

**Államadósság Kezelő Központ Zártkörűen Működő  
Részvénytársaság**  
Csalogány utca 9-11.  
Budapest  
1027  
Dr. Borbély László András  
Telefon: +36 14889430  
E-mail: marketing@akk.hu  
Fax: +36 14889435

**Államadósság Kezelő Központ Zártkörűen  
Működő Részvénytársaság**  
Csalogány u. 9-11.  
Budapest  
1027  
Erdélyi Zsuzsanna  
Telefon: +36 14889406  
E-mail: marketing@akk.hu  
Fax: +36 14889435

Tisztelt Ajánlatkérő!

A KEIOK Kft. [1126 Budapest, Tóth Lőrinc u. 31.] és a Perfektum Projekt Kft. [1036 Budapest, Perc u. 2. közös ajánlatot nyújtottak be a Közbeszerzési Értesítő 9280/2015. számú eljárásában („Az állampapírok értékesítését támogató rendezvényeken történő megjelenések, és egyedi, illetve rendezvényekhez kapcsolódó promóciós kampányok lebonyolítása, rendezvényszervezési feladatok ellátása és az ezekhez kapcsolódó támogató, előkészítő és lebonyolító munkák elvégzése.”). Ajánlatkérő 2015. augusztus 26-án továbbította Összegezését, amelyben ajánlatunk érvényes minősítést kapott. A CVIII. törvény 79. § (1) bekezdés a) szerint, ezúton

### előzetes vitarendezési kérelemmel

fordulunk a Tisztelt Ajánlatkérőhöz az alábbiak szerint.

Ajánlatkérő a Felhívás II.2.1) pontjában előírta, hogy bírálati szempontként fogja figyelembe a Szakmai Konceptiót (mintafeladat). A Felhívásban, továbbá az Ajánlati Dokumentáció (továbbiakban: AD) 35. és 36. oldalán részletezte, hogy mely tartalmi elemeket fogja vizsgálni.

Kérelmező az 1.1. mintafeladat tekintetében 8,2 pontot, míg az 1.2 mintafeladat tekintetében 6,0 pontot kapott, illetve Ajánlatkérő szövegesen is értékelte e pontozásának alátámasztását. A szövegesen indokolt pontozással szemben az alábbi álláspontot fejtjük ki:

1. Ajánlatkérő vitatott indokai: *„Célcsoport relevancia: Ajánlattevő megfelelő részletezettséggel bemutatta a célcsoport elérését, annak nehézségeit, ugyanakkor egyből javaslatot is tett a célcsoport elérésének útvonalára. A célcsoport széles körét ajánlott rendezvényekkel, ugyan eléri, azonban a többi pillér egyrészt, a célcsoport egy szűkebb rétegéhez szól (kismama szépségverseny - viszonylag kis számú érdeklődő a célcsoport nagyságához viszonyítva, (termelői piacok - életidegen megtakarítási terméket piacon promotálni, baba klubok - kis létszámúak), másrészt nem kifejezetten Start-értékpapírszámla nyitásra és Babakötvény vásárlásra ösztönöz (pl. a nyereményjáték szépségversenyhez van kötve, nem a babakötvény vásárlásához).”*

Az Ajánlati Dokumentáció bírálati szempontokat ismertető részében ez szerepel: *„Az az ajánlat kerül kedvezőbb elbírálásban, melyben a benyújtott stratégia a célcsoport igényeinek és elvárásainak legmegfelelőbben kerül kidolgozásra. A mintafeladatban meghatározott célcsoportot a legszélesebb körben éri el és vásárlásra ösztönzi. Amennyiben az Ajánlattevő nem kellő részletességgel dolgozza ki a szempontot, úgy kedvezőtlenebb elbírálásban részesül, mint az az Ajánlattevő, aki a szempontot teljes körűen elvégezte.”*

Az AD célcsoport meghatározása: *„Elsődleges: 30+, ABC státuszú, megyeszékhelyen vagy vidéki nagyvárosokban és Budapesten élő, gyermekkel már rendelkező vagy gyermeket tervező családok. Tudatos szülők, akik hajlandóak hosszabb befektetési távban gondolkodni gyermekeik jövőjét*

*megalapozandó. Másodlagos: 50+ ABC státuszú, megyeszékhelyen, vidéki kis- vagy nagyvárosokban, és Budapesten élő, unokákkal rendelkező nagyszülők.*

Az ajánlatunkban minden egyes célcsoport, és szegmentált célcsoportot a javasolt eszközökkel (legyen az rendezvény vagy más ATL ill. BTL aktivitás) elérünk, ezt jól mutatja az ajánlatunk 66. oldalától kezdődő elemzés is. Nem állja meg a helyét az a kijelentés, hogy „a többi pillér egyrészt, a célcsoport egy szűkebb rétegéhez szól” – hiszen minden szegmenshez rendeltünk eszközöket és lehet hogy egy-egy eszköz szűkebb célcsoport szegmenst ér el, de mind az elsődleges, mint a másodlagos célcsoport minden szegmenséhez tartozik olyan eszköz, mellyel hatékonyan szólíthatók meg az azokba tartozók.

Az AD-ban szereplő kommunikációs cél: *„Az Ajánlatkérő célja rendezvények és promóciók segítségével mind a Magyar Állampapír márka-image további erősítése, mind pedig a termékek ismertségének növelése, értékesítésének támogatása, az állampapír állomány jelentős növelése. Ezen belül kiemelt cél a Babakötvény ismertségének és állományának növelése, az esetleges tévhitek elhárítása, Start-értékpapírszámla nyitások generálása, „alvó”, azaz a meg nem nyitott Start-értékpapírszámlák aktiválása. (...) A kommunikáció során cél a lakosság figyelmének felkeltése az életkezdési támogatásra (42.500 Ft), ezen keresztül a Babakötvényre és a kamatozás előnyére.”*

Ajánlatunkban széles körűen ismertetjük azokat az ATL és BTL eszközöket, amelyek növelhetik a Babakötvény ismertségét, és ez által erősítik a Babakötvény iránti keresletet, motiválják, aktivizálják a célcsoportokat. Nyilvánvalóan az elsődleges cél az ismertség növelése, hiszen ha valamiről nem tudunk, ha valamit nem ismerünk, akkor azt nem is vásároljuk meg. Álláspontunk szerint így objektíven nem lehet és nem is célszerű elválasztani az ismertség növelését és a kereslet élénkítését.

2. Ajánlatkérő vitatott indokai: *„A kidolgozott stratégia mennyire ad megoldási javaslatot a célokra: A stratégia megfelelő részletezettséggel kerü kidolgozásra. Részletes helyzetelemzést adott, bemutatta a háttérrel SWOT analízissel alátámasztva. Elemezte szegmentálta a célcsoportot, bemutatta, hogy az általa kidolgozott stratégiával hogyan lehet a célcsoportot elérni azonban indokolása csak ebben a körben részletes.”*

Az AD ezt tartalmazza: *„az az Ajánlattevő kapja a maximális pontot, aki részletesen megindokolja, hogy a mintafeladatban meghatározott célokat és célcsoportot az általa kidolgozott stratégiával hogyan lehet elérni.”*

Ajánlatkérő az összegzésben maga is elismeri, hogy a célcsoport elemzés jól kidolgozott, és azt is, hogy a kidolgozott stratégiával megfelelő módon el lehet érni a célcsoportot. Az AD-ban is csak erre tér ki, ezeket kéri, így nem világos az, hogy mely körben kellene még bármiféle indoklást részletezni. Ajánlatkérő csak arra lehet e körben tekintettel, amelyet előzetesen közölt, előzetesen definiált, illetve az értékeléshez szükséges mértékeket meghatározta.

3. Ajánlatkérő vitatott indokai: *„Hány elemen és milyen mélységben került kidolgozásra a kreatív koncepció? Az Ajánlattevő által kidolgozott promóció 6 eleméhez három kreatív koncepció elemet (szórólap, kiadvány, stand) javasolt. A fesztiválok rendezvényeken, piacokon való megjelenésre (sátor, molinó, zászló...), valamint közösségi oldalak külalakjára ne adott javaslatot. Nem került kellő mélységben kidolgozásra a kreatív koncepció.”*

A fesztiválok, rendezvényeken a standdal jelenne meg a kampány, így ide más eszköz alkalmazását nem javasoltuk, így nem láttuk értelmét azok kidolgozásának sem. A közösségi oldalak külalakját a közösségi oldalak szabják meg, szükségképpen minden profil ugyanolyan elrendezéssel és ugyanolyan betűtípussal jelenik meg. Az adott profil tulajdonosa max. a profilképét ill. a Facebook esetében a borítóképet szabhatja meg, minden egyéb már a tartalmi frissítésekhez, posztokhoz tartozik, melyek megtervezése azonban ebben a körben nem volt feladat.

4. Ajánlatkérő vitatott indokai: *„A promóció lebonyolításához szükséges eszközök tartalmi elemei és kidolgozottsága: A két POS anyag kellő részletezettséggel kidolgozott, egységes formavilágot teremtve, azonban a többi tartalmi elem vizuálisan nem jelenik meg az ajánlatban, csak említés*

*formájában. A mintafeladat kreatív anyaga lényegesen (minden részében eltér az Ajánlatkérő jelenleg érvényben lévő kreatív és arculati megjelenésétől, így sérül az állampapírok egységes arculata. A három kreatív elem megjelenése egységes formavilágra épül, azonban a kötelező arculati elem közül terméklogót nem használta, hanem újat készített."*

Álláspontunk szerint nem volt előírás a jelenlegi arculat használata. Az AD csak annyit közölt, hogy *"A legjobb ajánlatnak az az ajánlat minősül, amely minden elemében támaszkodik az egységes formavilágra és a kötelező arculati elemeken (logó) túl olyan egységet teremt a különböző eszközökben, amely egyértelműen beazonosíthatóvá teszi a promóciót."* Azt, hogy a formavilág egységes, az összegzés is elismeri, arra pedig az AD nem utal, hogy a jelenlegi egységes formavilágra kell támaszkodni, és a kampányhoz nem lehet egy újat, figyelemfelkeltőbbet alkotni.

Az *"így sérül az állampapírok egységes arculata"* kijelentés egy megalapozatlan feltételezésre alapul, kizárólag Ajánlatkérő véleményét tükrözi, és nem alapozható meg objektív indokokkal. Egyébként hatékony kommunikáció figyelemfelkeltő eszközökkel valósítható meg, amelyek a bevett, unalmas formáktól eltérnek.

Kötelező arculati elemként a dokumentáció csak a logót említi, melyet mi a Magyar Államkincstár logójával azonosítottunk, és ez szerepel is az adott eszközökön. Mivel a jelenlegi Babakötvény logó formájában és elrendezésében - meglehetősen fantáziátlan módon - gyakorlatilag megegyezik a MÁK logójával és lényegi eltérést csak a két logó színében lehet tapasztalni (a babakötvényé rózsaszín). A rózsaszín logó nem jelent szignifikáns eltérést, ugyanakkor újra hangsúlyozzuk, nem definiálták, hogy nem a MÁK, hanem a terméklogóra gondolnak.

A törvény **72. § (1) bekezdése** kimondja, hogy *"Ha az ajánlatkérő az összességében legelőnyösebb ajánlatot kívánja kiválasztani, akkor az ajánlatoknak az értékelési szempontok szerinti tartalmi elemeit az eljárást megindító felhívásban meghatározott ponthatárok között értékeli az 71. § (3) bekezdés d) pontja alapján meghatározott módszerrel, majd az egyes tartalmi elemekre adott értékelési pontszámot megszorozza a súlyszámmal, a szorzatokat pedig ajánlatonként összeadja. Az az ajánlat az összességében legelőnyösebb, amelynek az összpontszáma a legnagyobb."* Ajánlatkérő megsértette a **63. § (4)**, a **72. § (1) bekezdést**.


Kérelmező korábban kezdeményezett jogorvoslati eljárást azonos tárgykörben (D.29/18/2012. és D.389/16/2015.), ahol a Közbeszerzési Döntőbizottság megállapította a következőket: *"Hangsúlyozni szükséges, hogy a közbeszerzési eljárásokban lehetőség van a szakmai ajánlatok minőségi szempontú értékelésére, azonban ajánlatkérő ebben az esetben is kizárólag az általa lefektetett minősítési szempontok, módszerek mentén végezheti el az ajánlatok szakmai értékelését, az ajánlatok azon minőségi tulajdonságait veheti figyelembe, mely tulajdonságokat a bírálati módszerben egyértelműen és kifejezetten rögzített. A minősítés, a bírálat kereteit utólagos, megfontolások, minősítési elvek figyelembe vételével nem lépheti túl. Rögzíteni szükséges továbbá, hogy az ajánlatok megfelelő, jogszerű értékelésének a közbeszerzési eljárásokban minden esetben egyértelműen megállapíthatónak kell lennie ajánlatkérőnek a Kbt. 7. §-ban foglalt dokumentációs kötelezettségére is figyelemmel."*

Álláspontunk szerint T. Ajánlatkérő eltért az általa lefektetett szempontok figyelembe vételétől, s nem objektív módon értékelte (pontozta) Kérelmező ajánlatát. Jelen kérelemben kifejtésre került, hogy Ajánlatkérő egyes indokai miatt nem objektív értékelésen nyugszanak, vagy miért vettek figyelembe olyan tényezőket, amelyek elvárását Ajánlatkérő előzetesen és kifejezetten nem közölte. Kérelmező minden olyan tartalmi elemet kifejtett az értékelés alá került szakmai koncepcióban, amely a Dokumentáció 35. és 36. oldalán megjelent. Az ugyanott megfogalmazott szempontokat is maradéktalanul figyelembe vette Kérelmező a szakmai koncepció elkészítésekor. A hivatkozott két jogeset is egyértelmű a tekintetben, hogy amennyiben nem került előzetesen közlésre egy értékelés alá vont szakmai ajánlati tartalom vizsgált aspektusa oly módon, hogy a felhasznált jelzők, minősítő fogalmak objektív módon ellenőrizhetőek, egymáshoz képesti minőségük mérhető, akkor az értékelés során ez nem válhat az egyes ajánlattevők hátrányára. Fontos körülmény továbbá, hogy ajánlatkérő által bevont zsűri nem sorbarendezési módszerrel dolgozik, hanem pontozási módszerrel, így az előírást teljesítő ajánlatnak meg kell kapnia a maximális pontszámokat.

Kérelmező ajánlata, amennyiben Ajánlatkérő csak a saját előre kifejezetten közölt előírásaira hagyatkozik, az az 1.1. mintafeladat tekintetében 10 pont, míg az 1.2 mintafeladat tekintetében is 10 pont lenne, amelyet a megfelelő súlyszámmal még szükséges felszorozni. Ajánlatkérő megsértette a 63. § (4), a 72. § (1) bekezdést. Kérjük az Összegezés módosítását!

Budapest, 2015. augusztus 31.

Köszönettel:

 Közép-európai Innovációs és  
Oktatási Központ Kft.  
1126 Budapest, Főv. körút u. 31.  
Céj.: 01-09-912506  
KEIOK Kft. és Perfektum  
Projekt Kft. közös  
ajánlattevők