



ΑΝΑΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΡΧΗ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ
TENDERS REVIEW AUTHORITY

Λεωφ. Γρίβα Διγενή 81-83, 2ο όροφο, Τ.Θ. 24820, 1304 Λευκωσία
Τηλ: 22445100, Φαξ: 22445107, Email: tra@aap.gov.cy, Web: www.tra.gov.cy

Ιεραρχική Προσφυγή Αρ. 38/2007

Μεταξύ:

CONTACT ADVERTISING AGENCY LTD

Αιτούντων

v.

ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αναθέτουσας Αρχής

**Αναθεωρητική Αρχή
Προσφορών**

κ. Ιωάννης Π. Πογιατζής, Πρόεδρος
κ. Μιχαλάκης Χριστοφόρου, Μέλος
κ. Πέτρος Φρακάλας, Μέλος
κ. Άγγελος Αγγελίδης, Μέλος
κ. Χριστόφορος Χριστοφίδης, Μέλος

Αιτούντες:

CONTACT ADVERTISING AGENCY LTD

Αντιπροσωπεύθηκε από τους:

1. κα Αλεξία Κουντουρή-Παπαευσταθίου, Δικηγόρο
2. κο Μίκη Χριστοδούλου, Εκπρόσωπο αιτούσας εταιρείας
3. κα Άννα Χριστοφορίδου, Εκπρόσωπο αιτούσας εταιρείας
4. κα Λία Φλουρέντζου, Εκπρόσωπο αιτούσας εταιρείας

Αναθέτουσα Αρχή:

ΚΥΠΡΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αντιπροσωπεύθηκε από τους:

1. κο Χρίστο Τριανταφυλλίδη, Δικηγόρο
2. κα Νίκη Κλεάνθους, Δικηγόρο
3. κα Αυγή Παπαγεωργίου, Ανώτερο Τουριστικό Λειτουργό
4. κο Φίλιππο Πάτσαλο, Διοικητικό Λειτουργό
5. κα Δέσπω Καλλή, Λογιστικό Λειτουργό
6. κο Μιχάλη Πούρο, Τουριστικό Λειτουργό ΚΟΤ

Ημερομηνία έκδοσης Απόφασης: 26 Ιουλίου, 2007

Α Π Ο Φ Α Σ Η

Οι Αιτητές προσβάλλουν την απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής που λήφθηκε στο διαγωνισμό για παροχή υπηρεσιών για το σχεδιασμό και αγορά χώρου/χρόνου στα διαφημιστικά μέσα για την υλοποίηση των διαφημιστικών εκστρατειών του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού κατά το 2007 στην Κύπρο (αρ. προκήρυξης 5/2007). Οι Αιτητές έλαβαν μέρος στον πιο πάνω διαγωνισμό αλλά η προσφορά τους δεν έγινε αποδεκτή επειδή έλαβαν χαμηλότερο συνολικό βαθμό αποδοτικότητας (ΣΒΑ) σε σχέση με τον επιτυχόντα προσφοροδότη που ήταν η εταιρεία EPISTELE COMMUNICATIONS & MEDIA LTD.

Οι Αιτητές προσβάλλουν την πιο πάνω απόφαση και αιτούνται:

- A. Να κηρυχτεί παράνομη και να ακυρωθεί η απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής όπως αναθέσει τη σύμβαση στους κ.κ. EPISTELE COMMUNICATIONS & MEDIA LTD αντί και/ή στη θέση των Αιτητών.
- B. Να κηρυχτεί παράνομη και να ακυρωθεί η απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής όπως θεωρήσει την προσφορά της πιο πάνω αναφερόμενης εταιρείας ως συνάδουσα με τους ουσιώδεις όρους του διαγωνισμού.

Σαν λόγους ακυρότητας της προσβαλλόμενης απόφασης οι Αιτητές ισχυρίστηκαν αρχικά στην Προσφυγή τους ότι η επιτυχούσα εταιρεία δεν πληρούσε τον όρο Α.2.1.1. των όρων του διαγωνισμού που προνοούσε για δικαίωμα συμμετοχής στο διαγωνισμό ότι ο προσφοροδότης θα έπρεπε να είχε συνάψει κατά την περίοδο 1.3.2004 έως 28.2.2007 δύο τουλάχιστον συμβάσεις που αφορούσαν υπηρεσίες διαφήμισης ή/και αγορά χρόνου/χώρου στα διαφημιστικά μέσα αξίας τουλάχιστον £30.000,-. Κατά την ακρόαση της Προσφυγής οι Αιτητές απέσυραν το λόγο αυτό.

Το δεύτερο σημείο που ήγειραν οι Αιτητές είναι το ότι η προσφορά του επιτυχόντα προσφοροδότη δεν πληρούσε ουσιώδεις όρους στο τεχνικό μέρος. Ο ισχυρισμός αυτός αφορά την καμπάνια που ονομάζεται Love Cyprus και αναφέρεται στο μέγεθος των

καταχωρήσεων των διαφημίσεων στον καθημερινό τύπο. Πιο συγκεκριμένα οι Αιτητές αναφέρθηκαν στο Παράρτημα 8 των όρων του διαγωνισμού που αναφέρεται σε καταχώρηση ολοσέλιδων έγχρωμων διαφημίσεων. Οι Αιτητές ισχυρίζονται ότι σε συμμόρφωση με τον όρο αυτό υπέδειξαν μόνο ολοσέλιδες διαφημίσεις σε αντίθεση με τον επιτυχόντα προσφοροδότη ο οποίος υπέδειξε και ολοσέλιδες και ημισέλιδες διαφημίσεις με αποτέλεσμα να εξασφαλίσει περισσότερα GRP δηλαδή μονάδες μέτρησης της αποτελεσματικότητας της καμπάνιας.

Τέλος οι Αιτητές αναφέρθηκαν στην καμπάνια προώθησης εσωτερικού τουρισμού και τη χρήση της τηλεόρασης με σταθμούς παγκύπριας εμβέλειας. Η συγκεκριμένη αναφορά των Αιτητών αναφέρεται στο σταθμό Music Box για τον οποίο εδόθησαν, όπως ισχυρίζονται οι Αιτητές 450 GRPs. Από τη συζήτηση κατά την ενώπιόν μας διαδικασία προέκυψε ότι δεν δόθηκαν GRPs για το συγκεκριμένο σταθμό και ότι το σύνολο των GRPs που αναφέρετο στην προσφορά του επιτυχόντα προσφοροδότη δηλαδή 1022 οφείλετο σε αριθμητικό λάθος το οποίο διορθώθηκε από την Επιτροπή Αξιολόγησης. Έχουμε την άποψη ότι δεν χρειάζεται να ασχοληθούμε περισσότερο με το επιχείρημα αυτό.

Κατά την ακρόαση της Προσφυγής η Αναθέτουσα Αρχή προέβαλε τον ισχυρισμό ότι οι Αιτητές δεν νομιμοποιούνται στη συνέχιση και εκδίκαση της παρούσας Ιεραρχικής Προσφυγής λόγω μη έγκαιρης ανανέωσης της εγγύησης συμμετοχής τους.

Τα παραδεκτά γεγονότα σχετικά με τον πιο πάνω ισχυρισμό έχουν συνοπτικά ως ακολούθως:

- (α) Η Αναθέτουσα Αρχή βάσει του όρου Α.3.4.2 των εγγράφων προσφοράς ζήτησε από όλους τους προσφέροντες με επιστολή της ημερομηνίας 8.6.2007 να παρατείνουν την ισχύ των προσφορών τους η οποία έληγε την 25.7.2007 μέχρι τις 22.8.2007 και την εγγύηση συμμετοχής η οποία έληγε την 25.7.2007 μέχρι 21.9.2007. Σύμφωνα με την πιο πάνω επιστολή της Αναθέτουσας Αρχής η αποδοχή της παράτασης της ισχύος τόσο της προσφοράς όσο και της εγγύησης συμμετοχής θα έπρεπε να γίνει με τη συμπλήρωση στο κάτω μέρος της

επιστολής σχετικού τύπου και αποστολή του με φαξ το αργότερο μέχρι της 14:30 ώρας της 12.6.2007 και το πρωτότυπο της παράτασης της ισχύος της προσφοράς και της εγγύησης μέχρι της 14:00 ώρας της 14.6.2007.

- (β) Οι Αιτητές αποδέχτηκαν την παράταση της ισχύος της προσφοράς και της εγγύησης και το απέστειλαν, με τον τύπο που αναφέρεται στην προηγούμενη παράγραφο, την 12.6.2007, αλλά παρέλειψαν να ανανεώσουν την εγγύηση συμμετοχής μέχρι την 14.6.2007. Οι Αιτητές ανανέωσαν την εγγύηση συμμετοχής την 3.7.2007.

Επί του προκειμένου οι Αιτητές ισχυρίστηκαν ότι εφόσον η αρχική εγγύηση συμμετοχής ίσχυε μέχρι 25.7.2007, η προσφορά δεν παρέμεινε ποτέ ακάλυπτη. Επιπλέον ο προαναφερθείς όρος Α.3.4.2 αναφέρει ότι η εγγύηση συμμετοχής πρέπει να ανανεωθεί «έγκαιρα». Και τούτο δεν σημαίνει ότι είναι ανάγκη να ανανεώνεται ταυτόχρονα με την προσφορά.

Δεν αποδεχόμαστε τους εν προκειμένω ισχυρισμούς των Αιτητών και υιοθετούμε τους ισχυρισμούς της Αναθέτουσας Αρχής. Δεν θεωρούμε σκόπιμο να σημειώσουμε την πάγια θέση της Νομολογίας του Ανωτάτου Δικαστηρίου ότι η εγγύηση συμμετοχής είναι ουσιώδης όρος των εγγράφων προσφοράς. Όσον αφορά το χρόνο ανανέωσης της εγγύησης συμμετοχής έχουμε ήδη αποφασίσει στην Ιεραρχική Προσφυγή 93/2005 ότι η ανανέωση της εγγύησης πρέπει να γίνεται ταυτόχρονα με την ανανέωση της ισχύος της προσφοράς. Τούτο θεωρούμε ότι είναι η ορθή ερμηνεία της λέξης «έγκαιρα». Διαφορετική ερμηνεία είναι, κατά την άποψή μας, φανερό ότι παραβιάζει την αρχή της ισότητας των προσφοροδοτών. Η απόφασή μας αρ. 26/2005 (Paraetis Medical Co Ltd v. Ιατρικών Υπηρεσιών και Υπηρεσιών Δημόσιας Υγείας) που επικαλέστηκε η Δικηγόρος των Αιτητών στηρίζεται σε εντελώς διαφορετικά γεγονότα σε σχέση με τα γεγονότα της παρούσας Ιεραρχικής Προσφυγής. Ως εκ τούτου κρίνουμε ότι οι Αιτητές παρέβηκαν ουσιώδη όρο των εγγράφων προσφοράς και έθεσαν εαυτούς εκτός διαγωνισμού. Όπως αναφέρεται στην **Υπόθεση αρ. 299/2004 STYLSON ENGINEERING CO LTD v. Κυπριακής Δημοκρατίας μέσω Κεντρικού Συμβουλίου Προσφορών**, ημερ. 5.5.2006 «Κανένα όφελος δεν είχαν να αποκομίσουν από την ακύρωση της κατακύρωσης της

προσφοράς στο ενδιαφερόμενο πρόσωπο, εφόσον ήταν εκτός διαγωνισμού. Η διαπίστωση αυτή εκθεμελιώνει το βάθρο της προσφυγής και παρεπόμενα της έφεσης και προοιωνίζεται την απόρριψή της».

Παρότι το αποτέλεσμα της παρούσας Ιεραρχικής Προσφυγής έχει ήδη καθοριστεί με το πιο πάνω εύρημά μας, εντούτοις θεωρούμε σκόπιμο να αναφέρουμε ότι και επί της ουσίας της προσφυγής οι πιο πάνω εκτεθέντες ισχυρισμοί των Αιτητών δεν γίνονται αποδεκτοί. Ο ισχυρισμός ότι στο Παράρτημα 8 γίνεται αναφορά μόνο σε ολοσέλιδες διαφημίσεις και ότι άλλου μεγέθους διαφημίσεις θα έπρεπε να απορριφθούν δεν μας βρίσκει σύμφωνους. Αυτούσιο το Παράρτημα 8 έχει ως ακολούθως:

«.....»

Καθημερινός τύπος (έντυπα ευρείας κυκλοφορίας) καθορισμένο ποσό £20.000. Μέγεθος/Μορφή: Καταχώρηση ολοσέλιδων έγχρωμων διαφημίσεων τύπου Publi που θα παρουσιάζουν το σκεπτικό (rational) της νέας δημιουργικής ιδέας ή/και σε συνδυασμό με έγχρωμες strip διαφημίσεις στην πρώτη σελίδα με παραπομπή σε διαφημιστικό άρθρο, καθώς και εξώφυλλα (δηλ. Wrap-up)».

Έχουμε την άποψη ότι από την ανάγνωση του Παραρτήματος 8 δεν προκύπτει ότι ο αποκλειστικός τύπος διαφήμισης στον καθημερινό τύπο είναι οι ολοσέλιδες διαφημίσεις. Πρόσθετα αποδεχόμαστε τον ισχυρισμό της Αναθέτουσας Αρχής ότι το Παράρτημα 8 δεν πρέπει να αντικρίζεται μεμονωμένα γιατί στην πραγματικότητα συνδέεται άμεσα με το άρθρο Β.2.3.(β) στη σελίδα 23 των όρων το οποίο έχει κατά λέξη ως ακολούθως:

«Το μέγεθος και η μορφή (χρώμα, σχήμα κλπ) των διαφημιστικών καταχωρίσεων θα αξιολογηθεί και θα ληφθεί υπόψη στο κριτήριο 1.3, Πίνακας 1, στην παράγραφο Α4.2.3. Οι προτάσεις θα αξιολογηθούν επίσης ως προς το βαθμό που ικανοποιούν τις προδιαγραφές που καθορίζονται στο Παράρτημα 8 ως προς τη μορφή και το μέγεθος των καταχωρίσεων».

Είναι κατά την άποψή μας φανερό ότι το μέγεθος της διαφήμισης ήταν στοιχείο αξιολόγησης με την ολοσέλιδη διαφήμιση να λαμβάνει το maximum των καθορισμένων

βαθμών του κριτηρίου. Τούτο έγινε στην πραγματικότητα και οι Αιτητές έλαβαν 20/20 ενώ ο επιτυχών προσφοροδότης 17/20.

Βάσει όλων των πιο πάνω δεν έχουμε διαπιστώσει οποιαδήποτε παράβαση του ισχύοντος δικαίου και ως εκ τούτου η προσβαλλόμενη απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής επικυρώνεται.