

POSTANOWENIE

Krajowa Izba Odwoławcza – w składzie: **Przewodniczący: Piotr Kozłowski**

po rozpoznaniu na posiedzeniu bez udziału stron i uczestnika **25 sierpnia 2026 r.** w Warszawie odwołania wniesionego do Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej **4 sierpnia 2026 r.**

przez wykonawcę: **New Look Advertising sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie** [Odwołujący]

w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego pn. *Zakup wyposażenia na potrzeby zabezpieczenia dostaw wody dla mieszkańców Miasta i Gminy Krotoszyn w sytuacjach kryzysowych* (WR-RZP.271.9.2025)

prowadzonym przez zamawiającego: **Miasto Stołeczne Warszawa – Biuro Marketingu Miasta Urzędu m.st. Warszawy we współpracy z Biurem Zamówień Publicznych** [Zamawiający]

przy udziale jako współuczestnika po stronie Zamawiającego wykonawcy: **ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie** [„Przystępujący”]

orzeka:

1. Umarza postępowanie odwoławcze, którego dalsze prowadzenie stało się zbędne.

2. Nakazuje zwrot z rachunku bankowego Urzędu Zamówień Publicznych na rzecz Odwołującego kwoty 7500 zł 00 gr (słownie: siedem tysięcy pięćset złotych zero groszy) uiszczonej przez nich tytułem wpisu od odwołania.

Na niniejsze orzeczenie – w terminie 14 dni od dnia jego doręczenia – przysługuje skarga za pośrednictwem Prezesa Krajowej Izby Odwoławczej do **Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Zamówień Publicznych**.

Uzasadnienie

Miasto Stołeczne Warszawa – Biuro Marketingu Miasta Urzędu m.st. Warszawy we współpracy z Biurem Zamówień Publicznych {dalej: „Zamawiający”} prowadzi na podstawie Ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. z 2026 r. poz. 793) {dalej: „ustawa pzp”, „pzp”} w trybie podstawowym postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego na usługi pn. *Kompleksowa organizacja Gali plebiscytu pn.: „Warszawianka Roku”* (ZP/ABN/271/II-110/26). Ogłoszenie o tym zamówieniu 25 czerwca 2026 r. zostało zamieszczone w Biuletynie Zamówień Publicznych pod nr 00308665. Wartość tego zamówienia nie przekracza progów unijnych.

4 sierpnia 2026 r. New Look Advertising sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie {dalej: „Odwołujący”} wniósł odwołanie od wyboru jako najkorzystniejszej oferty ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie {dalej: „AB” lub „Przystępujący”}, zamiast jej odrzucenia, od zaniechania odrzucenia oferty Make Event sp. z o.o. {dalej: „ME”} oraz od oceny ofert w czterech kryteriach.

Odwołujący zarzucił Zamawiającemu następujące naruszenia przepisów ustawy pzp [po wskazaniu naruszonych przepisów pisownia oryginalna]:

1. Art. 226 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 7 pkt 29 oraz w zw. z § 5 ust. 6 pkt 2 i § 5 ust. 11 pkt 1 lit. a opisu przedmiotu zamówienia i pkt 14.2 lit. a SWZ, a także w zw. z art. 239 ust. 1 i art. 16 pkt 1 – *przez zaniechanie odrzucenia oferty ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o. i wybór tej oferty jako najkorzystniejszej, w sytuacji w której Zamawiający uzasadnieniu przyznanej punktacji trzykrotnie – odrębnie w każdym z trzech podkryteriów kryterium K2 – ustalił, że „Przedstawiona oferta nie spełnia wymogów opisanych w OPZ”, co stanowi stwierdzenie niezgodności treści tej oferty z warunkami zamówienia i obligowało Zamawiającego do jej odrzucenia, zamiast do przyznania jej 0,00 pkt.*
2. Art. 226 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 7 pkt 29 oraz w zw. z § 10 ust. 5 pkt 1 lit. c opisu przedmiotu zamówienia i pkt 25.5 SWZ – *przez zaniechanie odrzucenia oferty ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o. także z tej, stanowiącej odrębną samodzielną przesłankę, przyczyny, że Zamawiający w uzasadnieniu punktacji w kryterium K5 ustalił: „Brak szczegółowego planu aranżacji przestrzeni Arkad Kubickiego z podziałem na wymagane strefy: obszar sceniczny, strefę cateringową, strefę dla publiczności i backstage”, podczas gdy element ten jest wymagany wprost opisem przedmiotu zamówienia i stanowi przedmiot oceny w tym kryterium, co oznacza, że treść oferty jest niezgodna z warunkami zamówienia i obligowało Zamawiającego do jej odrzucenia, zamiast poprzestania na obniżeniu punktacji do 3,00 pkt z 5,00 pkt.*
3. Art. 226 ust. 1 pkt 3 w zw. z art. 218 ust. 1 i 2 oraz art. 92 ust. 1 i 2, a nadto art. 226 ust. 1 pkt 5 w zw. z art. 7 pkt 29 Pzp oraz Częścią II pkt 11 SWZ – *przez zaniechanie odrzucenia oferty ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o. z dwóch odrębnych i samodzielnych przyczyn, a mianowicie: po pierwsze, jako oferty przedstawiającej wzajemnie wykluczające się rozwiązania alternatywne co do sposobu wykonania zamówienia, pozostawiającej Zamawiającemu wybór pomiędzy tymi rozwiązaniami, mimo że Zamawiający nie dopuścił składania ofert wariantowych; po drugie, jako oferty, której treść jest niezgodna z warunkami zamówienia w rozumieniu art. 7 pkt 29 Pzp, tj. z § 5 ust. 6 pkt 2 oraz § 9 ust. 2 pkt 3*

opisu przedmiotu zamówienia, przez brak jednoznacznego określenia sposobu wykonania zamówienia; niedopuszczenie ofert wariantowych wynika z Części II pkt 11 SWZ.

- 4.Art. 239 ust. 1 w zw. z art. 16 pkt 1 i 2 – przez dokonanie oceny w kryterium K5, w podkryterium „Jakość koncepcji scenograficznej i aranżacyjnej” (0–5 pkt), z naruszeniem zasady równego traktowania wykonawców, polegające na przyznaniu ofercie Odwołującego oraz ofercie Make Event sp. z o.o. identycznej liczby 4,00 pkt, mimo że w uzasadnieniu punktacji Zamawiający ustalił, iż oferta Odwołującego zawiera szczegółowy plan aranżacji przestrzeni Arkad Kubickiego z podziałem na wymagane strefy, natomiast oferta Make Event sp. z o.o. planu tego nie zawiera i przedstawia „jedynie recepcję”, co świadczy o zastosowaniu odmiennych standardów oceny i uniemożliwia obiektywną weryfikację oraz porównanie poziomu oferowanego wykonania przedmiotu zamówienia.
- 5.Art. 240 ust. 2 w zw. z art. 239 ust. 1 oraz art. 16 pkt 1 i 2 – przez dokonanie oceny ofert w kryteriach K2 i K4 w oparciu o okoliczności nieobjęte opisem kryteriów oceny ofert i niewynikające z informacji przedstawionych w ofertach, polegające na: a) obniżeniu oceny oferty Odwołującego w podkryterium „Atrakcyjność i kreatywność koncepcji wizualnej” z powołaniem na to, że koncepcja „nie wnosi nowych, innowacyjnych rozwiązań i w dużej mierze powiela założenia zastosowane w Plebiscycie 2025”, oraz w podkryterium „Spójność koncepcji graficznej z identyfikacją wizualną Plebiscytu” z powołaniem na to, że „W opisie pojawia się motyw fal, zastosowany w ubiegłorocznej edycji Plebiscytu” – podczas gdy ani pkt 25.2 SWZ, ani § 5 opisu przedmiotu zamówienia, ani Brief stanowiący załącznik nr 1 do OPZ nie przewidują nowatorstwa względem poprzedniej edycji Plebiscytu jako elementu oceny, a materiały tej edycji nie stanowią informacji przedstawianych w ofertach w rozumieniu art. 240 ust. 2 ustawy Pzp; b) obniżeniu oceny oferty Odwołującego w podkryterium „Kompleksowość i precyzja planu medialnego” z powołaniem na „Brak listy potencjalnych patronów medialnych, tak jak w przypadku innych ofert” – a więc przez uczynienie treści ofert konkurencyjnych wykonawców wzorcem oceny, którego pkt 25.4 SWZ nie przewiduje; c) przyznaniu w podkryterium „Atrakcyjność i kreatywność koncepcji wizualnej” maksymalnej liczby 4,00 pkt ofercie Make Event sp. z o.o. m.in. z powołaniem na to, że „koncepcja zakłada wykorzystanie materiału making-of z sesji zdjęciowej, co stanowi wysoce kreatywny zabieg promocyjny” – podczas gdy opracowanie i dostarczenie materiału wizerunkowego typu „making of” zawierającego materiał z nagrań Wizytówek stanowi obowiązek umowy każdego wykonawcy, wynikający z § 1 ust. 2 pkt 22 oraz § 10 ust. 5 pkt 16 opisu przedmiotu zamówienia, a element ten nie mieści się w wyliczeniu treści Koncepcji wizualnej 10 Wizytówek zawartym w § 5 ust. 10 opisu przedmiotu zamówienia, do którego odsyła pkt 25.2 SWZ; d) zastosowaniu w podkryterium „Atrakcyjność i kreatywność koncepcji wizualnej” dwóch odmiennych wzorców wypowiedzi – merytorycznej oceny jakościowej wobec ofert Odwołującego, Make Event sp. z o.o. i CREATIVE AND BUSINESS GROUP sp. z o.o. oraz formuły kwalifikacyjnej „Przedstawiona oferta nie spełnia wymogów opisanych w OPZ” wobec oferty ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o., która nie została poddana ocenie według elementów wskazanych w pkt 25.2 SWZ.
- 6.Art. 239 ust. 1 w zw. z art. 240 ust. 1 i 2 oraz art. 16 pkt 1 i 2 – przez dokonanie oceny w kryteriach K3 i K4 w sposób wewnętrznie sprzeczny, nieporównywalny i nierówny, polegające na: a) obniżeniu oceny oferty Odwołującego w podkryterium „Kompleksowość i precyzja planu medialnego” przy jednoczesnym ustaleniu, że plan medialny Odwołującego opiera się na działaniach digitalowych uzupełnionych o komunikację radiową, a następnie stwierdzeniu, że „brakuje szerszej dywersyfikacji kanałów komunikacji, w tym wykorzystania mediów tradycyjnych”, podczas gdy radio jest kanałem komunikacji wymienionym wprost obok prasy, telewizji i Internetu w § 9 ust. 1 pkt 1 lit. b opisu przedmiotu zamówienia, co oznacza dokonanie oceny w oparciu o elementy nieprzewidziane w opisie kryterium i niewynikające z treści oferty; b) obniżeniu oceny za brak rozwinięcia „wywiadów telewizyjnych, artykułów sponsorowanych”, które stanowią obowiązek umowy każdego wykonawcy wynikający z § 9 ust. 1 pkt 3 oraz § 9 ust. 4 pkt 2 opisu przedmiotu zamówienia, co oznacza dokonanie oceny w oparciu o elementy nieprzewidziane w opisie kryterium i niewynikające z treści oferty; c) obniżeniu oceny za brak listy patronów medialnych, podczas gdy propozycja patronów medialnych stanowi – zgodnie z § 9 ust. 1 pkt 1 lit. c opisu przedmiotu zamówienia – element planu medialnego przedstawianego dopiero w terminie 14 dni od podpisania umowy, co oznacza dokonanie oceny w oparciu o elementy nieprzewidziane w opisie kryterium i niewynikające z treści oferty; d) zastosowaniu w podkryterium „Wizualizacja przestrzeni” kryterium K3 odmiennych standardów oceny i uzasadniania przyznanej punktacji, polegających na przyznaniu ofercie Odwołującego jedynie 1,50 pkt z 3,00 pkt wraz ze szczegółową, krytyczną oceną, przy jednoczesnym przyznaniu ofertom ADVENTURE BOUTIQUE sp. z o.o. i Make Event sp. z o.o. maksymalnej liczby 3,00 pkt z uzasadnieniem ograniczonym do formuły „Przedstawiona oferta spełnia wymogi”, co świadczy o nierównym traktowaniu wykonawców oraz uniemożliwia obiektywną weryfikację i porównanie ofert w tym podkryterium.

7. Art. 226 ust. 1 pkt 5 w zw. z pkt 14.2 lit. f SWZ i § 7 ust. 19 opisu przedmiotu zamówienia, a nadto art. 226 ust. 1 pkt 3 w zw. z art. 218 ust. 1 i 2 oraz art. 92 ust. 1 i 2 – przez zaniechanie odrzucenia oferty *Make Event sp. z o.o.*, mimo że: a) Zamawiający w uzasadnieniu punktacji w kryterium K7 ustalił brak portfolio obojga zaproponowanych artystów, przyznając tej ofercie 0,00 pkt z 6,00 pkt, podczas gdy portfolio stanowi wymaganą część przedmiotowego środka dowodowego „Propozycje artystów do wykonania statuetki wraz z portfolio”, którego niezłożenie SWZ wiąże wprost ze skutkiem odrzucenia oferty; b) oferta ta przedstawia Koncepcję wizualną 10 Wizytówek w dwóch wykluczających się wariantach – „Opcja 1 / PORTRET STUDYJNY” oraz „Opcja 2 / PORTRET ULICZNY” – realizowanych przez różne osoby, pozostawiając wybór między nimi Zamawiającemu.

Odwołujący wniósł o uwzględnienie odwołania i nakazanie Zamawiającemu:

1. Unieważnienia wyboru najkorzystniejszej oferty.
2. Odrzucenia ofert AB i ME na podstawie zarówno art. 226 ust. 1 pkt 5 pzp, jak i art. 226 ust. 1 pkt 3 pzp;
3. Wezwania Odwołującego w trybie art. 274 ust. 1 pzp do złożenia podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie spełnienia warunku udziału w postępowaniu, tj. wykazu usług według wzoru stanowiącego Załącznik nr 6 do SWZ oraz dowodów, że usługi te zostały wykonane należycie, jako wykonawcy, którego oferta po odrzuceniu oferty AB będzie najwyższej ocenioną.
4. Wyboru oferty Odwołującego jako najkorzystniejszej – przy zachowaniu punktacji przyznanej ofertom w informacji z 30 lipca 2026 r.

Izba ustaliła, co następuje:

19 sierpnia 2026 r. wpłynęła do Izby odpowiedź na odwołanie Zamawiającego, który poinformował, że unieważnił prowadzone postępowanie podstawie art. 255 pkt 6 ustawy pzp. W związku z tym Zamawiający wniósł o umorzenie postępowania odwoławczego.

Załączona Informacja o unieważnieniu postępowania z 13 sierpnia 2026 r., skierowana do wykonawców biorących w nim udział, potwierdza ten fakt.

Reasumując, Zamawiający *de facto* unieważnił czynności objęte zarzutami odwołania oraz podjął nową czynność, od której przysługuje odrębne odwołanie.

Izba zważyła, co następuje:

Z art. 568 pkt 2 pzp wynika, że Izba umarza postępowanie odwoławcze w razie stwierdzenia, że dalsze postępowanie stało się z innej przyczyny (niż cofnięcie odwołania lub uwzględnienie zarzutów przez zamawiającego) zbędne lub niedopuszczalne.

W tej sprawie po wniesieniu odwołania, na skutek czynności Zamawiającego w prowadzonym przez niego postępowaniu, przestał istnieć tzw. substrat zaskarżenia, co czyni orzekanie o zarzucanych naruszeniach przepisów ustawy pzp bezprzedmiotowym, czyli dalsze prowadzenie postępowania odwoławczego stało się zbędne.

Z uwagi na powyższe Izba – działając na podstawie art. 568 pkt 2 pzp – umorzyła postępowanie odwoławcze.

O kosztach postępowania odwoławczego orzeczono stosownie do jego wyniku, na podstawie art. 557 ustawy pzp w zw. z § 9 ust. 1 pkt 1 *in fine (per analogiam)* Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 2020 r. w sprawie szczegółowych rodzajów kosztów postępowania odwoławczego, ich rozliczania oraz wysokości i sposobu pobierania wpisu od odwołania (Dz.U. poz. 2437) nakazując zwrot Odwołującemu kwoty uiszczonej przez niego tytułem wpisu.