajánlatában az összességében az Ajánlatkérő számára a legelőnyösebben felhasználható eredetiséggel, kreatívssággal rendelkező kampányokat, aminek alapján indokolt a szakmai ajánlat ezen értékelési tényezőjére magas pontszám meghatározása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 3. tényezőre: 119, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 40

Szakmai zsűri 2. tag: 40

Szakmai zsűri 3. tag: 39

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 290

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma:100

Értékelési résszempont szerinti pontszám:100*40 súlysúly=4000pont

Redboxcom Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság

8140

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Közös Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:
Nettó ajánlati ár összesen (HUF):151 431 200 (elért pontszám:83*60 súlysúly=4980 pont)

Szakmai ajánlat szöveges értékelése:

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kulcsüzenetek relevanciája, újszerűsége az Integritás Hatóság céljai és tevékenysége alapján

Értékelése:

A szakmai ajánlat épít a korrupcióval kapcsolatos elérhető magyarországi és nemzetközi kutatásokra, publikációkra és felmérésekre - ezekre hivatkozik és használja Ajánlattevő. A kampány üzenetarchitektúrájának bemutatása részletes, megindokolt, az integritás szó jelentésének bemutatása fontos szempont. Az értékek megjelenése megvalósul, a javasolt kampányelemek között számos újszerűt, innovatív találatunk, amelyek megvalósíthatóságát is bemutatja a szakmai ajánlat. Az intellektuális, érzelmi bevonódást is ötleletes, érthető módon tervezi megvalósítani.

Az üzenet pozitív, összhangban a nemzetközi tapasztalatokkal (U4 HELPDESK ANSWER 2024: 21), és helyes módon a szemléletformálásra helyezi a hangsúlyt.

Mindenki tisztán szereti kampányjavaslat: a kulcsüzenettel Ajánlattevő egyszerűen, közérthetően éri el a célcsoportot és hozza közelebb a korrupcióval és integritással kapcsolatos megértést az átlagos ismeretekkel rendelkezők számára. Ugyanakkor a 49. oldalon lévő kampánykreatív rávilágít arra a problémára, hogy a nem teljesen helytálló, rossz kérdések, ábrázolásokkal erősítve megtévesztők lehetnek a kellő ismerettel nem rendelkező célcsoport számára. Az Ajánlattevő által javasolt egyes példák (ld. az egyik kampányelemként bemutatott „főbérlő”, továbbá, Ajánlattevő másik példája a számlaadás elmulasztása) nem tekinthetők a legmegfelelőbbnek az Ajánlatkérő kommunikációs céljai vonatkozásában.

Integrálunk az integritásba - miközben maga az integritás szó magyarázatát célozza a kampány, valójában éppen ez ellen dolgozik, mivel megismétli az idegen kifejezést. Az Integritrip ötlete viszont kiválóan segíti a kommunikációs célokat

Összességében az Ajánlattevő kulcsüzenetei relevanciája, újszerűsége megállapítható, ugyanakkor a szakmai ajánlat egyes részeinek fentiekben jelzett hátrányosabb elemeire tekintettel arányosan csökkentett pontszám került meghatározásra.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 75, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 26

Szakmai zsűri 2. tag: 29
Szakmai zsűri 3. tag: 20

2. A kommunikációs kampányok és a javasolt külső kommunikációs platform(ok) illeszkedése a kulcsüzenetekhez

Értékelése:

A szakmai ajánlat alapos kimutatást, számokkal alátámasztott indoklást tartalmaz a javasolt médiafelületek és social media taktika tekintetében. Kiemelkedően kidolgozott a gamifikációs javaslat, amely a létrehozandó applikáció gyakorlati működését is megkapóan felvillantja. Ajánlattevő más ajánlattevőkhöz hasonlóan önálló weboldal létrehozását javasolja.

Mindenki tisztán szereti kampányjavaslat: szakmai indoklásokkal kidolgozott és illeszkednek a külső kommunikációs platformokhoz, amelyet Ajánlattevő jórészt alátámaszt.

Integrálunk az integritásba kampányjavaslat: szakmai indoklásokkal kidolgozott és illeszkednek a külső kommunikációs platformokhoz, amelyet Ajánlattevő jórészt alátámaszt

Emellett ugyanakkor a szakmai ajánlat tartalmaz ellentmondásokat, hiányosságokat:

A köztéri, beltéri felület javaslatok számos izgalmas technikai újdonságot hordoznak, kérdés, hatékonyságuk bemutatása elmarad, csupán annyit ír az ajánlat, hogy „rengeteg embert elérnek”.

Hasonlóképpen költséghatékonysági elemzésében Ajánlattevő feltünteti a kisalfold.hu-t, azonban a szakmai anyag egyéb részeiben sehol nem említi, hogy melyik elemnél használná azt, míg a G7 esetében nem szerepel a költséghatékonyságra vonatkozó alátámasztásban, viszont Ajánlattevő azt használni kívánja.

Összességében az Ajánlattevő által javasolt kommunikációs kampányok és külső kommunikációs platformok alapvetően illeszkednek a kulcsüzenetekhez és a szakmai ajánlat kidolgozott is, ugyanakkor a szakmai ajánlat egyes részeinek fentiekben jelzett hátrányosabb elemeire tekintettel arányosan csökkentett pontszám került meghatározásra.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 2. tényezőre: 67, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 22
Szakmai zsűri 2. tag: 25
Szakmai zsűri 3. tag: 20

3. A kommunikációs kampányok eredetisége, kreativitása

Értékelése:

„Mindenki tisztán szereti” kampányjavaslat: kreatív ötlet, amely nem teljesen eredeti, mivel az autóiipari cégek már alkalmazták a levegőtisztító festékeket kampányaik során tűzfalakon. A fő szlogen a köztéri és médiatérben nem teljesíti azt az elvárást, hogy azonnali asszociációt keltsen egy külső, a hirdetéssel most találkozó néző/olvasó fejében. Félreérthetően asszociálható egy mosópor vagy tisztítószer márka hirdetésére. Különösen igaz ez Ajánlattevő elemzésének fényében, amely az IH alacsonyabb ismertségére hivatkozik: ez a kampány egy későbbi fázisban lenne jól működő.

„Integrálunk az integritásba” kampányjavaslat: az egyetemistákat célzó szemléletformáló rész eredeti, újszerű és ettől hatásos.

Meg kell jegyezni ugyanakkor, hogy nem elfogadható az Ajánlattevő azon javaslata, melyet a bejelentés elemzési folyamat tekintetében tesz meg, mivel az nem áll összhangban az egyébként kiemelten fontos bejelentői anonimitás védelmével.

A fentiek alapján az Ajánlattevő által javasolt kommunikációs kampányok nem tekinthetők összességében teljesen eredetinek és újszerűnek, bár magukban foglalnak Integritás Hatósághoz szabott elemeket. Erre és a megjelölt javaslati problémára is tekintettel arányosan csökkentett pontszám került megadásra.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 3. tényezőre: 88, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 30
Szakmai zsűri 2. tag: 32
Szakmai zsűri 3. tag: 26

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 230

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma:79

Értékelési résszempont szerinti pontszám:79*40 súlyszám=3160pont

V.2.4) Az ajánlatok értékelése során adható pontszám alsó és felső határa:

0

100

V.2.5) Az ajánlatok értékelése során módszernek (módszereknek) az ismertetése, amellyel az ajánlatkérő megadta az ajánlatok résszempontok szerinti tartalmi elemeinek értékelése során a ponthatárok közötti pontszámot:

Ajánlatkérő a közbeszerzési eljárás 1. része ajánlattételi szakaszában a végleges ajánlatokat a Kbt. 76. § (2) bekezdésének c) pontja szerint a legjobb ár-érték arány alapján értékeli.

Ajánlatkérő az alábbi szempontokat határozta meg:

Ár kritérium értékelési szempontja:

Ajánlatkérő az 1. szempontot (ajánlati ár) az értékarányosítás (fordított arányosítás) módszer szerint értékeli.

Minőségi kritérium értékelési szempontja:

2. szempont: Szakmai ajánlat: Az Ajánlattevőknek az ajánlatuk részeként kötelező benyújtani szakmai ajánlatot.

A szakmai ajánlatában Ajánlattevő mutassa be azt a kommunikációs koncepciót, amely támogatja az Ajánlatkérő 2024. évre vonatkozó kommunikációs céljait, értékeit és az Eufetv.-ben meghatározott küldetését.

Az Ajánlatkérő a szakmai ajánlattal kapcsolatos részletes elvárásokat a KD-ban határozza meg.

Ajánlatkérő az Ajánlattevő által benyújtott Szakmai ajánlatot 3 értékelési tényező alapján szakmai zsűri útján értékeli, a Közbeszerzési Dokumentumokban részletezi az értékelési tényezőket, külön-külön minden egyes értékelési tényező esetén megadja az értékelés módszerét, az azokra adható pontszámok meghatározásának szabályait. Az értékelés módszere, hogy a szakmai zsűri tagok a szakmai ajánlatokat értékelési tényezők alapján értékelik, a szakmai ajánlatot 0 és 100 pont között.

A szakmai zsűri tagok által a szakmai ajánlatra adott pontszámok összeadását, összesítését követően a legmagasabb pontszámot elérő Ajánlattevő szakmai ajánlata kapja az adott értékelési szempontra a maximális 100 pontot, a többi ajánlat pontszáma ehhez viszonyítva - a Közbeszerzési Hatóság útmutatója a nyertes Ajánlattevő kiválasztására szolgáló értékelési szempontrendszer alkalmazásáról (KÉ 2020. évi 60. szám; 2020. március 25.) 1. számú melléklet A. bekezdés 1. fejezet a) pont ab) alpont szerinti egyenes arányosítás módszerével.

A használt képleteket és a két értékelési módszer részletes leírását a Közbeszerzési Dokumentáció tartalmazza. A szempontonként kiosztható pontszám tartomány 0-100 pont.

Az Ajánlattevő a végleges szakmai ajánlatában a Végleges Műszaki Leírás I. pontjában foglaltakra és a fentiekben bemutatott dokumentumok tartalmára tekintettel akként mutassa be a kommunikációs koncepcióját, hogy abban:

1. határozzon meg kulcsüzeneteket;

2. készítsen vázlatos koncepcióval javaslatot 2 országos kommunikációs kampányra;

3. külső kommunikációs platform, módszer kidolgozásával tegyen javaslatot a jelenlegiek módosítására, felváltására, bővítésére is kitérve.

Az Ajánlatkérő hangsúlyosan felhívja az Ajánlattevők figyelmét, hogy a végleges szakmai ajánlatuk tárgyát képező kommunikációs koncepciójuk kidolgozása során legyenek arra tekintettel, hogy az Ajánlatkérő azt milyen értékelési tényezők alapján fogja szakmai zsűri útján értékelné. A végleges szakmai ajánlat részletes értékelését a Közbeszerzési Dokumentum 8. pontja tartalmazza teljesszöveggel, jelen pontban az összefüggés okán az értékelési tényezőket szintén rögzítjük.

Értékelési tényezők:

A) A kulcsüzenetek relevanciája, újszerűsége az Integritás Hatóság céljai és tevékenysége alapján

Előnyösnek, magasabb minőségűnek az a szakmai ajánlat minősül, amely az üzenetek relevanciáját, etikai elveinek és értékeinek megjelenését teljesszöveggel és részletesen, szakmai indoklásokkal kidolgoz. Magasabb pontszámot kapnak az innovatív, kreatív javaslatok, amelyek nem veszítik szem elől a relevancia és értékek megjelenését az üzenetekben.

B) A kommunikációs kampányok és a javasolt külső kommunikációs platform(ok) illeszkedése a kulcsüzenetekhez

A kommunikációs csatornák elérési adatai potenciális célcsoportokra bontva

- Költséghatékonyság a médiamixben

i. A legjobb ajánlatnak az az anyag minősül, amely minden részszöveget (amelyek a bírálati szempontrendszerben fel van sorolva) teljesszöveggel és részletesen, szakmai indoklásokkal kidolgoz.

ii. Az egyes médiaelemek használatát alá kell támasztani (standard iparági kutatásokkal). Minden a médiamixben szereplő médiára és médiumra kell iparági kutatásokon alapuló célcsoport elérési adatokat bemutatni pontos forrásmegjelöléssel. Készíteni kell pontos költséghatékonysági elemzést/számítást.

C) A kommunikációs kampányok eredetisége, kreativitása

- A kampánytervek mennyire figyelemfelhívóak, mennyire eredetiek, mennyire újszerűek.

- A kampánytervek mennyire involválóak, mennyire meggyőzőek a magyar lakosság számára.

- A kampánytervek mennyire beazonosíthatóak, mennyire köthetőek az Integritás Hatóság „brand”-jéhez.

A legjobb ajánlatnak az minősül, amelyben a layoutok látványterve a legjobban kapcsolódik az Ajánlatkérői elvárásokhoz, és amelyek leginkább újszerű megoldásokkal biztosítja az üzenet célcsoport számára történő eljuttatását.

V.2.6) A Kbt. 69. § (5) bekezdése alapján figyelmen kívül hagyott ajánlat(ok)

Figyelmen kívül hagyott ajánlatot tevők neve, címe, adószáma és minősítésük indoka:

Ajánlattevő neve, székhelye

Adószáma

V.2.7) A nyertes ajánlattevő

Ajánlattevő neve, címe, adószáma, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

Uniomedia Kommunikációs Ügynökség Zártkörűen Működő Részvénytársaság,
Magyarország 1026 Budapest, Torockó Utca 10. 1. em. 1.

24097129241

Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerint a legkedvezőbb ajánlatot tette.

Nettó ajánlati ár összesen (HUF):159 963 000,-Ft

Megbízási Keretszerződés keretösszege: nettó 290 095 000,-Ft

V.2.9) Alvállalkozó(k) igénybe vétele:

Igen

Ajánlattevő ajánlatában a közbeszerzésnek az(ok) a része(i), amely(ek)nek teljesítéséhez az ajánlattevő alvállalkozót kíván igénybe venni:

szövegírás, stratégiai kommunikációs tanácsadói tevékenység, egyéb PR tevékenység;stratégiai kommunikációs tanácsadói tevékenység

V.2.10) Alvállalkozó(k) megnevezése, adószáma:

Impact Works Szolgáltató és Tanácsadó Korlátolt Felelősségű Társaság (Adószám:13670665242;HÉA Európai Unió Adószám: HU13670665;Ország:Magyarország;Irányítószám:1143;Város:Budapest;Utca és házszám:Radovic Dusan Köz 5)
ROTHMAN&ROMAN LTD (Egyéb nemzeti azonosító:09347417;Ország:Egyesült Királyság;Irányítószám:EC2M 1QS;Város: London;Utca és házszám:Old Broad Street 69)

V.2.11) Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek

Az erőforrást nyújtó szervezet(ek), adószáma és az alkalmassági követelmény(ek) megjelölése, amely(ek) igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet(ek)re (is) támaszkodik a nyertes ajánlattevő ajánlatában:

V.2.8) A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő neve, címe, adószáma, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

V.2.9) Alvállalkozó(k) igénybe vétele:

V.2.11) Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek

Az erőforrást nyújtó szervezet(ek), adószáma és az alkalmassági követelmény(ek) megjelölése, amely(ek) igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet(ek)re (is) támaszkodik a nyertes ajánlattevő ajánlatában:

V.2.12) Az érvénytelen ajánlatot tevők

Az érvénytelen ajánlatot tevők neve, címe, adószáma és az érvénytelenség indoka:

Ajánlattevő neve, székhelye	Adószáma
HAR MERON HUNGARY Befektetési és Tanácsadó Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 1126 Budapest, Tóth Lőrinc Utca 31.	11583592243

Érvénytelenítés jogcíme:

- Kbt. 73.§ (1) bekezdés e) pont: egyéb módon nem felel meg az ajánlati, ajánlattételi vagy részvételi felhívásban és a közbeszerzési dokumentumokban, valamint a jogszabályokban meghatározott feltételeknek, ide nem értve a részvételi jelentkezés és az ajánlat ajánlatkérő által előírt formai követelményeit; Egyéb
- Kbt. 73.§ (2) bekezdés: Az (1) bekezdésben foglaltakon túl az ajánlat érvénytelen, ha aránytalanul alacsony ellenszolgáltatást vagy más teljesíthetetlen feltételt tartalmaz [72. §]

Érvénytelenség indoka:

1. A Kbt. 73. § (1) bek. e) pontja alapján

AK előírta szakmai ajánlat benyújtását és a Közbeszerzési Dokumentumokban meghatározta a szakmai ajánlattal szemben támasztott tartalmi követelményeit.

Közös AT szakmai ajánlata az érvénytelenné nyilvánításra vonatkozó tájékoztatóban meghatározott 7 okból súlyosan hiányos.

A Kbt. 71. § (8) bek. b) pontja - a Kbt. 2. § (7) bek.e értelmében kógens - rendelkezése rendkívül szűk körben, több együttes feltétel fennállása esetén biztosítja a szakmai ajánlat hiánypótlását: csak „nem jelentős, egyedi részletkérdésre vonatkozó hiba javítható vagy hiány pótolható”.

AK álláspontja szerint egyértelműen megállapítható, hogy a szerint a Közös AT szakmai ajánlatának fenti 1.-7. pontokban rögzített hiányai, hibái ezt meghaladó mértékűek, mivel jelentősek és nem egyedi részletkérdésekre vonatkoznak, ezért a hiánypótlás lehetősége nem áll fenn. Emiatt az AK-nek a Kbt. 71. § (10) bek.e alapján a végleges szakmai ajánlat alapján kell megítélnie annak érvényességét.

Miután a végleges szakmai ajánlat nem felel meg a kötelező érdemi ajánlattételi követelményeknek és a hiánypótlás lehetősége kizárt, ezért a HAR MERON HUNGARY Kft. és KEIOK Kft. Közös AT ajánlata érvénytelen 73. § (1) bek. e) pontja alapján.

2. A Kbt. 73. § 2) bek.e alapján

AK a Kbt. 72. § (1) bek.e alapján aránytalanul alacsony ár miatt árindokolást kért, részletesen megadva az érintett árelemeket, köztük a szakemberek díjazását, a Ft/óra szolgáltatásokat.

AK megállapította, hogy a Közös ATnek a Ft/óra, azaz a szerződés teljesítésének szakember díjazására vonatkozó árándokolása több ok miatt sem megalapozott, nem objektív, ellentétes a benyújtott, kötött részvételi jelentkezésükben és ajánlatukban foglaltakkal, sérti az ajánlati kötöttséget, mely miatt az nem elfogadható, és ezért megállapította a Közös AT ajánlatának a Kbt. 73. § (2) bek.e alapján az érvénytelenségét.

A Kbt. 72. § (3) bek. alapján az ajánlattevő kötelezettsége, hogy az ajánlati ára megalapozottságára vonatkozóan minden tény, adatot, kalkulációt az AK rendelkezésére bocsásson, továbbá árándokolása nem sértheti az ajánlati kötöttséget.

A Közös AT a fentiekben megadott Ft/óra árájánlati elemek tekintetében alapvetően kizárólag azzal indokolták a teljesíthetőséget, hogy „a már létező munkaszerződések keretein kívül” kívánnak eljárni, és a teljesítésben részt vevő szakemberekkel nyertességük esetén olyan új szerződéseket kötnek, amelyekben a jogszabályban meghatározott minimálbér /garantált bérminimum díjazást határozzák meg.

Azt is közölték a Közös AT, hogy „e munkaviszonyt igazoló dokumentumokat a szerződéskötést megelőzően - ez irányú kérés esetén - AK rendelkezésére bocsájtjuk”.

Az AK álláspontja szerint a fentiek alapján kijelenthető, a Közös AT megsértették a Kbt. 72. § (3) bek. azzal, hogy megtagadták az ajánlati árak megalapozottságára vonatkozó dokumentumoknak az AK rendelkezésére bocsátását. A Közös AT két okból is megsértették a Kbt. 72. § (3) bek. szerinti indokolási, tájékoztatási, dokumentumbenyújtási kötelezettségüket, mert egyrészt nem csatolták be a részvételre jelentkezésükben az alkalmasságuk igazolására bemutatott, munkaviszonyban álló szakembereik munkaszerződéseit, jelenleg hatályos munkabéruket és egyéb díjazásukat, másrészt a jövőbeli jogviszonyok tekintetében sem tettek lehetővé bármiféle ellenőrzést, mivel csak a szerződéskötést megelőzően kívántak külön kérésre tájékoztatást adni.

Következetes a közbeszerzési gyakorlat, hogy az indokolási, tájékoztatási, dokumentumbemutatói kötelezettség elmulasztásának következményeit az árándokolásra felhívottnak kell viselni, azaz ez is megalapozza a Kbt. 73. § (2) bek. szerint történő érvénytelenné nyilvánítást.

Az AK álláspontja szerint, mivel a Kbt. rendelkezései alapján a részvételre jelentkezésben bemutatott alkalmasság igazolására bekövetkezett a kötöttség, ezért nem elfogadható, nem objektív és ellentétes a Kbt. alapelveivel, hogy a Közös AT nem annak megfelelően kívánják indokolni az általuk megadott ajánlati áron történő teljesíthetőséget.

AK ezzel összefüggésben felhívja a figyelmet arra, hogy az egyik alkalmassági feltétel kiemelt relevanciával bír a szerződés megfelelő minőségben történő teljesítése vonatkozásában. Az alkalmassági követelménnyel, illetve annak igazolásával, és a Kbt. 138. § (2) bek.-ének megfelelő teljesítés követelményeivel ellentétes a Közös AT azon előadása az árándokolásukban, hogy junior kolléga közreműködésével is elláthatók a feladatok. Erre tekintettel az árándokolás ezen része sem elfogadható.

Önmagában is megalapozatlan Közös AT azon árándokolási módja, mivel a jelenleg hatályos minimálbérhez kívánná kötni az ajánlati ára indokolását. E jogszab-ok folyamatos felülvizsgálat alatt vannak, az elmúlt években jelentős emelkedések következtek be. AK 2 évre kíván szerződést kötni és előreláthatóan 2025.01.01-től, és 2026. 01.01. -től is akár jelentősen megemelkedett bérminimumokat kötelesek fizetni a munkáltatók. A Közös AT árándokolása fixnek veszi a jelenleg hatályos összegeket, és ezért nem elfogadható a 2 évre vonatkozó indokolása.

Amiatt sem elfogadható a Közös AT árándokolását, mert az abban bemutatott egyéb árájánlati/költségelemek ellentétesek a Közös AT 2023-as évben közzétett beszámolójuk adataival, illetve azokból levonható következtetésekkel.

A HAR MERON HUNGARY Kft. közzétett beszámolója értelmében 2023-ban anyagi jellegű ráfordításai voltak összesen 113.845.000,- Ft, míg a KEIOK Kft. esetében ez az összeg összesen 513.908.000,- Ft volt. Ehhez képest a két AT által feltüntetett alacsonyabb összegű havi általános jellegű ráfordítások költsége aránytalanul alacsonyak, azokat minimális mértékben vette figyelembe az óradíjra vonatkozó kalkulációja során. Emiatt az árándokolásban megadott havi összeg megalapozatlan, nem mutatják meg a Közös AT-k valós kiadásait, ellentétesek az általuk készített és közzétett beszámolókból levonható következtetésekkel.

V.2.13) Az összeférhetlenségi helyzet elhárítása érdekében az ajánlattevő(k) által tett intézkedések ismertetése:

Rész száma, elnevezése: 2 - Online és offline médiamenedzsment, médiavásárlás

A szerződés száma: 2

Az eljárás eredményes volt: Igen

V.2 Az eljárás eredménye

V.2.1) Ajánlatokra vonatkozó információk

A beérkezett ajánlatok száma: 3

V.2.2) Az érvényes ajánlatot tevők

Ajánlattevők neve, címe és adószáma, alkalmasságuk indokolása és ajánlatuknak az értékelési szempont szerinti tartalmi eleme(i):

Ajánlattevő neve, székhelye	Adószáma
-----------------------------	----------

New Land Media Reklám, Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 1025 Budapest, Felső Zöldmáli Út 72.	24670827244
---	-------------

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Ajánlati ár (kedvezmény mértéke %):51,2

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlati ár (kedvezmény mértéke %):48,55

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

V.2.3) Az ajánlatok értékelése

Az ajánlattevő neve:

A súlyszámmal szorzott értékelési pontszámok
ajánlattevőnként:

New Land Media Reklám, Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű
Társaság

8370

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Ajánlati ár (kedvezmény százalékos mértéke) 51,2 (elért pontszám:100*70 súlyszám=7000 pont)

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. Média stratégia megalapozottsága, kidolgozása

Értékelése:

A médiastratégia prezentációja 34 oldal + a médiaterv, melyben az Ajánlattevő nem tudott felépíteni, illetve épített fel olyan mértékű kidolgozottságot, részletezettséget és indokoltságot, mint a másik Ajánlattevő.

A szakmai ajánlatban ugyan megfelelő az iparági kutatások hivatkozási aránya, a terv felépítettsége logikus, ám a javaslat prezentálása, a grafikonok, emészthető ténybemutatók, és következtetések bemutatása szakmai szempontból jelentősen elmarad az elvárttól, mivel csak egy szöveges Word dokumentumot kapunk, amelyben a legszükségesebb és kezdetleges eszközökkel mutatja be Ajánlattevő tervét.

Az értékelési tényező tekintetében hangsúlyos elvárás volt, hogy az ajánlattevő részletesen vizsgálja meg és helyesen válassza ki a célcsoportot, illetve annak fogyasztói és médiahasználati szokásait, Ehhez képest a szakmai ajánlatból hiányzik a célcsoport fogyasztói szokásainak vizsgálata és meghatározása, médiafogyasztásai szokásainak elemzése azonban megjelenik a szakmai ajánlatban.

Az Ajánlattevő által az elemzéshez igénybe vett iparági szoftver a másodlagos célcsoportként megjelölt gazdasági szereplők alábontásakor nem nyújt teljes körű, megfelelő célcsoport-meghatározást. Ennek eredményeképpen Ajánlattevő nem tudta hitelt érdemlően megmutatni, hogy az EU-források által érintett gazdasági szereplőkhöz eljut-e az Integritás Hatóság üzenete a médiamix révén, amit a másik Ajánlattevő szoftvermegoldása képes volt megoldani.

Ajánlattevő stratégiájában lényegében egyoldalúan, 98%-ban csak az egyik általa megjelölt kampánycélra épít, a gazdasági kultúráváltás programjának meghirdetésére. Ezzel szemben lényegében elmarad az Integritás Hatóság másik fontos céljának, az ismertségnövelésnek a támogatása, mivel a 2 %-os érték mellett ezt a rendeltetését nem tudja betölteni.

A szakmai ajánlat súlyos ellentmondást is magában foglal e tekintetben, mivel ugyanakkor a III. pontban kifejezetten kommunikációs célként rögzíti, hogy az imázs kampány során a Hatóság ismertségét növelje. Az elkészített médiastratégia nem számol az állami szervezetek, köztük hasonló ajánlatkérői szervezetek hirdetési szokásaival, amelynek figyelmen kívül hagyása csökkenti a médiastratégia megalapozottságát.

A fentiekre tekintettel szakmai ajánlat súlyos hiányossága, hogy elmaradt az Ajánlatkérő által meghatározott célcsoportok fogyasztói szokásainak a vizsgálata, továbbá az Ajánlattevő által a szakmai ajánlatában használt iparági szoftver sem biztosította a mélyebb alábontást. A szakmai ajánlatban bemutatott médiastratégia ezen túlmenően nem áll összhangban sem az Ajánlatkérő által meghatározott kommunikációs célokkal, továbbá a szakmai ajánlat egymással ellentétes vállalásokat tartalmaz, melyre tekintettel alacsonyabb pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 31, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 10

Szakmai zsűri 2. tag: 11

Szakmai zsűri 3. tag: 10

2. Kommunikációs csatornák várható hatékonysági mutatói, szegmentált célcsoport elérésének tekintetében, iparági közönségmérő eszközök alapján

Értékelése:

Ezen értékelési tényező tekintetében kiemelt szempont volt a költséghatékonyság, mely, mint

közpénzfelhasználó Ajánlatkérőtől fokozottan elvárható, jelen szakmai ajánlatban az Ajánlattevő által javasolt kampány CPT értéke 11990 forint, amely többszöröse a másik ajánlatnak (640 Ft), így költséghatékonysága e szakmai ajánlatnak jelentősen rosszabb.

Nem előnye a szakmai ajánlatnak az sem, hogy a kampány összesített affinitási indexét Ajánlattevő nem adta meg.

Nem állapítható meg az Ajánlatkérő számára önmagában abból a szakmai ajánlat előnyössége, hogy az Ajánlattevő összelérésként több mint 200 milliót tüntetett fel. Miután a célcsoport meghatározása nem megfelelő, továbbá a költséghatékonysága kifejezetten rossz, önmagában az összelérési adat nem teszi előnyössé az ajánlatot.

A médiaelemek és médiamix használata alátámasztott iparági kutatásokkal, költséghatékonysági számolások megtörténtek. A budget leosztásának magyarázata érthető.

Az ajánlat bár relatíve nagyobb terjedelmet szentel annak, hogy a második, gazdasági célcsoportot meghatározza, azonban az általa használt iparági szoftver korlátai miatt az Ajánlattevő által levont következtetések nem kellő részletezettséggel fedik le azt, amit Ajánlatkérő a műszaki leírásban meghatározott (hiányoznak az EU-források érintettjei). Ezen túlmenően hátrány az is, hogy jelentősen megdrágította a célcsoport elérését, így ez a megoldás nem minősíthető költséghatékonynak.

Az elemzésből hiányzik annak bemutatása, hogy a kampány célcsoportjain belül az egyes személyek milyen gyakorisággal találkoznak a hirdetéssel. ennek mérésére kérdőíves vizsgálatot javasol Ajánlattevő utólagos értékelésként. Ehhez képest a másik Ajánlattevő az általa használt iparági szoftverekkel előzetesen biztosítja ezt, melynek alapján az Ajánlatkérő előre megalapozottan dönthet a kampányról.

A fentiekre tekintettel az Ajánlattevő szakmai ajánlata nem részletesen és nem teljes körűen kidolgozott, hiányosan mutatja be a célcsoportokra vetítve a kommunikációs csatornák elérési adatait, költséghatékonyság szempontjából kifejezetten hátrányos az Ajánlatkérő számára, mely hátrányokra tekintettel alacsonyabb pontszám került megállapításra.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 2. tényezőre: 41, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 15

Szakmai zsűri 2. tag: 13

Szakmai zsűri 3. tag: 13

3. TCR aránya

Értékelése:

Ajánlattevő több mint 40 millió forint TCR-kedvezményt tüntetett fel a szakmai ajánlatában. Azonban az Ajánlatkérő kifejezetten előírása ellenére elmaradt a szakmai ajánlatból, hogy médiumonként mutassák be az elért TCR-minősítésű hirdetések arányát a teljes felületszámhoz viszonyítva, továbbá azt is kifejezetten kérte, hogy ki kell mutatni az azonos hirdetési felületen elérhető net-net hirdetési árhoz való megtakarítás arányát a TCR-minősítés révén. Miután Ajánlattevő szakmai ajánlatában csak összesített értéket ad meg, teljeskörűen nem ítéhető meg, illetve nem ellenőrizhető az összesítetten megadott vállalási érték megalapozottsága.

A TCR fontossága az Integritás Hatóság szempontjából a társadalmi hasznosság hangsúlyozása mellett e társadalmi célt illető költségmegtakarítás, amely azonban nem lehet olyannyira relatív, hogy fontosság felülmúlja a célcsoport költséghatékony elérésének fő célját, mely tekintetben az Ajánlattevő ajánlata, miként az a 2. értékelési tényező tekintetében bemutatásra került, költséghatékonyság szempontjából kifejezetten hátrányos.

A szakmai ajánlat arra tekintettel nem kapott maximális pontszámot, mert az összesítetten megadott magas vállalási értékhez képest elmaradt – a fentiekben bemutatottak szerint – a vállalási érték részletes alábontása és alátámasztása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 3. tényezőre: 44, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 15

Szakmai zsűri 2. tag: 15

Szakmai zsűri 3. tag: 14

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 116

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 46

Értékelési résszempont szerinti pontszám: $46 \cdot 30 \text{ súlyszám} = 1370 \text{ pont}$

Redboxcom Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság

9638

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Ajánlati ár (kedvezmény százalékos mértéke) 48,55 (elért pontszám: $95 \cdot 70 \text{ súlyszám} = 6638 \text{ pont}$)

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. Média stratégia megalapozottsága, kidolgozása

Értékelése:

Ajánlattevő szakmai ajánlata 188 oldalas, részletes és alapos, mégis könnyen érthető, látványos formában mutatja be és indokolja szakmai ajánlatát, médiastratégiáját és médiatervét. A stratégia kidolgozottsága mindenre kiterjedő, a legfontosabb trendeket mutatja meg a hazai médiapiacról, hogy aztán azok legfontosabb tanulságait átvezesse a szűkebben vett szakmai feladat megoldására.

Ajánlattevő olyan korszerű, mesterséges intelligenciával támogatott médiatervezési szoftvert használ, amely révén a megszokottnál jóval pontosabb és relevánsabb szegmentálás válik elérhetővé. Így lehetséges, hogy az Ajánlattevő által megjelölt célcsoportok közül eredményesen tudja azonosítani az EU-forrásokkal érintett gazdasági szereplőket, ami mások által használt iparági eszközzel nem lehetséges (legalábbis ez derül ki a másik ajánlattevő szakmai ajánlatából, amelyet csak a tágabb, pontatlan fehérgalléros/vállalkozó szegmentálással tud közelíteni.) Ez az újszerű megközelítés lehetővé teszi nagyon fontos hatékonysági mutatók prezentálását.

Külön rész foglalkozik az állami hirdetésekkel, amely elemzést nem végzett el más Ajánlattevő: e hirdetői típusba tartozik az Integritás Hatóság, fontos volt tehát alátámasztani, miben tér el a médiastratégia a kereskedelmi célú hirdetési logikától.

Részletes útmutatót ad a lehetséges mérési módszerekre is, amelyeket le is vezet az adott kampányra.

Ajánlattevő részletesen kitér a célcsoport fogyasztási szokásainak, valamint médiahasználatának elemzésére. A stratégia magában foglalja az Integritás Hatóság mindkét releváns célját, mind az ismertségnövelést, mind az edukációt. Az Ajánlattevő által megtett javaslatok hatékonyan támogatják és megoldást nyújtanak a célok elérésére.

A szakmai ajánlat fenti bemutatása alapján megállapítható, hogy a célcsoport, a fogyasztói szokások, továbbá a médiahasználati szokások vizsgálata megfelelően megtörtént, aminek alapján Ajánlattevő megalapozott médiastratégiát dolgozott ki, és ezáltal megoldási javaslatot ad a Hatóság által meghatározott célokra. Erre való tekintettel a szakmai ajánlat részére magas pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 104, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 35

Szakmai zsűri 2. tag: 33

Szakmai zsűri 3. tag: 36

2. Kommunikációs csatornák várható hatékonysági mutatói, szegmentált célcsoport elérésének tekintetében, iparági közönségmérő eszközök alapján

Értékelése:

Ezen értékelési tényező tekintetében kiemelt szempont volt a költséghatékonyság, mely, mint közpénzfelhasználó Ajánlatkérőtől fokozottan elvárható, az Ajánlattevő által benyújtott médiaterv ebben kiemelkedően támogatja.

Az ajánlat része a fontos iparági mutató, az affinitási index (112%, ami nagyon jónak számít), és az elérési mutató, amely 156 029 129. A szakmai ajánlat kevésbé előnyös eleme ez az elérési mérték, mely 20%-al kevesebb mint a másik ajánlattevőé. Ugyanakkor ezt ellensúlyozza, hogy az Ajánlattevő által javasolt kampány költséghatékonysági mutatója (CPT) 640,9 Ft, amely töredéke (!) a másik ajánlattevőnek (11 990 Ft). Ezzel a kampány hatékonyságában vitathatatlanul jobb javaslatot mutat be.

A szakmai ajánlat előnye, hogy olyan összefoglaló mutatókat tartalmaz (pl. összkampány affinitási indexe, találkozási gyakoriság), amelyek átláthatóvá és ellenőrizhetővé teszik a kommunikációs kampány médiamixének tervezését és megvalósítását.

Ajánlattevő szakmai ajánlatában megjelölt célcsoportok közül találékonyan tudja azonosítani az EU-forrásokkal érintett gazdasági szereplőket, amely másik Ajánlattevő iparági eszközével nem lehetséges (legalábbis ez derül ki a másik pályázati anyagból, amely a hagyományos fehérgalléros/vállalkozó szegmentálással tud közelíteni.) Ez az újszerű megközelítés lehetővé teszi nagyon fontos és beszédes hatékonysági mutatók prezentálását, például egy személy hányszor találkozik egy hirdetéssel (médiatípusonként).

Az elemzés kitér a médiapiacot vezető kiadók, kereskedőházak bemutatására is, hogy érthető legyen: költséghatékonyság alapján melyek választékából érdemes meríteni a kampányhoz a célcsoporthoz illő médiafelület tekintetében.

A célcsoportok elérések nagyon részletesen bemutatottak, és két célcsoportból álló „feladványt” sikerült úgy megoldani, hogy a kampányt elérők több mint 5 alkalommal találkozzanak a hirdetéssel – erre vonatkozó vállalt számot más ajánlattevőnél nem láttunk.

A széles elérésű célcsoport elérésének felületeit külön választja a gazdasági szereplőktől, és részben eltérő médiamixet javasol, amelyet iparági kutatásokkal, számokkal teljeskörűen alátámaszt. Ugyanez mondható el a konkrét, típusokra bontott médiaterről.

Az Ajánlattevő a szakmai ajánlatában részletesen, teljeskörűen kidolgozta és bemutatta, az általa javasolt médiamixet, azt és annak költséghatékonyságát alátámasztotta a szakmai szempontból hatékonyabbnak ítélt iparági szoftverrel és releváns mutatókkal, a legmagasabb költséghatékonyságú médiamix javaslatot tette, melyre tekintettel indokolt kifejezetten magas pontszám meghatározása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 2. tényezőre: 120, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 40
Szakmai zsűri 2. tag: 40
Szakmai zsűri 3. tag: 40

3. TCR aránya
Értékelése:

Ajánlattevő a teljes kampányt tekintve 16% TCR kedvezményt mutatott be szakmai ajánlatában, amely arányát tekintve jelentősen alacsonyabb, mint a másik ajánlattevőé.

A szakmai ajánlat TCR-re vonatkozó része ugyanakkor részletesen, mélységében kidolgozott, megfelel az Ajánlatkérő által támogatott feltételeknek.

A szakmai ajánlat bár részletesen és mélységében kidolgozott a TCR kedvezmény tekintetében, alacsonyabb pontszám meghatározása indokolt, mert maga a TCR kedvezmény kisebb mértékű.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 3. tényezőre: 25, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 8
Szakmai zsűri 2. tag: 9
Szakmai zsűri 3. tag: 8

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 249

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 100

Értékelési résszempont szerinti pontszám: $100 \cdot 30 \cdot \text{súlyszám} = 3000 \text{ pont}$

V.2.4) Az ajánlatok értékelése során adható pontszám alsó és felső határa:

0 100

V.2.5) Az ajánlatok értékelése során módszernek (módszereknek) az ismertetése, amellyel az ajánlatkérő megadta az ajánlatok résszempontok szerinti tartalmi elemeinek értékelése során a ponthatárok közötti pontszámot:

Ajánlatkérő a közbeszerzési eljárás 2. része ajánlattételi szakaszában a végleges ajánlatokat a Kbt. 76. § (2) bekezdésének c) pontja szerint a legjobb ár-érték arány alapján értékeli. Ajánlatkérő az alábbi szempontokat határozta meg:

Ár kritérium értékelési szempontja:

Ajánlatkérő az 1. szempontot (kedvezmény mértéke %) az értékarányosítás (egyenes arányosítás) módszer szerint értékeli.

Ajánlatkérő az ajánlati árat az Ajánlattevők által megajánlott százalékos mértékű kedvezmény alapján fogja értékelni. Az Ajánlattevők által megadott százalékos kedvezményeket az Ajánlatkérő akként értékeli, hogy az összes kedvezmény matematikai átlagát kell a Felolvasólapon az Ajánlattevőknek feltüntetni, melyet tekint Ajánlatkérő betöltött funkciója alapján ajánlati árnak.

Minőségi kritérium értékelési szempontja:

2. szempont: Szakmai ajánlat: Az Ajánlattevőknek az ajánlatuk részeként kötelező benyújtani szakmai ajánlatot.

A szakmai ajánlatában Ajánlattevő mutasson be egy országos imidzskampányt, az arra vonatkozó csatornák, felületek megtervezésével, célcsoport alapján.

Az Ajánlatkérő a szakmai ajánlattal kapcsolatos részletes elvárásokat a KD-ban határozza meg. Ajánlatkérő az Ajánlattevő által benyújtott Szakmai ajánlatot 3 értékelési tényező alapján szakmai zsűri útján értékeli a Közbeszerzési

Dokumentumokban részletezi az értékelési tényezőket, külön-külön minden egyes értékelési tényező esetén megadja az értékelés módszerét, az azokra adható pontszámok meghatározásának szabályait. Az értékelés módszere, hogy a szakmai zsűri tagok a szakmai ajánlatokat értékelési tényezők alapján értéklik 0 és 100 pont között.

A szakmai zsűri tagok által a szakmai ajánlatra adott pontszámok összeadását, összesítését követően a legmagasabb pontszámot elérő Ajánlattevő szakmai ajánlata kapja az adott értékelési szempontra a maximális 100 pontot, a többi ajánlat pontszáma ehhez viszonyítva - a Közbeszerzési Hatóság útmutatója a nyertes Ajánlattevő kiválasztására szolgáló értékelési szempontrendszer alkalmazásáról (KÉ 2020. évi 60. szám; 2020. március 25.) 1. számú melléklet A. bekezdés 1. fejezet a) pont ab) alpont szerinti egyenes arányosítás módszerével.

A használt képleteket és a két értékelési módszer részletes leírását a Közbeszerzési Dokumentáció tartalmazza. A szempontként kiosztható pontszám tartomány 0-100 pont.

A szakmai ajánlatukban az Ajánlattevőknek meg kell tervezni egy országos imidzskampány csatornáit, felületeit a célcsoport alapján, és javaslatot kell tenniük a megfelelő felületek megvásárlására.

Értékelési tényezők:

A. Média stratégia megalapozottsága, kidolgozása

- célcsoport pontos meghatározás - célközönség(ek) profilja,

- fogyasztói szokások vizsgálata / meghatározása,

- célcsoport médiahasználati szokásainak vizsgálata,

- a kidolgozott stratégia mennyire van összhangban a 10. pontban meghatározott célokkal,

- a kidolgozott stratégia mennyire ad megoldási javaslatot a 10. pontban meghatározott célokra.

Előnyösnek, magasabb minőségűnek az a szakmai ajánlat minősül, amelyben minden részlem teljeskörűen és részletesen, szakmai indoklásokkal kidolgozott. Amennyiben az Ajánlattevő hibásan határozza meg, azaz fordítja át (média célcsoportra) a 10. pontban meghatározott célcsoportot vagy nem készíti el a célközönség profilt, vagy nem készíti el a

célcsoportok fogyasztási és média használati szokásainak vizsgálatát alacsonyabb pontszámot kap, mint az az Ajánlattevő, amely ezeket a részfeladatokat teljeskörűen elvégezte. A kidolgozott stratégia, a szakmai ajánlat összhangjának vizsgálata, valamint az ezekre adott megoldási javaslatok vizsgálata során az az Ajánlattevő kapja a maximális pontot, amely részletesen megindokolja, hogy a 8. pontban meghatározott célokat az általa kidolgozott stratégiával hogyan lehet elérni.

Az Ajánlattevőnek a kampány céljait tekintve részletesen kell vizsgálnia a célcsoport média és fogyasztási szokásait. Kommunikációs szempontból az Ajánlattevőnek írásban részletesen meg kell alapoznia az imidzskampány stratégiáját. Be kell mutatnia, hogy a 8.

pontban meghatározott kommunikációs célok, hogyan érhetőek el az általa meghatározott stratégiával és ez hogyan kerül összhangba a 8. pontban meghatározott célokkal.

B. Kommunikációs csatornák várható hatékonysági mutatói, szegmentált célcsoport elérésének tekintetében, iparági közönségmérés eszközök alapján

- használt kommunikációs csatornák (médiamix),
- a kommunikációs csatornák elérési adatai a célcsoportra vetítve,
- költséghatékonyság a médiamixben.

Előnyösnek, magasabb minőségűnek az a végleges szakmai ajánlat minősül, amely minden részlemez teljeskörűen és részletesen, szakmai indoklásokkal kidolgoz. Amennyiben az Ajánlattevő nem teljeskörűen vagy hibásan mutatja be a médiacsatornák hatékonyságát (pl. nem használ iparági szoftvereket, vagy nem pontosan jelöli a forrást) vagy nem vizsgál költséghatékonyságot (CPT vagy más médiamutató alapján), illetve nem értelmezi írásban a használt médiamutatókat alacsonyabb pontszámot kap, mint az az Ajánlattevő, aki ezeket a részfeladatokat elvégezte. Az egyes médiaelemek használatát alá kell támasztani (pl.: standard iparági kutatásokkal). Minden a médiamixben szereplő médiára és médiumra kell iparági kutatásokon alapuló célcsoport elérési adatokat bemutatni pontos forrásmegjelöléssel. Készíteni kell pontos költséghatékonysági elemzést/számítást (pl. CTP alapon). A költséghatékonysági számítások alapján részletesen ki kell dolgozni a budget leosztás arányainak magyarázatát

C. TCR aránya

A médiavásárlás során a médiumoknál elért TCR minősítésű hirdetések aránya a teljes felületszámhoz viszonyítva. Ki kell mutatni az azonos hirdetési felületen elérhető net-net hirdetési árhoz való megtakarítás arányát a TCR minősítés révén.

V.2.6) A Kbt. 69. § (5) bekezdése alapján figyelmen kívül hagyott ajánlat(ok)

Figyelmen kívül hagyott ajánlatot tevők neve, címe, adószáma és minősítésük indoka:

Ajánlattevő neve, székhelye

Adószáma

V.2.7) A nyertes ajánlattevő

Ajánlattevő neve, címe, adószáma, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

Redboxcom Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 2119 25826409213
Pécel, Boncsok Utca 23 Boncsok utca 23

A Közös Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerint a legkedvezőbb ajánlatot tette.

Ajánlati ár (kedvezmény százalékos mértéke) 48,55

Megbízási Keretszerződés keretösszege: nettó 593.000.000,- Ft

V.2.9) Alvállalkozó(k) igénybe vétele:

Nem

V.2.11) Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek

Az erőforrást nyújtó szervezet(ek), adószáma és az alkalmassági követelmény(ek) megjelölése, amely(ek) igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet(ek)re (is) támaszkodik a nyertes ajánlattevő ajánlatában:

V.2.8) A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő neve, címe, adószáma, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

V.2.9) Alvállalkozó(k) igénybe vétele:

V.2.11) Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek

Az erőforrást nyújtó szervezet(ek), adószáma és az alkalmassági követelmény(ek) megjelölése, amely(ek) igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet(ek)re (is) támaszkodik a nyertes ajánlattevő ajánlatában:

V.2.12) Az érvénytelen ajánlatot tevők

Az érvénytelen ajánlatot tevők neve, címe, adószáma és az érvénytelenség indoka:

Ajánlattevő neve, székhelye

Adószáma

Actual 77 Média Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 1202 Budapest, Torockó Utca 14 14821761243

Érvénytelenítés jogcíme:

EKR000314482024

● Kbt. 73.§ (1) bekezdés e) pont: egyéb módon nem felel meg az ajánlati, ajánlattételi vagy részvételi felhívásban és a közbeszerzési dokumentumokban, valamint a jogszabályokban meghatározott feltételeknek, ide nem értve a részvételi jelentkezés és az ajánlat ajánlatkérő által előírt formai követelményeit; Egyéb

Érvénytelenség indoka:

A Kbt. 66. § (1) bekezdése előírja, hogy a gazdasági szereplőknek az ajánlatukat a Közbeszerzési Dokumentumokban meghatározott tartalmi és formai követelményeknek megfelelően kell elkészítenie és benyújtania. „Kbt. 73. § (1) Az ajánlat ... érvénytelen, ha e) egyéb módon nem felel meg az ajánlati, ajánlattételi vagy részvételi felhívásban és a közbeszerzési dokumentumokban, valamint a jogszabályokban meghatározott feltételeknek, ide nem értve a részvételi jelentkezés és az ajánlat ajánlatkérő által előírt formai követelményeit;” Ajánlatkérő a Végleges Ajánlattételi Dokumentumokban meghatározta a 2. részben az ajánlati ár megtételére vonatkozó érdemi ajánlattételi követelményeit. Ajánlatkérő a Végleges Ajánlattételi Dokumentumok részeként módosított ártáblázatot adott ki, melynek munkalapjain kellett az Ajánlattevőknek megadni tételenként a végleges árajánlatukat, a százalékos mértékű kedvezményüket, a net-net árat. Ajánlatkérő a Végleges Közbeszerzési Dokumentumban kikötötte: „Az Ajánlattevőknek a végleges ártáblázatban a százalékos kedvezmény értékét akként kell megadni, hogy az foglalja magában az egyes médiumok listaárából, a tarifaárból levont összes kedvezményt tartalmazó %-os mértéket, azaz net-net árat kell megadniuk. Az Ajánlattevőknek a végleges Ártáblázatot minden sorát teljeskörűen ki kell tölteniük. A végleges Ártáblázat sora nem hagyható üresen, továbbá nem adható szöveges magyarázat, válasz sem, kizárólag %-os mértékű kedvezményre vonatkozó megajánlás tehető azzal, hogy amennyiben az Ajánlattevő bármely okból nem tud a konkrét médium tekintetében konkrét kedvezmény mértéket megadni, akkor 0 %-os mértékű vállalatot kell feltüntetni. Ajánlatkérő a 0 %-os mértékű megajánlást érvényes végleges ajánlatként elfogadja. Az Ajánlattevőknek a végleges Ártáblázat kitöltéséhez külön magyarázatot, igazolásokat nem kell csatolni. Az Ajánlattevőknek a Felolvasólapon a kiadott végleges Ártáblázat Összesítőlapján a Mindösszesen sor a C27 mező értékét kell feltüntetni, mely a végleges ártáblázat összes kedvezményvállalás matematikai átlaga.” Ajánlatkérő a Végleges Ajánlattételi Dokumentumok ajánlati ár értékelésére vonatkozó részében az alábbiakat is előírta: „Ajánlatkérő az ajánlati árat a net-net ár alapján értékeli, azaz az egyes médiumok listaárából, a tarifaárból levont összes kedvezményt tartalmazó %-os mértéket kell az Ajánlattevőknek a végleges ártáblázatban megadniuk. az Ajánlattevők által megajánlott százalékos mértékű kedvezmény alapján fogja értékelni. Az Ajánlatkérő végleges ártáblázatot ad ki, melyeken a különböző médiafelületeken és a különböző kiadványokra kell az Ajánlattevőknek egyedileg megadni a százalékos mértékű kedvezményüket. A végleges ajánlatban szereplő kedvezmény mértéknek fixnek kell lennie, vagyis az Ajánlattevők semmilyen formában és semmilyen hivatkozással nem tehetnek változó mértékű kedvezményt tartalmazó ajánlatot.” Ajánlatkérő megállapította, hogy az Actual 77 Média Korlátolt Felelősségű Társaság Ajánlattevő a végleges ajánlatában az Ártáblázatot mind Excel, mind .pdf formátumban akként nyújtotta be, hogy azt kiegészítette egy további „D” „Megjegyzés” oszloppal, melyben a „C” oszlopban megadott végleges kedvezmény mérték vállalásaihoz képest a legtöbb munkalapon számos médium tekintetében feltételeket szabott a kedvezmény mérték alkalmazása tekintetében, valamint számos esetben a „C” oszlopban megadott vállalásához képest eltérő kedvezmény mértéket adott meg meghatározott értékhatárhoz kötötten. Ajánlatkérő megállapította, hogy a fentiekre tekintettel az Actual 77 Média Korlátolt Felelősségű Társaság Ajánlattevő végleges ajánlata nem felel meg az Ajánlatkérő érdemi ajánlattételi követelményeinek, változó ajánlati árat adott, melyre tekintettel az Ajánlattevő ajánlata a Kbt. 73. § (1) bekezdés e) pontja alapján érvénytelen.

V.2.13) Az összeférhetlenségi helyzet elhárítása érdekében az ajánlattevő(k) által tett intézkedések ismertetése:

Rész száma, elnevezése: 3 - Kreatív tervezési és gyártási feladatok

A szerződés száma: 3

Az eljárás eredményes volt:

Igen

V.2 Az eljárás eredménye

V.2.1) Ajánlatokra vonatkozó információk

A beérkezett ajánlatok száma: 5

V.2.2) Az érvényes ajánlatot tevők

Ajánlattevők neve, címe és adószáma, alkalmasságuk indokolása és ajánlatuknak az értékelési szempont szerinti tartalmi eleme(i):

Ajánlattevő neve, székhelye

Adószáma

New Land Media Reklám, Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság,
Magyarország 1025 Budapest, Felső Zöldmáli Út 72.

24670827244

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Nettó ajánlati ár összesen (HUF): 155 130 890

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

Redboxcom Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 2119
Pécel, Boncsok Utca 23 Boncsok utca 23

25826409213

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Nettó ajánlati ár összesen (HUF): 307 470 000

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

Roxer Kommunikációs Ügynökség Kft., Magyarország 1114 Budapest, Bartók Béla Út 35. 5. em. 2 13354921243

/b. ajtó

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Nettó ajánlati ár összesen (HUF): 263 547 150

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

Super11 Creative Zártkörűen Működő Részvénytársaság, Magyarország 1118 Budapest, Homonna 25460731243

Utca 2-4. 4. em

Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlat értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:

Nettó ajánlati ár összesen (HUF): 183 220 000

Szakmai ajánlat: 3 tagú szakmai zsűri által került értékelésre (lásd: V.2.3. pont szerinti értékelést)

V.2.3) Az ajánlatok értékelése

Az ajánlattevő neve:

A súlyszámmal szorzott értékelési pontszámok
ajánlattevőnként:

New Land Media Reklám, Szolgáltató és Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű
Társaság

7160

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Közös Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:
Nettó ajánlati ár összesen (HUF): 155 130 890 (elért pontszám: 100*60 súlyszám=6000 pont)

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kidolgozott layout tervek egységessége és megfelelése a kreatív koncepciónak
Értékelése:

Ajánlattevő két koncepciót dolgozott ki szakmai ajánlatában.

Az első "Nincs kivétel": nagy hátránya, hogy a koncepció csak közvetetten kötődik a közbeszerzési dokumentumokban a szakmai ajánlat tárgyaként meghatározott Digitális Antikorrupció konferencia témáihoz, célcsoportéhoz, mely miatt elvárt funkcióját korlátozottan tudja betölteni.

A koncepció egyetlen vizuális motívumra épül, amelyet a szakmai ajánlatkérésben kért elemekre mechanikusan rámeretéz. Az egyes eszközök vizuális megjelenése ugyan egymásra épül, de ezzel monotonná és túlzottan leegyszerűsítővé teszi a layoutokat és merőben minimális értelmzéssel gondolja egységesnek mindezt és az elvárthoz képest kisebb terjedelemben mutatja be a kiadvány layoutját célcsoport
A Bizalom kultúrája koncepció közvetetten kötődik a konferencia tárgyához.

E tekintetben is kulcsvizuál és layouttervek vázlatosan készültek csak el, a kiadványtervek mindössze három elemet adott meg..

A szakmai ajánlat kevésbé kidolgozott LinkedIn poszt tekintetében is, az Ajánlattevő az általa elkészített 2 kreatívhoz 1 db LinkedIn poszt illusztráció készített..

Az Integritás Hatóság arcuati elemeit a layout tervek sajátosságaihoz igazodóan szűkebb körben alkalmazza. A layouttervek nem tartalmazzak angol nyelvű verziókat, nem utalnak a nemzetközi jellegre.

A szakmai ajánlat nagy hátránya - a többi szakmai ajánlathoz képest -, hogy csak közvetetten kötődik a szakmai ajánlat tárgyaként meghatározott Digitális Antikorrupció konferenciához és annak célcsoportéhoz. Emellett a szakmai ajánlat több tekintetben is kevésbé kidolgozott. Mindezekre tekintettel alacsonyabb pontszám megadása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 27, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 10

Szakmai zsűri 2. tag: 8
Szakmai zsűri 3. tag: 9

2. A szakmai ajánlatban meghatározott grafikai layout tervek (sajtóhirdetés, rollup, kiadvány, LinkedIn-posztok) egyedisége, kreativitása

Értékelése:

- Ezen értékelési tényezők körében több tekintetben is értékelésre kerülő elemként határozta meg Ajánlatkérő, hogy mennyire meggyőzőek a célcsoport számára, mennyire köthetőek a "márkához" a célcsoport számára, mennyire felelnek meg a célcsoport elvárásainak. Ajánlattevő mindkét koncepciójának súlyos hátránya, hogy Ajánlattevő másként határozta meg a célcsoportot, miként az Ajánlatkérő a közbeszerzési dokumentumokban rögzítette, mely miatt a célcsoport számára történő elvárt hatás korlátozottan érvényesülhet.
- Ajánlatkérő által meghatározott célcsoportok: compliance és csalásfelderítési szakma nemzetközi képviselői, államigazgatási szervek, korrupcióellenes és mesterségi intelligenciával kapcsolatos kutatásokat végző felsőoktatási intézmények, kutatóintézetek, antikorrupciós civil szervezetek, sajtó. A szakmai ajánlatot az Ajánlattevőknek a fenti célcsoport számára kellett kidolgozni.
- A layout terveken olyan technológiát nem alkalmazott, amely bármilyen szempontból innovációnak számít és a célcsoport számára sem meggyőzőek, mivel Ajánlattevő nem a definiált célcsoportra dolgozta ki szakmai ajánlatát.

A „Nincs kivétel” koncepció esetében hiba, hogy a nemzetközi szakirodalmat figyelmen kívül hagyva negatív üzenetet tartalma a kulcsvizuál koncepciója és headline-ja, ezzel erősítve az ajánlatrész alkalmatlanságát a megvalósításra. A koncepció nem nevezhető kreatív, a konferencia témájához kapcsolódása nem értelmezhető, arra nem asszociálható. A vizuális koncepciótervek nem egyediek, hiszen azok meghatározó elemét, színt az EU zászló adja és az elmúlt időszakban Magyarországon számos, nagyon hasonló képet valamint EU ikonográfiát használó hirdetések gyakoriak voltak.

- A „Bizalom kultúrája” kapcsán képi közhellyel (kézfogás, Duna-híd) operáló koncepciót és layoutterveket kapunk, amelyek egymásra helyezése sem kreatív, sem egyedinek nem minősül. A kompozíciók vagy a 70-es, 80-as évekből köszönnek vissza némileg modernizálva, az alkalmazott stockfotók pedig kizárják, hogy újszerűnek vagy eredetinek lehessen nevezni a terveket. Ez leginkább akkor válik nyilvánvalóvá, amikor a további layout tervek nem tudnak kellően mozgalmos, modern, innovatív felületeket produkálni, mivel az alapanyag nem alkalmas változatos, mégis összefüggő mutációkat inspirálni.
- A szakmai ajánlat egyik része sem mutat affinitást a szakmai/üzleti konferenciák hangvétele, vizuális megfogalmazása iránt, nem mutat magas színvonalú vizualitást, innovatív üzenetet és megvalósítást.

A szakmai ajánlat nem követi az aktuális vizuális trendeket, az elemek elrendezése, betűtípusa, a képi szimbolika közhelyessége okán elmarad a hasonló vagy akár az Integritás Hatóság előző, azonos témájú konferenciájának friss, innovatív vizualitásától.

A bemutatott anyagok tehát kevéssé involválóak, nem újszerűek, vizuálisan közhelyesek és nem kapcsolódnak a konferencia főtémájához.

A szakmai ajánlat nagy hátránya, mely miatt korlátozottan tudja betölteni az értékelési tényező tekintetében elvárt rendeltetését, hogy az Ajánlattevő a két koncepcióját nem az Ajánlatkérő által kért célcsoport számára dolgozta ki miként az a fentiekben bemutatásra került. Egyik koncepció sem tekinthető - a fentiekben megadott indoklás szerint - egyedinek vagy kreatív. Mindezen súlyos hátrányokra tekintettel alacsonyabb pontszám megadása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 2. tényezőre: 38, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 15
Szakmai zsűri 2. tag: 12
Szakmai zsűri 3. tag: 11

3. A célcsoport elérésének és az üzenet célba juttatásának hatékonysága video révén

Értékelése:

A „Nincs kivétel” kulcsvizuálhoz kötődő video storyboard célcsoport megjelölése hibás, hiszen azokat Ajánlatkérő megadta a műszaki leírásban.

Ajánlatkérő által meghatározott célcsoportok: compliance és csalásfelderítési szakma nemzetközi képviselői, államigazgatási szervek, korrupcióellenes és mesterségi intelligenciával kapcsolatos kutatásokat végző felsőoktatási intézmények, kutatóintézetek, antikorrupciós civil szervezetek, sajtó. A szakmai ajánlatot az Ajánlattevőknek a fenti célcsoport számára kellett kidolgozni.

Ehhez képest a beadott szakmai ajánlat (Integritas Hatosag 3-as feladatcsoport szakmai ajanlat.pdf) 5. és 21. oldalán Ajánlattevő teljesen más célcsoportot - általános nyilvánosság, különösen azok, akik érdeklődnek az uniós források felhasználása iránt - határoz meg.

A storyboard mindössze 3 képből áll, nem látszik, miként töltené meg a tartalom a javasolt 30 másodpercet. A storyboard elnagyolt, túlságosan vázlatos, nem involváló, nincs ok, amiért nézője szívesen részt venne a konferencián, és arra sincs utalás (CTA), hogy miként tudna közelebb jutni ehhez, hová fordulna, ha mégis így tenne.

A „Bizalom kultúrája” storyboard jobban kidolgozott, több ötletet tartalmaz, jobban látható a történet íve, és

az, miként tölti meg a 30 másodpercet. A narráció jobb kidolgozást érdemelne, de ez a videó jobban megfelel az üzleti/szakmai beharangozó videók sztenderdjeinek, jobban felkelti az érdeklődést és konkrétan mutatja be, miért is érdemes részt venni.

Megjegyzendő, hogy a videó szinopszis (pdf 18. oldal) és a story moodon (pdf 21. oldal), valamint a láblécekben mindenütt helytelenül írja Ajánlattevő az esemény AK által megadott megnevezését.

Miután ezen értékelési tényezőnél a fő értékelési elem az volt, hogy mennyire hatékony a célcsoport elérése és az üzenet célba juttatása a videó révén - a fentiekre tekintettel alacsony pontszám meghatározása indokolt, mivel az Ajánlattevő nem megfelelő célcsoport számára készítette el a videót, továbbá az egyik storyboardja részben kidolgozatlan és a másik sem magas színvonalú.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 3. tényezőre: 18, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 8

Szakmai zsűri 2. tag: 5

Szakmai zsűri 3. tag: 5

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 83

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 29

Értékelési résszempont szerinti pontszám: $29 \cdot 40$ súlysúlyszám=1160 pont

Redboxcom Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság

5960

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Közös Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei:
Nettó ajánlati ár összesen (HUF):307 470 000 (elért pontszám: $50 \cdot 60$ súlysúlyszám=3000 pont)

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kidolgozott layout tervek egységessége és megfelelése a kreatív koncepciónak
Értékelése:

Átgondolt key visual és headline jellemzi a szakmai ajánlat elejét, amelyet a layout terveken határozott koherenciával követ végig.

A robotkéz és kód motívuma összekapcsolja az összes megjelenő layout tervet és konzekvensen, mégis jó arányérzékkel helyezi el minden kért felületen. Ezzel úgy erősíti meg a konferencia anyagainak koherens vizuális megjelenését, hogy nem válik monotonná vagy leegyszerűsítetté.

Az Integritás Hatóság arcuati elemeit a layout tervei sajátosságaihoz igazodva szűkebb körben alkalmazza..

A layout tervek nem tartalmaznak angol változatokat és nem utalnak nemzetköziségre, ami segítené az üzenet és a tervek koherenciáját.

Az egyes eszközök az egységes vizuális megjelenésnek köszönhetően erősítik egymást, az egyes eszközök vizuális megjelenése koherens, egymásra épülnek.

A layout tervek az értékelési tényező szempontjából magas színvonalúak, így jelzett kisebb hátrányok mellett is indokolt magasabb pontszám meghatározása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 101, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 32

Szakmai zsűri 2. tag: 30

Szakmai zsűri 3. tag: 39

2. A szakmai ajánlatban meghatározott grafikai layout tervek (sajtóhirdetés, roll-up, kiadvány, LinkedIn-posztok) egyedisége, kreativitása
Értékelése:

A szakmai ajánlat megfelelő, sztenderd feladatteljesítés képét mutatja, e mellett nem találni benne olyan kiemelhetően kreatív vagy egyedi megoldást, amely emlékeztetéssé teszi.

Az Ajánlattevő által alkalmazott megoldások nem újszerűek. A grafikai elemek és megközelítés jelentősen nem különbözik a piacon lévő versenytársak megoldásaitól. A layoutok bár beazonosíthatóak, a megadott célcsoport figyelmét nem keltik fel, elköteleződését nem segítik elő, így a célcsoport azon tagjai számára köthetőek a „márkához”, akiket már más eszközökkel elért a Hatóság. Kérdéses a kulcsvizuálban alkalmazott kód alkalmassága, hiszen emlékeztet arra a kód megjelenésre, amelyet az internet oldalak hibás megjelenésekor tapasztal az ember: emiatt ez az elem megakasztja a teljes layout terv befogadását és gyengíti a hatását.

A megadott célcsoport kisebb részének lehet csak egyértelmű, hogy mit jelent a Tiszta kódok kifejezés (IT-szakembereknek). A headline második része a Tiszta kezek, avagy a Mani pulite, az egész olasz politikai életet behálózó korrupció elleni bírósági eljárásorozat elnevezése volt az 1990-es évek elején. Ennek használata nem egyeztethető össze, a részleges egyezés - korrupció megelőzését, felderítését, kijavítását célzó tevékenység - ellenére sem az Integritás Hatóság tevékenységével és a konferencia üzenetével, miközben az

elért célcsoportot is szűkítheti

A kiadvány, a roll-up és a LinkedIn tervek szakmailag megfelelők, összhangban vannak a az üzleti jellegű konferenciabeharangozó elemek piacon használt gyakorlatával.

Emellett a kiadvány tervében elnagyolt, darabos megoldásokat látunk az oldalakon (sötét alapon fehér szövegkeretek, ezek random színezése és elhelyezése a portréoldalakon, vázlatosnak ható szöveges belív layout), az egyik belív tervén például az infografika egy az egyben az Excel által elkészített diagram. Bár kreatívak az ikontervek, funkcionálisan nincsenek bemutatva a szakmai ajánlatban.

Az értékelési tényező tárgya tekintetében korrekten kidolgozott szakmai ajánlat került benyújtásra, de emellett - a fentiekre tekintettel - nem tartalmaz kiemelkedően kreatív, egyedi elemeket, megoldásokat, melyre tekintettel magas pontszám meghatározása nem indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 2. tényezőre: 64, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 25

Szakmai zsűri 2. tag: 20

Szakmai zsűri 3. tag: 19

3. A célcsoport elérésének és az üzenet célba juttatásának hatékonysága video révén

Értékelése:

A videoterv egy televíziós reklámfilm kategóriáját képviseli, ezen belül megvalósítható, jó elképzelés, a szakmai ajánlatok közül az egyik legszínvonalasabb.

Az alkalmazott vizuális elemek koherensek és összhangban állnak az Integritás Hatóság arculatával is, miközben az eseménynek saját arculatot hoztak létre.

A három szereplő egy-egy típust képvisel, amely beazonosítható a konferencia célcsoportjának, ráadásul az emberek szerepeltetése mindig nagyobb nézői figyelemmel jár. A storyboard jól írja a kameramozgásokat, jól követhető és involváló a történet. A kísérő zenére, narrációra, időtartamra, ritmusra nem tartalmaz utalást a film

A storyboardban is megjelenő Tiszta kódok, tiszta kezek headline áthallásosága miatt nem szerencsés választás.

A fentiekre tekintettel, az értékelési tényező tárgya tekintetében magas színvonalon kidolgozott szakmai ajánlat került benyújtásra, így egyes kevésbé előnyös eleme(i) mellett is indokolt a magasabb pontszám megadása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 3. tényezőre: 50, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 19

Szakmai zsűri 2. tag: 15

Szakmai zsűri 3. tag: 16

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 215

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 74

Értékelési résszempont szerinti pontszám: $74 \cdot 40$ súlysúlyszám=2960 pont

Roxer Kommunikációs Ügynökség Kft.

6380

Szöveges értékelés:

A Közös Ajánlattevők ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, a Közös Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került. Közös Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerinti tartalmi elemei: Nettó ajánlati ár összesen (HUF): 263 547 150 (elért pontszám: $59 \cdot 60$ súlysúlyszám=3540 pont)

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kidolgozott layout tervek egységessége és megfelelése a kreatív koncepciónak

Értékelése:

A javasolt kulcsvizuál és az annak mentén megvalósított layouttervek önmagukban következetesek, végig azonosak és jól felismerhetők. Az eszközök vizuális megjelenése koherens, egymásra épülő.

Az Ajánlattevő részletesen és magas minőségben kidolgozta a konferencia arculati elemeit, amelynek sajátosságaihoz igazodóan szűkebb mértékben alkalmazta az Integritás Hatóság arculati elemeit. A szakmai ajánlat egy része még tartalmaz angol nyelvű elemeket, ám a továbbiakban ezek elmaradnak (például éppen a LinkedIn posztjavaslatok esetén), így a konferencia nemzetközi voltát egyáltalán nem érzékelteti az ajánlat. A vizuális tervek egy része nem érződik szervezettnek, a szövegelemek elhelyezése meglehetősen esetleges, erre különösen felfigyelhetünk például a Sajtóhirdetés 2 vagy a LinkedIn2 elemek esetén.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlata megadott layout tervek - miként az a fentiekben bemutatásra került - koherensek és egységesek. Az emellett megjelölt kisebb hátrányokra tekintettel a legmagasabbhoz képest arányosan csökkentett pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 85, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 30

Szakmai zsűri 2. tag: 20

Szakmai zsűri 3. tag: 35

2. A szakmai ajánlatban meghatározott grafikai layout tervek (sajtóhirdetés, rollup, kiadvány, LinkedIn-posztok) egyedisége, kreativitása

Értékelése:

Ajánlattevő minden felületen alkalmazza a legújabb technológiákat, amiktől a szakmai anyagban szereplő megoldások újszerűek. A szakmai anyag extra részében ismertetett megoldások valóban szokatlanul innovatívak, merészek a magyarországi szakmai rendezvényeknél.

Ajánlattevő a jelenlegi digitális és AR technológia ötleteit integrálja a hagyományos, a szakmai ajánlathoz kért műfajokban. Tehát kiadványként nem egy brosúrát vagy katalógust javasol, hanem AR-elemekkel dúsított, kihajtható füzetet, nem roll-upot hanem LED-es képernyőt, melyek úttörő megoldások, a többi ajánlattevő megoldásainál technológiailag modernebbek: ezt még tovább fűzi „Extra” címet kapott fejezetében, ahol az egész konferenciára vonatkozó további kiegészítő dekorációs, regisztrációs, sőt catering ötleteket mutat be. A javasolt megoldások mindegyike nagyon kreatív, kétségkívül egyedi.

A javasolt morph kulcsvizuál jelentése azonban nehezen kapcsolható az Integritás Hatóság szándékaihoz, és Ajánlattevő nem is támasztja alá kellően ennek szimbolikáját az antikorrupciós/digitális főtémához, az asszociáció pedig nem egyértelmű. Emiatt nem világos, miért éppen ez, a technikailag és a szakmai ajánlat minőségét tekintve is rendkívül látványos, megoldásra esett a választás. Az említett kreatív AR és digitális megoldások, az Extra megoldások felvethetik a csökkentettebb elérhetőséget, továbbá kevésbé érvényesülnek mellette a Hatóság fő üzenetei.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlata - miként az a fentiekben bemutatásra került - számos kiemelkedően innovatív megoldást tartalmaz, azonban épp ezzel összefüggésben a kulcsvizuál nehéz érthetősége miatt csökken az ezen értékelési tényező tekintetében releváns értékelési elemek hatékonysága (azaz mennyire meggyőzőek, érthetőek el a célcsoport számára), erre tekintettel nem indokolt kifejezetten magas pontszám meghatározása.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 2. tényezőre: 81, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 24

Szakmai zsűri 2. tag: 24

Szakmai zsűri 3. tag: 33

3. A célcsoport elérésének és az üzenet célba juttatásának hatékonysága video révén

Értékelése:

A szakmai ajánlatban lévő storyboardban alkalmazott - fluid anyag a „liquid morph” - figyelemfelkeltő, innovatív vizuális hatást kelt mozgóképként. A javasolt video vezető motívumaként egy technológiai konferenciaként azonban kétséges, mert nem kelt asszociációkat, „l’art pour l’art” esztétikai elem csupán. A javasolt video alap gondolata, felépítése és képei nem egyértelműek. A storyboard képein látható történések nem állnak össze egésszé, a szimbolika túlságosan homályos, elvont, és a folytonos morfológiai mozgáson kívül más koherenciát nem tükröz benne. Alapvető félreértés, hogy egy kézfogást tartalmazó jelenetet (amely vizuális közhely maga is) a korrupció jelének értelmezné a videó nézője, mikor az éppen az egyetértés, üzletkötés jele. Hiba, hogy a videó nem utal a konferencia nemzetköziségére, tartalmára, előadóira és nem tartalmaz CTA-t.

Vizualitásában egyébként következetes a szakmai ajánlat elején megfogalmazott kulcsvizuállal és a többi eszköz layout tervével.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlata - miként az a fentiekben bemutatásra került - bár innovatív megoldást tartalmaz, de az üzenet célba juttatása szempontjából nem egyértelműek, félreérthetőek. Emiatt bár a szakmai ajánlat magas szakmai színvonalon kidolgozott, de arányosan csökkentett pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 3. tényezőre: 38, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 10

Szakmai zsűri 2. tag: 10

Szakmai zsűri 3. tag: 18

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 204

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma: 71

Értékelési résszempont szerinti pontszám: $71 * 40$ súlyszám = 2840 pont

A szakmai ajánlat indokolással ellátott értékelése a megadott értékelési tényezők szerint:

1. A kidolgozott layout tervek egységessége és megfelelése a kreatív koncepciónak

Értékelése:

Ajánlattevő egységes, releváns kreatív koncepciót ötvözött az Integritás Hatóság arculati elemei felhasználásával.

Egyedi, releváns, a mesterséges intelligencia és bűnülködés vizualitásának ötvözésére épülő kreatív koncepciója az Ajánlattevőnek (digitális, térbeli ujjlenyomat), amely összekapcsolja az összes megjelenő layout tervet és konzekvensen, mégis jó arányérzékkel, stílusosan helyezi el minden kért felületen. Ezzel úgy erősíti meg a konferencia anyagainak koherens vizuális megjelenését, hogy nem válik monotonná vagy leegyszerűsítetté. Az angol nyelven megfogalmazott anyagok megfelelnek a konferencia nemzetköziségének. Az első oldalon bemutatott ikonok az ajánlat többi eleménél is felhasználhatóak lettek volna.

Az Ajánlattevő tette - összevetve a többi szakmai ajánlattal - a konferencia céljának, célcsoportjának, az Integritás Hatóság arculati elemeinek legmegfelelőbb, magas minőségben kidolgozott, koherens a kreatív koncepcióval összhangban álló szakmai ajánlatot, melyre tekintettel magas pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége az 1. tényezőre: 117, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 39

Szakmai zsűri 2. tag: 39

Szakmai zsűri 3. tag: 39

2. A szakmai ajánlatban meghatározott grafikai layout tervek (sajtóhirdetés, rollup, kiadvány, LinkedIn-posztok) egyedisége, kreativitása

Értékelése:

Egyedi, releváns a mesterséges intelligencia és bűnülködés vizualitásának ötvözésére épülő kreatív koncepció (digitális, térbeli ujjlenyomat), amely összekapcsolja az összes megjelenő layout tervet. A Digitális Antikorrupció kifejezésre egyedi, mégis első rápillantás után máris egyértelmű, magától értetődő asszociációt kelt az ujjlenyomat. Az arculati színek használata és egy új, azúr jellegű „accent” szín behozása tükrözi a szakmai ajánlatban megjelölt célcsoport komoly, szakmai technológiai innováció iránti érdeklődését., és egyértelműen beazonosíthatóvá teszi mindegyik tervet.

A szakmai ajánlat legkiemelkedőbb layoutterve a LinkedIn posztok, amely fontos médium, hiszen részt vesz a konferencia elő, közben és utókommunikációjában is. Itt az Integritás Hatóság logójának egyik részlete lesz a kompozíció szervezőeleme, amellyel a résztvevők portréját emelik ki a háttérből és teszi 3 dimenzióssá.

A szakmai ajánlat erős affinitást mutat a szakmai/üzleti konferenciák hangvétele, vizuális megfogalmazása iránt és tisztában van az aktuális vizuális trendekkel mind a hátterek/előterek, mind a szöveges tartalom elhelyezése terén. Ez leginkább a konferencia kiadványának tervein látszik, ahol a modern üzleti kiadványok kép-szöveg arányát (a kép javára), a szellős sorokat és tervezett fehéréket ajánl, hogy a konferencia résztvevő gyorsan befogadhassák a kiadvány ilyenkor „kötelező” elemeit, mint a beköszöntőt, támogatókat, előadói portrékat.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlata - miként az a fentiekben bemutatásra került - számos egyedi és kreatív elemet tartalmaz, magas szakmai színvonalon kidolgozva, melyre tekintettel magas pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 2. tényezőre: 115, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 39

Szakmai zsűri 2. tag: 39

Szakmai zsűri 3. tag: 37

3. A célcsoport elérésének és az üzenet célba juttatásának hatékonysága video révén

Értékelése:

Ez a szakmai ajánlat valósítja meg mindazt, amit egy konferencia bevonódást és szakmai célcsoportot megszólító videójától elvárható:

- Bemutatja a konferencia fő témáit, előadóit, helyszínét.
- Reklámozza a konferenciát, hogy minél több szakember és érdeklődő vegyen részt az eseményen.

Az anyag teljes mértékben illeszkedik az Integritás Hatóság arculatához és ezáltal köthető a „márkához”, elegáns, letisztult képi világgal dolgozik, amelyek erősítik a kommunikációs üzeneteket. A videó megoldást ad a közbeszerzési dokumentumban meghatározott célok elérésére és az összes meghatározott célcsoport megszólítása, involválása megvalósulhat

A videó bemutatásakor a storyboard mellett információt kapunk arról is, hogy milyen hang megoldások kísérik a kisfilmet, a javaslatok összhangban állnak a storyboard vizuális részével.

A storyboard CTA-val végződik, amely fontos egy konferencia regisztrációt célzó reklámanyag esetében.

Kidolgozása maximális részletességű, gyakorlatilag a videó összes képe teljes vizualitásában megjelenik, még az időtartamokat is megjelölte Ajánlattevő, amely a kisfilm ritmusát is érzékelteti.

A videó az üzleti ajánló videók sztenderdjei szerint, a megjelölt célcsoport elvárásainak (nem túlságosan

hangzatos mondatok, rövid időtartam, üzleti/professzionális hátterek és portrék) megfelel, és a nemzetközi konferencia beharangozó videók sztenderdjeit is követi azzal, hogy távolról, Budapest bemutatásával kezd és úgy jut el a konkrét jelentkezésig. A folyamatos felszólító mondatokkal pedig involválja, részvételre biztatja a nézőt – ami végső soron a video célja.

A storyboard háttérszíne, betűtípusa az Integritás Hatóság arculatának és a megadott konferencia arculatnak megfelel, a kreatív koncepció pedig kellő mértékben, nem tolaodóan, de határozottan visszaköszön, így összhangba kerül a nem mozgóképes vizuális anyagokkal. Az innovatív technológiai megoldások hiányoznak.

Az Ajánlattevő szakmai ajánlata - miként az a fentiekben bemutatásra került - hatékonyan biztosítja az Ajánlatkérő által megadott célcsoport elérését és az üzenetek célba juttatását magas szakmai színvonalon kidolgozva, melyre tekintettel magas pontszám meghatározása indokolt.

A szakmai zsűri által adott pontszámok összessége a 3. tényezőre: 57, a szakmai zsűri tagok által adott pontok:

Szakmai zsűri 1. tag: 18

Szakmai zsűri 2. tag: 20

Szakmai zsűri 3. tag: 19

Szakmai zsűri tagok pontszám mindösszesen: 289

Szakmai ajánlat értékelési szempont szerinti pontszáma:100

Értékelési résszempont szerinti pontszám:100*40 súlyszám=4000 pont

V.2.4) Az ajánlatok értékelése során adható pontszám alsó és felső határa:

0 100

V.2.5) Az ajánlatok értékelése során módszereknek (módszereknek) az ismertetése, amellyel az ajánlatkérő megadta az ajánlatok résszempontok szerinti tartalmi elemeinek értékelése során a ponthatárok közötti pontszámot:

Ajánlatkérő a közbeszerzési eljárás 3. része ajánlattételi szakaszában a végleges ajánlatokat a Kbt. 76. § (2) bekezdésének c) pontja szerint a legjobb ár-érték arány alapján értékeli. Ajánlatkérő az alábbi szempontokat határozta meg:

Ár kritérium értékelési szempontja:

Ajánlatkérő az 1. szempontot (ajánlati ár) az értékarányosítás (fordított arányosítás) módszer szerint értékeli.

Minőségi kritérium értékelési szempontja:

2. szempont: Szakmai ajánlat: Az Ajánlattevőknek az ajánlatuk részeként kötelező benyújtani szakmai ajánlatot.

A szakmai ajánlatában Ajánlattevő mutassa be egy Antikorrupciós nemzetközi konferencia koncepcióját és Layout terveit a KD-ban meghatározott feltételek szerint.

Az Ajánlatkérő a szakmai ajánlattal kapcsolatos részletes elvárásokat a KD-ban határozza meg.

Ajánlatkérő az Ajánlattevő által benyújtott Szakmai ajánlatot 3 értékelési tényező alapján szakmai zsűri útján értékeli, a Közbeszerzési Dokumentumokban részletezi az értékelési tényezőket, külön-külön minden egyes értékelési tényező esetén megadja az értékelés módszerét, az azokra adható pontszámok meghatározásának szabályait. Az értékelés módszere, hogy a szakmai zsűri tagok a szakmai ajánlatokat értékelési tényezők alapján értékelik, a szakmai ajánlatot 0 és 100 pont között.

A szakmai zsűri tagok által a szakmai ajánlatra adott pontszámok összeadását, összesítését követően a legmagasabb pontszámot elérő Ajánlattevő szakmai ajánlata kapja az adott értékelési szempontra a maximális 100 pontot, a többi ajánlat pontszáma ehhez viszonyítva - a Közbeszerzési Hatóság útmutatója a nyertes Ajánlattevő kiválasztására szolgáló értékelési szempontrendszer alkalmazásáról (KÉ 2020. évi 60. szám; 2020. március 25.) 1. számú melléklet A. bekezdés 1. fejezet a) pont ab) alpont szerinti egyenes arányosítás módszerével.

A használt képleteket és a két értékelési módszer részletes leírását a Közbeszerzési Dokumentáció tartalmazza. A szempontonként kiosztható pontszám tartomány 0-100 pont.

A végleges szakmai ajánlatot az Ajánlattevők akként dolgozzák ki, hogy a fenti célcsoport számára 300 fős konferencia tekintetében tegyenek javaslatot a szükséges nyomdai termékek, digitális promóciós és tájékoztató anyagok digitális tervezésére, a rendezvény népszerűsítéshez és helyi dekorációjához. A végleges szakmai ajánlat tekintetében elvárás

a jelen pontban meghatározott összes grafikai elem kidolgozása digitálisan layout szinten, valamint egy video storyboard kidolgozása.

Minden eszköz tervezésekor kötelező alkalmazni az Integritás Hatóság arculati elemeit, amelyek letölthetőek a következő oldalon:

https://drive.google.com/drive/folders/1CGqkjrCcTc1LMZ3i04LgD6UMKvOIRbD_

arculat - Google Drive

A kidolgozandó eszközök (layout tervek) a szakmai célcsoport számára:

- A konferencia fő kreatív koncepciójának elkészítése,
- 1 db 1/1 álló formátumú sajtóhirdetés tervezése a konferencia kedvcsinálójaként,
- 1 db roll-up látványtervének elkészítése,
- A konferencia programját, célkitűzéseit, elnöki köszöntőt és az előadók portréját tartalmazó kiadvány megtervezése. A/5-ös méretben, 8 oldal terjedelemben,
- 3 db LinkedIn poszt illusztráció elkészítése,
- A konferenciát bejelentő 30 másodperces video rajzolt storyboardjának elkészítése.

Az Ajánlatkérő hangsúlyosan felhívja az Ajánlattevők figyelmét, hogy a végleges szakmai ajánlatuk tárgyát képező kommunikációs koncepciójuk kidolgozása során legyenek arra tekintettel, hogy az Ajánlatkérő azt milyen értékelési tényezők alapján fogja szakmai zsűri útján értékelné. A végleges szakmai ajánlat részletes értékelését a Közbeszerzési

Értékelési tényezők:

A. A kidolgozott layout tervek egységessége és megfelelése a kreatív koncepciónak

Értékelésre kerülő elemek:

- Az egyes eszközök vizuális megjelenése mennyire kapcsolhatóak össze.
- Az egyes eszközök az egységes vizuális megjelenésnek köszönhetően mennyire erősítik egymást.
- Az egyes eszközök vizuális megjelenése mennyire koherens, mennyire épülnek egymásra az egyes eszközök.

Előnyösebb, magasabb minőségűnek az a végleges szakmai ajánlat minősül, amely a legteljesebben támaszkodik az egységes formavilágra és a kötelező arculati elemeken túl olyan egységet teremt a különböző eszközökben, amely egyértelműen beazonosíthatóvá teszi az anyagokat.

B. A szakmai ajánlatban meghatározott grafikai layout tervek (sajtóhirdetés, rollup, kiadvány, LinkedIn-posztok) egységisége, kreativitása
Értékelésre kerülő elemek:

- A layoutok mennyire kapcsolódnak, mennyire segítik a meghatározott célok elérését.
- A layoutok mennyire figyelemfelhívóak, mennyire eredetiek, mennyire újszerűek.
- A layoutok mennyire involválóak, mennyire meggyőzőek a célcsoport számára.
- A layoutok mennyire beazonosíthatóak, mennyire köthetőek a „márkához” a célcsoport számára.
- A layoutok mennyire felelnek meg a célcsoport elvárásainak.

Előnyösnek, magasabb minőségűnek az a végleges szakmai ajánlat minősül, amelyben a layoutok látványterve a legjobban kapcsolódik a végleges szakmai ajánlatra vonatkozó leíráshoz és amelyik leginkább újszerű megoldásokkal biztosítja az üzenet célcsoport számára történő eljuttatását.

C. A célcsoport elérésének és az üzenet célba juttatásának hatékonysága video révén

Értékelésre kerülő elemek:

- Mennyire eredeti, újszerű a kreatív megjelenés.
- Mennyire innovatív a megjelenés.
- A kreatív eszköz mennyire van összhangban a Végleges Közbeszerzési Dokumentum 5. pontjában meghatározott célokkal.
- A video megoldást ad-e a Végleges Közbeszerzési Dokumentum 5. pontjában meghatározott célok elérésére.
- A kreatív eszköz célcsoport-relevanciája.
- Az egyes eszközök mennyire involválóak, mennyire meggyőzőek a célcsoport számára.
- Az egyes eszközök mennyire beazonosíthatóak, mennyire köthetőek a „márkához” a célcsoport számára.

Előnyösnek, magasabb minőségűnek az a végleges szakmai ajánlat minősül, amelynek eszközei a leghatékonyabban biztosítják a célcsoport figyelmének felkeltését, így biztosítva a számukra megfogalmazott üzenet eljuttatását.

V.2.6) A Kbt. 69. § (5) bekezdése alapján figyelmen kívül hagyott ajánlat(ok)

Figyelmen kívül hagyott ajánlatot tevők neve, címe, adószáma és minősítésük indoka:

Ajánlattevő neve, székhelye

Adószáma

V.2.7) A nyertes ajánlattevő

Ajánlattevő neve, címe, adószáma, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

Super11 Creative Zártkörűen Működő Részvénytársaság, Magyarország 1118 Budapest,
Homonna Utca 2-4. 4. em

25460731243

Az Ajánlattevő ajánlata megfelel az Ajánlati Felhívásban és az egyéb közbeszerzési dokumentumokban előírt formai és tartalmi követelményeknek, az Ajánlattevő nem áll kizáró okok hatálya alatt, az előírt műszaki, illetve szakmai alkalmassági feltételeknek való megfelelés megfelelően igazolásra került.

Ajánlattevő ajánlatának a legjobb ár érték arány értékelési szempont szerint a legkedvezőbb ajánlatot tette.

Nettó ajánlati ár összesen (HUF):183 220 000,-Ft

Megbízási Keretszerződés keretösszege: nettó 250.300.000,-Ft

V.2.9) Alvállalkozó(k) igénybe vétele:

Nem

V.2.11) Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek

Az erőforrást nyújtó szervezet(ek), adószáma és az alkalmassági követelmény(ek) megjelölése, amely(ek) igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet(ek)re (is) támaszkodik a nyertes ajánlattevő ajánlatában:

V.2.8) A nyertes ajánlatot követő legkedvezőbb ajánlatot tevő neve, címe, adószáma, az ellenszolgáltatás összege és ajánlata kiválasztásának indokai:

V.2.9) Alvállalkozó(k) igénybe vétele:

V.2.11) Az alkalmasság igazolásában részt vevő szervezetek

Az erőforrást nyújtó szervezet(ek), adószáma és az alkalmassági követelmény(ek) megjelölése, amely(ek) igazolása érdekében az ajánlattevő ezen szervezet(ek)re (is) támaszkodik a nyertes ajánlattevő ajánlatában:

V.2.12) Az érvénytelen ajánlatot tevők

Az érvénytelen ajánlatot tevők neve, címe, adószáma és az érvénytelenség indoka:

Ajánlattevő neve, székhelye	Adószáma
KEIOK Közép-Európai Innovációs és Oktatási Központ Korlátolt Felelősségű Társaság, Magyarország 1126 Budapest, Tóth Lőrinc Utca 31	13320047243

Érvénytelenítés jogcíme:

- Kbt. 73.§ (2) bekezdés: Az (1) bekezdésben foglaltakon túl az ajánlat érvénytelen, ha aránytalanul alacsony ellenszolgáltatást vagy más teljesíthetetlen feltételt tartalmaz [72. §]

Érvénytelenség indoka:

Ajánlatkérő 2024.07.22 napján kelt tájékoztatás ajánlat érvénytelenségéről szóló dokumentumban részletesen megindokolta, hogy a KEIOK Kft. és EPS Kereskedőház Kft. Közös Ajánlattevők által a 3. részben megadott ajánlatát az alábbi okból nyilvánította érvénytelenné:

A Kbt. 72. § (3) bekezdése értelmében az ajánlattevő kötelezettsége, hogy az ajánlati ára megalapozottságára vonatkozóan minden tény, adatot, kalkulációt az ajánlatkérő rendelkezésére bocsásson.

Az Ajánlattevő kötelezettsége a Közbeszerzési Döntőbizottság és a bíróságok következetes gyakorlata alapján az ajánlatukban megtett vállalások tekintetében áll fenn, és az nem sértheti az ajánlattételi határidőben, jelen esetben a végleges ajánlattételi határidőben benyújtandó ajánlatokra vonatkozó kötöttséget.

A Közös Ajánlattevők az árandokolási felhívásban megadott Ft/óra árajánlati elemek tekintetében alapvetően kizárólag azzal indokolták a teljesíthetőséget, hogy „a már létező munkaszerződések keretein kívül” kívánnak eljárni, és a teljesítésben részt vevő szakemberekkel nyertességük esetén olyan új szerződéseket kötnek, amelyekben a jogszabályban meghatározott minimálbér/garantált bérminimum díjazást határozzák meg.

Azt is közölték a Közös Ajánlattevők, hogy „e munkaviszonyt igazoló dokumentumokat a szerződéskötést megelőzően - ez irányú kérés esetén - Ajánlatkérő rendelkezésére bocsájtjuk”.

Az Ajánlatkérő álláspontja szerint a fentiek alapján kijelenthető, a Közös Ajánlattevők megsértették a Kbt. 72. § (3) bekezdését azzal, hogy megtagadták az ajánlati ár megalapozottságára vonatkozó dokumentumoknak az Ajánlatkérő rendelkezésére bocsátását. A Közös Ajánlattevők két okból is megsértették a Kbt. 72. § (3) bekezdése szerinti indokolási, tájékoztatási, dokumentumbenyújtási kötelezettségüket, mert egyrészt nem csatolták be a részvételre jelentkezésükben az alkalmasságuk igazolására bemutatott, munkaviszonyban álló szakembereik munkaszerződéseit, jelenleg hatályos munkabérüket és egyéb díjazásukat, másrészt a jövőbeli jogviszonyok tekintetében sem tettek lehetővé bármiféle ellenőrzést, mivel csak a szerződéskötést megelőzően kívántak külön kérésre tájékoztatást adni.

Következetes a közbeszerzési gyakorlat, hogy az indokolási, tájékoztatási, dokumentumbemutatói kötelezettség elmulasztásának következményeit az árandokolásra felhívottnak kell viselni, azaz ez is megalapozza a Kbt. 73. § (2) bekezdés szerint történő érvénytelenné nyilvánítást.

Az Ajánlatkérő álláspontja szerint, mivel a Kbt. rendelkezései alapján a részvételre jelentkezésben bemutatott alkalmasság igazolására bekövetkezett a kötöttség, ezért nem elfogadható, nem objektív és ellentétes a Kbt. alapelveivel, hogy a Közös Ajánlattevők nem annak megfelelően kívánják indokolni az általuk megadott ajánlati áron történő teljesíthetőséget. Ajánlatkérő ezzel összefüggésben felhívja a figyelmet arra, hogy az egyik alkalmassági feltétel (ld. 1 fő legalább egyetemi/főiskolai felsőfokú végzettségű kreatív senior szakemberrel, aki összesen legalább 3 éves kreatív szakmai tapasztalattal rendelkezik) kiemelt relevanciával bír a szerződés megfelelő minőségben történő teljesítése vonatkozásában. Az alkalmassági követelménnyel, illetve annak igazolásával, és a Kbt. 138. § (2) bekezdésének („Kbt. 138. § (2) Az ajánlattevőként szerződő fél a teljesítéshez az alkalmasságának igazolásában részt vett szervezetet a 65. § (7) bekezdése szerint az eljárásban bemutatott kötelezettségvállalásnak megfelelően, valamint a 65. § (9) bekezdésében foglalt esetekben és módon köteles igénybe venni, valamint köteles a teljesítésbe bevonni az alkalmasság igazolásához bemutatott szakembereket.”) megfelelő teljesítési követelményeivel ellentétes a Közös Ajánlattevők azon előadása az árandokolásukban, hogy junior kolléga közreműködésével is elláthatók a feladatok. Erre tekintettel az árandokolás ezen része sem elfogadható.

Ajánlatkérő rá kíván arra is mutatni, hogy önmagában is megalapozatlan Közös Ajánlattevők azon árandokolási módja, hogy a jelenleg hatályos minimálbérhez/garantált bérminimumhoz kívánná kötni az ajánlati ára indokolását. A jelenleg hatályos bérminimumra vonatkozó jogszabályok folyamatos felülvizsgálat alatt vannak, az elmúlt években mind a minimálbér, mind a garantált bérminimumban jelentős emelkedések következtek be. Ajánlatkérő 24 hónapos időtartamra kíván szerződést kötni és előreláthatóan 2025. január 1-től, és valószínűleg 2026. január 1-től akár jelentősen is megemelkedett bérminimumokat kötelesek fizetni a munkáltatók. A Közös Ajánlattevők árandokolása fixnek veszi a jelenleg hatályos összegeket, és ezért nem elfogadható a 24 hónapra vonatkozó indokolása.

Ajánlatkérő amiatt sem tudta elfogadni a Közös Ajánlattevők árandokolását, mert az abban bemutatott egyéb árajánlati/költségelemek tekintetében ellentétes, nincs összhangban a Közös Ajánlattevők 2023-as évben közzétett beszámolójuk adataival, illetve azokból levonható következtetésekkel.

Miután Ajánlatkérő részletesen felhívta a Közös Ajánlattevőket árándokolásuk és az alátámasztó dokumentumok benyújtására, további kiegészítő árándokláskérési felhívás megadását nem tartotta indokoltnak, illetve maguk a Közös Ajánlattevők – miként a fentiekben jeleztük - zárkóztak el az ajánlati árakat alátámasztó dokumentumok bemutatásától.

V.2.13) Az összeférhetlenségi helyzet elhárítása érdekében az ajánlattevő(k) által tett intézkedések ismertetése:

VI.szakasz: Kiegészítő információk

VI. szakasz: Kiegészítő információk

VI.1) További információk

VI.1.1) A szerződéskötési moratórium időtartama

Kezdetre: 2024.07.22 Lejárata: 2024.07.31

Moratóriummal kapcsolatos további információk:

VI.1.2) Az összegezés elkészítésének időpontja: 2024.07.22

VI.1.3) Az összegezés megküldésének időpontja: 2024.07.22

VI.1.4) Az összegezés módosításának indoka:

VI.1.5) Az összegezés módosításának időpontja:

VI.1.6) A módosított összegezés megküldésének időpontja:

VI.1.7) Az összegezés javításának indoka:

VI.1.8) Az összegezés javításának időpontja:

VI.1.9) A javított összegezés megküldésének időpontja:

VI.1.10) További információk: