

**Η**

**ΕΝΙΑΙΑ ΑΡΧΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ (Ε.Α.ΔΗ.ΣΥ)**

**5<sup>ο</sup> ΚΛΙΜΑΚΙΟ**

Συνήλθε στις 30/06/2023, με την εξής σύνθεση: Γαρυφαλλιά Σκιάνη, Πρόεδρος, Μιχαήλ Οικονόμου-Εισηγητής, Μαρία Βύρρα, Μέλη.

Για να εξετάσει την προδικαστική προσφυγή, υπό Γενικό Αριθμό Κατάθεσης (ΓΑΚ) Ε.Α.ΔΗ.ΣΥ. 747/23.05.2023, της προσφεύγουσας ένωσης με την επωνυμία ««...» (εφ' εξής καλούμενης «προσφεύγουσα»).

Κατά : «...» (εφ' εξής «αναθέτουσα Αρχή»), όπως νόμιμα εκπροσωπείται.

Της παρεμβαίνουσας, με την επωνυμία «...», με διακριτικό τίτλο «...», όπως νομίμως εκπροσωπείται.

Με την προδικαστική προσφυγή, η προσφεύγουσα αιτείται να ακυρωθεί η υπ' αριθμ. ... Απόφαση του Δ.Σ. της ... , κατά το μέρος που έκανε αποδεκτή την τεχνική προσφορά της εταιρείας «...» και την ανέδειξε προσωρινή ανάδοχο, καθώς και η υπ' αριθμ. 1757 Απόφαση του Δ.Σ. της ... , ν' απορριφθεί στο σύνολο της η προσφορά την συ...τέχουσας εταιρείας «...» και να διαταχθεί η επιστροφή των καταβληθέντων παραβόλων.

Με την παρέμβαση επιδιώκεται η απόρριψη της υπό κρίση προσφυγής.

**Η συζήτηση άρχισε, αφού άκουσε τον Εισηγητή**

**Αφού μελέτησε τα σχετικά έγγραφα**

**Σκέφθηκε κατά τον Νόμο**

1. Επειδή, δυνάμει της υπ' αριθμ. πρωτ. .../22-02-2023 (ΑΡ.ΔΙΑΚ.: .../2023) και Α/Α Συστήματος Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.: ... Διακήρυξης της... , προκηρύχθηκε Ανοικτός Ηλεκτρονικός Δημόσιος Διεθνής Διαγωνισμός για την ανάδειξη αναδόχου για την υλοποίηση του έργου «...», προϋπολογισμού 280.057,00 €, πλέον ΦΠΑ 24%, ήτοι 347.270,68 συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ, με διάρκεια υλοποίησης πέντε (5) μήνες από την ημερομηνία της υπογραφής της σύμβασης, με κριτήριο ανάθεσης την πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά βάσει τιμής.

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

2. Επειδή ο ένδικος διαγωνισμός, ως εκ του αντικειμένου του και της προϋπολογισθείσας δαπάνης, εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του ν. 4412/2016 (Α' 147) και η ένδικη διαφορά διέπεται από τις διατάξεις του Βιβλίου IV αυτού, περί έννομης προστασίας, κατά την σύναψη δημοσίων συμβάσεων.

3. Επειδή, για την άσκηση της προσφυγής έχει καταβληθεί νόμιμο e-παράβολο, σύμφωνα με το άρθρο 363 του ν. 4412/2016 και το άρθρο 5 του ΠΔ 39/2017, με κωδικό ... , αξίας 700,15 € ομού με το e-Παράβολο με την ένδειξη αυτόματης δέσμευσης [βλ. εκτύπωση από την ιστοσελίδα της ΓΓΠΣ, όπου αναφέρεται ως κατάσταση παραβόλου «δεσμευμένο» και φέρεται ως «αυτόματης δέσμευσης»], καθώς και νόμιμο e-παράβολο, σύμφωνα με το άρθρο 363 του ν. 4412/2016 και το άρθρο 5 του ΠΔ 39/2017, με κωδικό ... , αξίας 700,15 € ομού με το e-Παράβολο με την ένδειξη αυτόματης δέσμευσης [βλ. εκτύπωση από την ιστοσελίδα της ΓΓΠΣ, όπου αναφέρεται ως κατάσταση παραβόλου «δεσμευμένο» και φέρεται ως «αυτόματης δέσμευσης»].]

4. Επειδή, η προσφεύγουσα υποστηρίζει, ότι *«Δεδομένου ότι υπάρχει ασυμφωνία ή και έλλειψη μεταξύ των αιτούμενων πληροφοριών που ζητούνται στην στήλη Προδιαγραφή του Πίνακα συμμόρφωσης της διακήρυξης και αυτών που δίνονται από την συ...τέχουσα εταιρεία ... στη Τεχνική της προσφοράς μέσω των αναγραφόμενων από αυτήν παραπομπών, στην αντίστοιχη στήλη του πίνακα συμμόρφωσης, με πιο χαρακτηριστικές αυτές που αναπτύσσονται στην συνέχεια. Δεδομένου ότι στην γραμμή 4 του Πίνακα Συμμόρφωσης ζητείται η παροχή πληροφοριών για «Στρατηγικός σχεδιασμός και υλοποίηση επικοινωνιακού πλάνου σε παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα: διαδίκτυο, τηλεόραση και ραδιόφωνο» και η συ...τέχουσα εταιρεία ... σαν παροχή πληροφοριών παραπέμπει στην ενότητα «2.4. Μεθοδολογία Σχεδιασμού Πλάνου Μέσων για ... (...)» της τεχνικής της προσφοράς, η οποία αναφέρει τα κάτωθι: «2.4 Μεθοδολογία Σχεδιασμού Πλάνου Μέσων για ... (...). Η εταιρεία μας θα εκπονήσει και θα υποβάλλει τεκμηριωμένη αναλυτική πρόταση Προγράμματος Δημοσιότητας (...), αφού προηγουμένως λάβει υπόψη του τη στρατηγική τοποθέτηση, την εικόνα και ταυτότητα της καμπάνιας. Η πρόταση θα τεθεί υπό την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής με αναφορά στην ανάλυση του προϋπολογισμού (...), στην επιλογή των Μέσων, του χρόνου και της προβλεπόμενης αποτελεσματικότητας. Το πλάνο*

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

δημοσιότητας θα: είναι χρονικά κατανομημένο και με ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών επιτυγχάνει το καλύτερο δυνατό media mix διατηρώντας το κόστος σε επιθυμητά επίπεδα διαθέτει τεκμηρίωση της επιλογής των μέσων ή του τόπου (ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια) και της αποτελεσματικότητας τους στοχεύει σε επιλεγμένες αγορές-στόχους και περιγράφει τον τρόπο επιλογής και προσέγγισης των ομάδων-στόχου διαθέτει τεκμηρίωση της επιλογής του χρόνου και της διάρκειας προβολής περιέχει ανάλυση των εργαλείων μέτρησης και αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας προβλέπει την υποβολή προσχέδιου δράσεων για όλα τα μέσα το οποίο θα λάβει την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής περιλαμβάνει το κόστος προβολής-ανάλυση προϋπολογισμού περιγράφει τα παραδοτέα Το πλάνο δημοσιότητας που έχει καταρτισθεί σε μορφή πίνακα και περιλαμβάνει το μίγμα της προβολής ανά μέσο και μήνυμα τόσο για τα εθνικά και περιφερειακά .... Εάν υπάρξει επικαιροποιημένη πρόταση, αυτή θα τεθεί υπό την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής με αναφορά στην ανάλυση του προϋπολογισμού (budget break down), στην επιλογή των ..., του χρόνου και της προβλεπόμενης αποτελεσματικότητας, λαμβάνοντας υπόψη το Π.Δ. 261/97. Η εταιρεία μας θα αναλάβει την υλοποίηση της πρότασης και τις απαραίτητες ενέργειες στα ...». Είναι φανερό ότι οι πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στην γραμμή 4 του πίνακα συμμόρφωση αφορούν μόνο τα παραδοσιακά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο) και δεν δίνεται καμία πληροφορία για τα Ψηφιακά μέσα. 7. Δεδομένου ότι στην γραμμή 5 του Πίνακα Συμμόρφωσης ζητείται η παροχή πληροφοριών για «Στρατηγική και υλοποίηση επικοινωνιακών πλάνων σε digital μέσα: Viber Display, Spotify Audio / Video / Display, TikTok Ads, Meto Ads, Google Ads, Influencer Marketing, Email marketing» και η συ...τέχουσα εταιρεία ... σαν παροχή πληροφοριών παραπέμπει στην ενότητα «2.7. Μεθοδολογία ανάπτυξης στρατηγικής και υλοποίησης διαφημιστικής προβολής στα ψηφιακά μέσα κλπ» της τεχνικής της προσφορά, η οποία αναφέρει τα κάτωθι: 2.7. Μεθοδολογία ανάπτυξης στρατηγικής και υλοποίησης διαφημιστικής προβολής στα ψηφιακά μέσα κλπ. «Αναφορικά με την προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και στα υπόλοιπα ψηφιακά μέσα η εταιρεία μας αναλαμβάνει την εκπόνηση και υλοποίηση ενός... . Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η εταιρεία μας θα μεριμνήσει για τον προγραμματισμό των χορηγούμενων διαφημίσεων που το πλάνο

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

προβολής στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης θα ορίζει, για το χρόνο δημοσίευσής τους, τη διευθέτηση των πληρωμών τους από τραπεζικό λογαριασμό που διαθέτει κ.α. Το πρόγραμμα και το περιεχόμενο αναρτήσεων και διαφημίσεων θα υποβάλλεται τουλάχιστον δύο (2) εβδομάδες νωρίτερα στην Αναθέτουσα Αρχή για έγκριση. Σε περίπτωση που υποδεικνύονται τροποποιήσεις από την Αναθέτουσα Αρχή, θα πραγματοποιούνται από τον Ανάδοχο εντός μιας (1) εβδομάδας από την έγγραφη ενημέρωση του και θα επανυποβάλλεται το πρόγραμμα για έγκριση. Η εταιρεία μας θα υποβάλει στην Αναθέτουσα Αρχή μηνιαίες εκθέσεις για τις ως άνω ενέργειες υλοποίησης προβολής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στις οποίες θα περιλαμβάνονται τα αποτελέσματα των ενεργειών, καθώς και προτάσεις για επόμενες ενέργειες. Ενδεικτικά στοιχεία που μπορούν να συμπεριλαμβάνονται στις εκθέσεις είναι:

S Αριθμός μελών (ποσοτική / ποσοστιαία αύξηση) S Διάδραση (Engagement) S Insights S Τύποι των posts S Απήχηση ανά μέσο και συνολική απήχηση (Total Reach) S Σύγκριση με προηγούμενα διαστήματα S Αναφορά αποτελεσμάτων Hashtags S Top posts S Screenshots S Δυνατά και αδύναμα σημεία που χρήζουν βελτίωσης S Επόμενα βήματα - στόχοι επόμενου διαστήματος S Σύνοψη. Οι εκθέσεις θα αποστέλλονται από την εταιρεία μας τόσο εγγράφως όσο και ηλεκτρονικά σε μορφή παρουσίασης (pdf αρχείο) και θα κατατίθενται στην Αναθέτουσα Αρχή στο πρώτο δεκαήμερο κάθε μήνα που έπεται της λήξης κάθε ημερολογιακού μήνα από την υπογραφή της σύμβασης. Για την υλοποίηση του πλάνου απαιτείται η ανάπτυξη στρατηγικής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η οποία θα προσδιορίσει τα στόχευμένα κοινά σε κάθε πλατφόρμα, τις στρατηγικές ενεργοποίησης ροές εργασιών και την παρακολούθηση μέσω βασικών δεικτών επίδοσης. Ενδεικτικά παρατίθενται οι κάτωθι υπηρεσίες:

- Παροχή συμβουλών σχετικά με τις τελευταίες τάσεις, τους δείκτες αναφοράς και τα προφίλ χρηστών των social media,

- Ανάπτυξη ημερολογίων για το περιεχόμενο,
- Εύρεση και προτάσεις περιεχομένου,
- Συγγραφή και επεξεργασία κειμένων αναρτήσεων,
- Γραφιστική επιμέλεια (δημιουργία εικόνων, πληροφοριακών γραφημάτων, διαγραμμάτων, επεξεργασία φωτογραφιών, συνθέσεις φωτογραφιών και videos κ.α.),
- Ανάπτυξη και υλοποίηση ιδεών ενεργοποίησης,

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

• Διαχείριση κοινότητας, διαμόρφωση πολιτικών διαχείρισης, διαχείριση ερωτημάτων, διαχείριση σχολίων. tit) Διαμόρφωση, υλοποίηση και εξόφληση διαφημιστικού πλάνου για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που da περιλαμβάνει κοινά-στόχους (με κριτήρια ηλικιακά, γεωγραφικά, ενδιαφερόντων κ.α), βασικούς δείκτες επίδοσης, προϋπολογισμό. Μέσα από τη Στρατηγική Επικοινωνίας επιδιώκεται η ενημέρωση των ομάδων- στόχου προκειμένου να μεγιστοποιηθεί ο αριθμός των πολιτών που ευαισθητοποιούνται και λαμβάνουν γνώση για το έργο. Κεντρικό στοιχείο της στρατηγικής είναι η ενοποίηση της επικοινωνίας όσον αφορά στα μηνύματα, την εικόνα και το ύφος, το οποίο θα είναι επεξηγηματικό με περιεχόμενο ουσίας, αντιληπτό από κάθε επιμέρους κοινό-στόχος. Σκοπός της συγκεκριμένης Δράσης είναι η προβολή νέου περιεχομένου διαφημιστικών μηνυμάτων για τα νέα προγράμματα των ... μεταξύ άλλων και μέσα από τα ψηφιακά μέσα. Για την παρουσία και την ενεργή δραστηριοποίηση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης απαιτείται, αρχικά, η εκπόνηση ενός ολοκληρωμένου Στρατηγικού Σχεδίου Επικοινωνίας και Προωθητικών Ενεργειών, το οποίο θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον τα κάτωθι: § Ανάλυση επιτυχημένων παραδειγμάτων. § Στρατηγική Επικοινωνίας, στόχοι επικοινωνίας και κοινά στόχος για κάθε ένα Μέσο. § Στρατηγική Περιεχομένου για κάθε ένα Μέσο & Προτεινόμενο πλάνο προωθητικών ενεργειών (διαφημιστικές καμπανιές), που da συμπληρώνουν το περιεχόμενο και da ενισχύουν την αποτελεσματικότητα της προβολής. Στη συνέχεια, βάσει του εγκεκριμένου Στρατηγικού Σχεδίου, da ο Ανάδοχος θα αναλάβει την υλοποίησή του και συγκεκριμένα: • τη δημιουργία (όπου απαιτείται)/ενεργοποίηση /ενημέρωση των αντίστοιχων λογαριασμών στα παραπάνω Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης • την καθημερινή διαχείρισή τους σε επίπεδο § δημιουργίας και ανάρτησης πρωτότυπου και χρήσιμου περιεχομένου, § δημιουργίας και υλοποίησης διαφημιστικών καμπανιών § παρακολούθησης και διαχείρισης σχολίων – απαντήσεων. § παρακολούθησης στατιστικών στοιχείων και βελτιστοποίησης περιεχομένου/καμπάνιας». Είναι φανερό ότι οι πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στην γραμμή 5 του Πίνακα Συμμόρφωσης είναι ελλιπείς, αφορούν μόνο Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ενώ δεν δίνεται καμία πληροφορία για Google Ads, tnfluencer Marketing και Email marketing που δεν αποτελούν Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Επειδή στην γραμμή 6 του πίνακα συμμόρφωση

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

ζητείται η παροχή πληροφοριών για Σχεδιασμός και παραγωγή προωθητικών υλικών και διαφημίσεων για προβολή στην Τηλεόραση, με στρατηγική κατανομή των τηλεοπτικών σποτ σε κανάλια υψηλής τηλεθέασης & πανελλαδικής εμβέλειας, αλλά και σε τηλεοπτικούς σταθμούς περιφερειακής εμβέλειας» και η συ...τέχουσα εταιρεία ... σαν παροχή πληροφοριών παραπέμπει στην ενότητα «2.5. Μεθοδολογία παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού (τηλεοπτικό/ραδιοφωνικό σποτ και video)» της τεχνικής της προσφοράς, η οποία αναφέρει τα κάτωθι. «2.5. Μεθοδολογία παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού (τηλεοπτικό/ραδιοφωνικό σποτ και video). Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η μεθοδολογία που θα ακολουθηθεί για την παραγωγή των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σποτ και των video. Τα στάδια υλοποίησης της δράσης είναι τα εξής: Α. Στάδιο προετοιμασίας. Στο στάδιο αυτό θα γίνει μια αρχική συζήτηση με την αναθέτουσα Αρχή. Τα αρμόδια στελέχη για το σχεδιάσμά και την παραγωγή θα συζητήσουν με την Αναθέτουσα Αρχή και θα εκθέσουν από κοινού τις προτάσεις και τους στόχους των εν λόγω παραγωγών. Σχεδιασμός 3 εναλλακτικών concept. Για τη δημιουργία βίντεο, τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σποτ θα σχεδιαστούν 3 εναλλακτικά concept πάνω στα οποία θα στηριχτούν οι παραγωγές και θα εκπληρώνονται οι στόχοι του έργου. Τα τρία εναλλακτικά concept θα παρουσιαστούν στην αναθέτουσα αρχή προς αξιολόγηση και με τεκμηρίωση του σκεπτικού σχεδιασμού τους θα προτείνουμε τη δημιουργία story board. Αποδοχή ενός concept. Τα τρία concept που θα παρουσιαστούν στην αναθέτουσα Αρχή θα της παραδοθούν και θα δοθεί ο απαιτούμενος χρόνος για την απόφαση και αποδοχή ενός από αυτά ώστε με την έγκριση της Αν. Αρχής να προχωρήσουμε στη διαδικασία σχεδιασμού storyboard. Σχεδιασμός story board βάσει του επιλεγμένου concept. Με την αποδοχή ενός από τα concept το δημιουργικό τμήμα της εταιρείας μας θα προχωρήσει στο σχεδιάσμά του storyboard το οποίο θα απεικονίζει το επιλεγμένο concept. Τα χρώματα και τα κείμενα που θα χρησιμοποιηθούν θα έχουν επιλεγεί έτσι ώστε να ικανοποιούνται οι επιδιωκόμενοι στόχοι από τις παραγωγές μέσω της προβολής. Αντίστοιχα για το ραδιοφωνικό σποτ θα δημιουργηθεί σενάριο βασισμένο στο επιλεγμένο concept με κειμενογράφηση τέτοια η οποία θα έχει συνάφεια με το τηλεοπτικό σποτ και θα προβάλλει το επιδιωκόμενο μήνυμα μέσω της μετάδοσης. 4. Έγκριση ή τροποποίηση. Τα storyboards και τα

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

σενάρια σποτ θα παρουσιαστούν στην αναθέτουσα Αρχή προς αξιολόγηση και με τεκμηρίωση του σκεπτικού σχεδιασμού τους και σύνδεσης του σεναρίου του ραδιοφωνικού σποτ. Με την αξιολόγηση θα προχωρήσουμε σε τυχόν τροποποιήσεις και επανυποβολή των προτάσεων. Τέλος τα storyboards και το σενάριο του ραδιοφωνικού σποτ θα της παραδοθούν και θα δοθεί ο απαιτούμενος χρόνος για την απόφαση και αποδοχή ενός από αυτά ώστε με την έγκριση της να προχωρήσουμε στην τελική διαδικασία παραγωγής. Β. Στάδιο παραγωγής. Στο στάδιο αυτό θα γίνει προγραμματισμός και θα ληφθούν υπόψη όλες οι παράμετροι για την τελική παραγωγή. PPM (pre production meeting). Στη συνάντηση αυτή συ...τέχει όλη η ομάδα που εμπλέκεται με τις παραγωγές καθώς επίσης και εκπρόσωπος της αναθέτουσας αρχής και θα γίνει μια αρχική προσέγγιση αλλά και ενημέρωση της ομάδας παραγωγής για τον τρόπο προσέγγισης των σποτ. α. Σκηνοθετική προσέγγιση. Ο σκηνοθέτης ξεκινά να βλέπει εικόνες του storyboard και σχηματίζει σιγά-σιγά τον τρόπο προσέγγισης. Με προσεκτικό μεθοδολογικό σχεδιάσμά προσέχει να μην αποκλίνει από το storyboard και προσδίδει με την εικόνα και τον ήχο ένταση και δημιουργικότητα στην παραγωγή. Λεπτομέρειες παραγωγής. Ο παραγωγός πρέπει να έχει καλλιτεχνικό όραμα και να μπορεί σε συνεργασία με το σκηνοθέτη να εκτιμήσει την απήχηση των παραγωγών στο κοινό - στόχος με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Στο στάδιο αυτό οριστικοποιούνται λεπτομέρειες της παραγωγής και ξεκινά με τη σύμφωνη γνώμη όλων η διαδικασία παραγωγής. Παραγωγή video. Το video παράγεται και μοντάρεται σε μηχανήματα υψηλών προδιαγραφών και ρετουσάρεται ώστε να μπορεί να εκπληρώσει τους επιδιωκόμενους στόχους. Η διαδικασία αυτή απαιτεί τη σύμπραξη πολλών αλληλένδετων ειδικοτήτων. Τη διαδικασία παρακολουθεί στενά υπεύθυνος παραγωγών της Ομάδας Έργου ώστε να παρέμβει σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι η παραγωγή αποκλίνει από το σενάριο. Παρουσίαση δείγματος δουλειάς. Το παραχθέν υλικό παρουσιάζεται στην αναθέτουσα Αρχή με τεκμηρίωση του τρόπου παραγωγής και της παραδίδεται αφήνοντας τον απαιτούμενο χρόνο να το μελετήσει και να καταγράψει τα σχόλια και τις παρατηρήσεις της. Έγκριση ή τροποποίηση. Σε περίπτωση που η Αναθέτουσα Αρχή προβεί σε παρατηρήσεις, αλλαγές και προσθήκες η εταιρεία μας θα προβεί σε αυτές και θα επανυποβάλλει τις παραγωγές σύμφωνα με τις παρατηρήσεις. Με τη σύμφωνη γνώμη της

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

Αναθέτουσας Αρχής θα προχωρήσουμε σε ολοκληρωμένη παραγωγή. Παρουσίαση ολοκληρωμένης παραγωγής. Η ολοκληρωμένη παραγωγή θα παρουσιαστεί στην αναθέτουσα Αρχή με τις αλλαγές και προσθήκες που της παρατηρήθηκαν. Έγκριση. Η ολοκληρωμένη παραγωγή παραδίδεται προς έγκριση στην αναθέτουσα Αρχή και επεξηγείται ο τρόπος διασύνδεσής τους με τα υπόλοιπα μέσα προβολής ώστε να υπάρχει συνέπεια στην επικοινωνία. Παράδοση τελικής παραγωγής. Το σύνολο των παραγωγών παραδίδονται στην αναθέτουσα Αρχή για το Αρχείο της ή κάθε άλλη χρήση σε ηλεκτρονική μορφή υψηλής ποιότητας και ξεκινά η διαδικασία διανομής τους στα αρμόδια μέσα προβολής». Είναι φανερό ότι οι πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στην γραμμή 6 του Πίνακα Συμμόρφωσης είναι π Μεθοδολογία παραγωγικού οπτικοακουστικού υλικού και δεν δίνεται καμία πληροφορία για την στρατηγική κατανομή των τηλεοπτικών σποτ σε κανάλια υψηλής τηλεθέασης & πανελλαδικής εμβέλειας. αλλά και σε τηλεοπτικούς σταθμούς περιφερειακής εμβέλειας. Δεδομένου ότι στην γραμμή 7 του Πίνακα Συμμόρφωσης ζητείται η παροχή πληροφοριών για α. Σχεδιασμός και παραγωγή προωθητικών υλικών και διαφημίσεων για προβολή στο Ραδιόφωνο; με στρατηγική συνεργασία με ραδιοφωνικούς ομίλους, για μέγιστη προώθηση των ραδιοφωνικών σποτ σε διαφορετικά κοινά (ηλικία, φύλο, ενδιαφέροντα κ.λπ.)» και η συ...τέχουσα εταιρεία ... σαν παροχή πληροφοριών παραπέμπει πάλι στην ενότητα «2.5. Μεθοδολογία παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού (τηλεοπτικό/ραδιοφωνικό σποτ και video)» της τεχνικής της προσφοράς, την όποια αναπτύξαμε αμέσως προηγουμένως. Είναι φανερό ότι οι μόνες πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στην γραμμή 7 του Πίνακα Συμμόρφωσης είναι η μεθοδολογία παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού και δεν δίνεται καμία πληροφορία για την στρατηγική συνεργασία με ραδιοφωνικούς σταθμούς για μέγιστη προώθηση των ραδιοφωνικών σποτ σε διαφορετικά κοινά (ηλικία. Φύλο, ενδιαφέροντα κ.λπ.). Επειδή από τα παραπάνω αναφερόμενα στις παραγράφους 5, 6, 7, 8 και 9 είναι φανερό ότι η Τεχνική προσφορά της συ...τέχουσας εταιρείας ... δεν καλύπτει όλες τις απαιτήσεις και τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί από την Αναθέτουσα Αρχή στο Παράρτημα Ι της Διακήρυξης του Διαγωνισμού και λανθασμένα με το υπ' αρ. .../21-04-2023



## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

*πρακτικό της η Επιτροπή Διαγωνισμών της Διοίκησης της ... έκρινε ότι καλύπτονται».*

5. Επειδή, με τις από 31/05/2023 εμπρόθεσμες απόψεις της η αναθέτουσα Αρχή και η παρεμβαίνουσα υπεραμύνονται της νομιμότητας της προσβαλλόμενης. Επ' αυτών, κατετέθη το από 06/06/2023 εμπρόθεσμο υπόμνημα της προσφεύγουσας, δεδομένου ότι η 05/06/2023 ήταν ημέρα εξαιρετέα (Δευτέρα, του Αγίου Πνεύματος), το δε από 19/06/2023 υπόμνημα της παρεμβαίνουσας κατατέθηκε παραδεκτώς, δεδομένου ότι οι απόψεις κοινοποιήθηκαν σ' αυτήν στις 12/06/2023, ως προκύπτει από το σχετικό αποδεικτικό κοινοποίησης της αναθέτουσας Αρχής, οι δε 17<sup>η</sup> και 18<sup>η</sup> /6/2023 ήταν ημέρες εξαιρετέες (Σάββατο και Κυριακή, αντιστοίχως). Το από 20/06/2023 υπόμνημα της προσφεύγουσας δεν λαμβάνεται υπ' όψη, ως εκπροθέσμως ασκηθέν.

6. Επειδή, εν προκειμένω, από την επισκόπηση του διοικητικού φακέλλου, ως προς τους ισχυρισμούς της προσφεύγουσας περί έλλειψης της προσφοράς της παρεμβαίνουσας αναφορικά με την απαίτηση της γραμμής 4 του Πίνακα Συμμόρφωσης «Στρατηγικός σχεδιασμός και υλοποίηση επικοινωνιακού πλάνου σε παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα: διαδίκτυο, τηλεόραση και ραδιόφωνο.», λεκτέα τα κάτωθι. Με τον πρώτο λόγο της προσφυγής, η προσφεύγουσα παραθέτει την ενότητα 2.4 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στην οποία γίνεται παραπομπή στον πίνακα συμμόρφωσης, στην γραμμή 4 αυτού, και προβάλλει, ότι «*Είναι φανερό ότι οι πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στη γραμμή 4 του πίνακα συμμόρφωσης αφορούν μόνο τα παραδοσιακά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο) και δεν δίνεται καμία πληροφορία για τα ψηφιακά μέσα*». Ο ως άνω ισχυρισμός της προσφεύγουσας είναι αβάσιμος για τους κάτωθι λόγους. Όπως παρατίθεται και στην προσφυγή, στην ενότητα 2.4. της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στην οποία παραπέμπει στον πίνακα συμμόρφωσης στην γραμμή 4 αυτού, διαλαμβάνονται τα εξής: «*2.4. Μεθοδολογία Σχεδιασμού Πλάνου Μέσων για ... (...). Η παρεμβαίνουσα θα εκπονήσει και θα υποβάλλει τεκμηριωμένη αναλυτική πρόταση Προγράμματος Δημοσιότητας (...), αφού προηγουμένως λάβει υπόψη του τη στρατηγική τοποθέτηση, την εικόνα και ταυτότητά της καμπάνιας. Η πρόταση θα τεθεί υπό την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής με*

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

αναφορά στην ανάλυση του προϋπολογισμού (*budget break down*), στην επιλογή των Μέσων, του χρόνου και της προβλεπόμενης αποτελεσματικότητας. Το πλάνο δημοσιότητας θα: - είναι χρονικά κατανεμημένο και με ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών - επιτυγχάνει το καλύτερο δυνατό *media mix* διατηρώντας το κόστος σε επιθυμητά επίπεδα - διαθέτει τεκμηρίωση της επιλογής των μέσων ή του τόπου (ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια) και της αποτελεσματικότητας τους - στοχεύει σε επιλεγμένες αγορές-στόχους και περιγράφει τον τρόπο επιλογής και προσέγγισης των ομάδων-στόχου - διαθέτει τεκμηρίωση της επιλογής του χρόνου και της διάρκειας προβολής - περιέχει ανάλυση των εργαλείων μέτρησης και αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας - προβλέπει την υποβολή προσχέδιου δράσεων για όλα τα μέσα το οποίο θα λάβει την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής - περιλαμβάνει το κόστος προβολής-ανάλυση προϋπολογισμού - περιγράφει τα παραδοτέα. Το πλάνο δημοσιότητας που έχει καταρτισθεί σε μορφή πίνακα και περιλαμβάνει το μίγμα της προβολής ανά μέσο και μήνυμα τόσο για τα εθνικά και περιφερειακά ... Εάν υπάρξει, επικαιροποιημένη πρόταση, αυτή θα τεθεί υπό την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής με αναφορά στην ανάλυση του προϋπολογισμού (*budget break down*), στην επιλογή των ..., του χρόνου και της προβλεπόμενης αποτελεσματικότητας, λαμβάνοντας υπόψη το Π.Δ. 261/97. Η εταιρεία μας θα αναλάβει την υλοποίηση της πρότασης και τις απαραίτητες ενέργειες στα ...». Όπως προκύπτει, τόσο από τον τίτλο όσο και από το λοιπό περιεχόμενο της ως άνω ενότητας της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, όλες οι παρεχόμενες σε αυτήν πληροφορίες αφορούν σε όλα τα μέσα, ήτοι και στα ψηφιακά (βλ. συναφώς και ρητές αναφορές στην ως άνω ενότητα σε «όλα τα μέσα»). Από καμμία δε ρύθμιση ούτε της διακήρυξης αλλ' ούτε και του νόμου προκύπτει, ότι ο όρος «...» αναφέρεται μόνο στα «παραδοσιακά μέσα», ως αναφέρει η προσφεύγουσα, ήτοι στην τηλεόραση και στο ραδιόφωνο και όχι και στα ψηφιακά μέσα. Ο περί του αντιθέτου ισχυρισμός της προσφεύγουσας είναι αβάσιμος και ουδέν έρεισμα βρίσκει στην διακήρυξη ή στον νόμο. Αντίθετα, σύμφωνα με τα διδάγματα της κοινής πείρας, ως ... νοούνται όλα τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων και των ψηφιακών. Κατ' αποδοχή του σχετικού ισχυρισμού της παρεμβαίνουσας, στο Μητρώο της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης εγγράφονται και τα

ψηφιακά μέσα, ως μέσα μαζικής επικοινωνίας (βλ. <https://www.media.gov.gr/>). Συνακόλουθα, πέραν των ρητών αναφορών στην επίμαχη ενότητα σε «όλα τα μέσα», βασίμως αναφέρεται η παρεμβαίνουσα σε «...», εννοώντας όλα τα μέσα, συμπεριλαμβανομένων και των ψηφιακών. Αβασίμως δε, όπως προαναφέρθηκε, η προσφεύγουσα υπολαμβάνει, ότι «...» συνιστούν μόνον η τηλεόραση και το ραδιόφωνο και όχι τα ψηφιακά μέσα. Εκ των ανωτέρω προδιαληφθέντων, προκύπτει, ότι ο επίμαχος λόγος περί έλλειψης της προσφοράς της παρεμβαίνουσας, διότι δεν παρέχει καμμία πληροφορία για τα ψηφιακά μέσα, είναι αβάσιμος και απορριπτέος. Επαλλήλως, ως προς την πλήρωση της επίμαχης απαίτησης της γραμμής 4 του Πίνακα Συμμόρφωσης, ληπτέες υπ' όψη είναι και οι ενότητες 2.3 και 2.7 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στις οποίες, όπως είναι απολύτως σαφές από το περιεχόμενο και των ενοτήτων αυτών, επίσης παρέχονται αναλυτικές πληροφορίες, ως προς τα ψηφιακά μέσα. Συνεπώς, ο επίμαχος λόγος της προσφυγής είναι απορριπτέος και εξ αυτού του λόγου. Εξ άλλου, δεδομένης της ως άνω αναφερόμενης, έλλειψης ρητής μνείας της διακήρυξης, η παρεμβαίνουσα στον πίνακα συμμόρφωσης παρέπεμψε, ως προς την επίμαχη απαίτηση, στην ενότητα 2.4 της τεχνικής της προσφοράς ως, κατά την άποψή της, καλύτερα στοιχούσα στην απαίτηση αυτή, ωστόσο, σύμφωνα με τ' ανωτέρω, ληπτέο υπ' όψη είναι το σύνολο της τεχνικής της προσφοράς. Σύμφωνα δε με τα προαναφερόμενα, οι απαιτούμενες για την επίμαχη απαίτηση πληροφορίες παρέχονται ήδη στην ενότητα 2.4 της τεχνικής της προσφοράς, συνεπώς, ο ένδικος λόγος είναι σε κάθε περίπτωση απορριπτέος. Κατόπιν όλων των ανωτέρω, ο επίμαχος λόγος της προσφυγής είναι απορριπτέος, τόσο στο μέτρο που προβάλλεται έλλειψη της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες για την επίμαχη απαίτηση στην ενότητα 2.4 της τεχνικής της προσφοράς, όσο και στο μέτρο που προβάλλεται εν γένει έλλειψη της τεχνικής της προσφοράς, ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες για την επίμαχη απαίτηση, αλλά και στο μέτρο που προβάλλεται, ότι, ως προς την πλήρωση της επίμαχης απαίτησης, δεν μπορούν να ληφθούν υπ' όψη και λοιπά στοιχεία του περιεχομένου της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στα οποία δεν γίνεται παραπομπή στον πίνακα συμμόρφωσης.

7. Επειδή, ως προς τους ισχυρισμούς της προσφεύγουσας περί έλλειψης της προσφοράς της παρεμβαίνουσας, αναφορικά με την απαίτηση της γραμμής 5 του Πίνακα Συμμόρφωσης «Στρατηγική και υλοποίηση επικοινωνιακών πλάνων σε digital μέσα: Viber Display, Spotify Audio / Video / Display, TikTok Ads, Meta Ads, Google Ads, Influencer Marketing, Email marketing», λεκτέα τα κάτωθι. Με τον δεύτερο λόγο της εξεταζόμενης προσφυγής, η προσφεύγουσα παραθέτει την ενότητα 2.7. της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στην οποία η τελευταία παραπέμπει στον πίνακα συμμόρφωσης, στην γραμμή 5 αυτού, και προβάλλει (η προσφεύγουσα), ότι *«Είναι φανερό ότι οι πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στη γραμμή 5 του Πίνακα Συμμόρφωσης αφορούν μόνο Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ενώ δεν δίνεται καμία πληροφορία για Google Ads, Influencer Marketing και Email marketing που δεν αποτελούν Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης»*. Ο ως άνω ισχυρισμός της προσφεύγουσας είναι αβάσιμος, για τους εξής λόγους. Στο ΜΕΡΟΣ Α - ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ Ι - ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ - ΕΙΔΙΚΟΙ ΟΡΟΙ της διακήρυξης, ορίζεται, μεταξύ άλλων, ότι *«...Οι προδιαγραφές και τα παραδοτέα όπως αυτά διαμορφώθηκαν από το Τμήμα Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων έχουν ως εξής:...* • *Στρατηγική και υλοποίηση επικοινωνιακών πλάνων σε digital μέσα: Viber Display Spotify Audio / Video / Display TikTok Ads Meta Ads Google Ads Influencer Marketing Email marketing ...»*. Στην παρ. 5.1.1. της διακήρυξης, ορίζεται, μεταξύ άλλων, ότι *«7. Στρατηγική και υλοποίηση επικοινωνιακών πλάνων σε digital μέσα (μέρος πρώτο), το οποίο θα αφορά ενδεικτικά: Viber display, Meta Ads, Google Ads, Spotify audio video display, TikTok Ads, Influencer marketing, Email marketing.»* (βλ. γραμμή 2 υπό α/α 7 του περιλαμβανόμενου στην ως άνω παρ. πίνακα). Στην γραμμή 5 του πίνακα συμμόρφωσης του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ Ι της διακήρυξης ορίζεται: *«Στρατηγική και υλοποίηση επικοινωνιακών πλάνων σε digital μέσα: Viber Display Spotify Audio / Video / Display TikTok Ads Meta Ads Google Ads Influencer Marketing Email marketing»*. Από την διατύπωση της επίμαχης απαίτησης σε αμφότερες τις ανωτέρω περιπτώσεις του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ Ι της διακήρυξης (*«... σε digital μέσα: ...»*), σαφώς προκύπτει, ότι η αναφορά στα αναφερόμενα μέσα είναι

ενδεικτική. Αν η διακήρυξη απαιτούσε την παροχή πληροφοριών για όλα τα αναφερόμενα μέσα, τούτο θα έπρεπε να είχε διατυπωθεί ρητώς, με οριστικό άρθρο «...[εις τα=] στα digital μέσα: ...». Τα ανωτέρω επιβεβαιώνονται από την προπαρατιθέμενη παρ. 5.1.1. της διακήρυξης, στην οποία ρητώς ορίζεται, ότι η αναφορά στα επίμαχα μέσα είναι ενδεικτική. Συναφώς, κρίνεται ότι δεν δύναται να λάβει χώρα βασίμως ερμηνευτική εκδοχή, κατά την οποία η αναφορά των μέσων είναι υποχρεωτική, ως προς όλα τα αναφερόμενα μέσα στους όρους του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ Ι, αλλά είναι ενδεικτική μόνο ως προς την παρ. 5.1.1. που αφορά στον τρόπο πληρωμής. Τούτο, διότι το ότι η αναφορά στα μέσα είναι ενδεικτική προκύπτει σαφώς από την διατύπωση αυτών των απαιτήσεων του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ Ι της διακήρυξης η δε ερμηνεία των όρων της διακήρυξης γίνεται συνδυαστικά, συνεπώς, τυχόν παραδοχή των ανωτέρω συνιστά ασάφεια της διακήρυξης, η οποία δεν μπορεί να αποβεί εις βάρος της παρεμβαίνουσας, και αφού τα επίμαχα μέσα προβλέπονται στον τρόπο πληρωμής ως ενδεικτικά, είναι ενδεικτική και η αναφορά τους ως αντικείμενου της σύμβασης (ήτοι δεν είναι υποχρεωτικά όλα παραδοτέα) και συνακόλουθα είναι ενδεικτική και η αναφορά τους ως προς την τεχνική προσφορά (ήτοι δεν είναι υποχρεωτική η αναφορά πληροφοριών για όλα). Εκ των ανωτέρω προκύπτει, ότι ο επίμαχος λόγος περί έλλειψης της προσφοράς της παρεμβαίνουσας, διότι δεν παρέχει καμμία πληροφορία για Google Ads, Influencer Marketing και Email marketing που δεν αποτελούν Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, είναι αβάσιμος, ως ερειδόμενος επί της εσφαλμένης προϋπόθεσης, ότι η αναφορά στα επίμαχα μέσα είναι υποχρεωτική ως προς όλα τα αναφερόμενα μέσα και όχι ενδεικτική, και συνεπώς ο λόγος είναι απορριπτέος. Επαλλήλως, σύμφωνα με τ' ανωτέρω αναφερόμενα, ως προς την πλήρωση της επίμαχης απαίτησης της γραμμής 5 του Πίνακα Συμμόρφωσης, ληπτές υπ' όψη είναι και οι ενότητες 2.3 και 2.4 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στις οποίες - όπως είναι απολύτως σαφές από το περιεχόμενο (και) των ενοτήτων αυτών- επίσης δίνονται αναλυτικές πληροφορίες ως προς ψηφιακά μέσα. Συνεπώς, ο επίμαχος λόγος της προσφυγής είναι απορριπτέος και για τον λόγο αυτόν. Όλως επικουρικώς, διαλαμβάνεται, ότι δεδομένης της αναφερόμενης ανωτέρω έλλειψης πρόβλεψης της διακήρυξης, η παρεμβαίνουσα, στον πίνακα συμμόρφωσης, παρέπεμψε, ως προς την επίμαχη απαίτηση, στην ενότητα 2.7 της τεχνικής

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

της προσφοράς ως, κατά την άποψή της, καλύτερα στοιχούσα στην απαίτηση αυτή, ωστόσο, σύμφωνα με τ' ανωτέρω, ληπτέο υπ' όψη είναι το σύνολο της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας. Σύμφωνα δε με τα προαναφερόμενα, οι απαιτούμενες για την επίμαχη απαίτηση πληροφορίες παρέχονται ήδη στην ενότητα 2.7 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, συνεπώς, ο επίμαχος λόγος είναι σε κάθε περίπτωση απορριπτέος. Κατόπιν όλων των ανωτέρω, ο επίμαχος λόγος της προσφυγής είναι απορριπτέος τόσο στο μέτρο που προβάλλεται έλλειψη της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες για την επίμαχη απαίτηση στην ενότητα 2.7 της τεχνικής της προσφοράς, όσο και στο μέτρο που προβάλλεται εν γένει έλλειψη της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες για την επίμαχη απαίτηση, αλλά και στο μέτρο που προβάλλεται ότι, ως προς την πλήρωση της επίμαχης απαίτησης, δεν μπορούν να ληφθούν υπ' όψη και λοιπά στοιχεία του περιεχομένου της τεχνικής της προσφοράς, στα οποία δεν γίνεται παραπομπή στον πίνακα συμμόρφωσης.

8. Επειδή, καταληκτικώς, ως προς τους ισχυρισμούς της προσφεύγουσας περί έλλειψης της προσφοράς της παρεμβαίνουσας, αναφορικά με την απαίτηση της γραμμής 6 του Πίνακα Συμμόρφωσης «...» και αναφορικά με την απαίτηση της γραμμής 7 του Πίνακα Συμμόρφωσης «...», λεκτέα τα κάτωθι. Με τους τρίτο και τέταρτο λόγους της προσφυγής, η προσφεύγουσα παραθέτει την ενότητα 2.5 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στην οποία παραπέμπει στον πίνακα συμμόρφωσης στις γραμμές 6 και 7 αυτού και προβάλλει (αντίστοιχα, ως προς τις απαιτήσεις των ως άνω γραμμών του πίνακα συμμόρφωσης), αφ' ενός, ότι *«Είναι φανερό ότι οι μόνες πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στην γραμμή 6 του Πίνακα Συμμόρφωσης είναι η Μεθοδολογία παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού και δεν δίνεται καμία πληροφορία για την στρατηγική κατανομή των τηλεοπτικών σποτ σε κανάλια υψηλής τηλεθέασης & πανελλαδικής εμβέλειας, αλλά και σε τηλεοπτικούς σταθμούς περιφερειακής εμβέλειας»* και αφετέρου, ότι *«Είναι φανερό ότι οι μόνες πληροφορίες που δίνει η συ...τέχουσα εταιρεία ... για τα ζητούμενα στην γραμμή 7 του Πίνακα Συμμόρφωσης είναι η Μεθοδολογία παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού και δεν δίνεται καμία πληροφορία για την στρατηγική συνεργασία με*

## Αριθμός Απόφασης:1079/2023

ραδιοφωνικούς ομίλους, για μέγιστη προώθηση των ραδιοφωνικών σποτ σε διαφορετικά κοινά (ηλικία, φύλο, ενδιαφέροντα κ.λπ.)». Εκ των στοιχείων του επίμαχου φακέλλου προκύπτει, ότι οι ως άνω ισχυρισμοί της προσφεύγουσας είναι αβάσιμοι για τους κάτωθι λόγους. Οι παρεχόμενες στην ενότητα 2.5 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στην οποία παραπέμπει στον πίνακα συμμόρφωσης στις γραμμές 6 και 7, αφορούν άμεσα στις απαιτήσεις ως προς τις οποίες η προσφεύγουσα επικαλείται την έλλειψη παροχής πληροφοριών. Ήτοι, στην εν λόγω ενότητα αναλύεται πλήρως η μέθοδος σχεδιασμού και παραγωγής προωθητικών υλικών και διαφημίσεων για προβολή στην Τηλεόραση και στο Ραδιόφωνο (σποτ), καταλήγει δε η ενότητα αυτή με την φράση: «*Το σύνολο των παραγωγών παραδίδονται στην αναθέτουσα Αρχή για το Αρχείο της ή κάθε άλλη χρήση σε ηλεκτρονική μορφή υψηλής ποιότητας και ξεκινά η διαδικασία διανομής τους στα αρμόδια μέσα προβολής.*», πράγμα το οποίο παραπέμπει στην ενότητα 2.4 & 2.3, οι οποίες περιλαμβάνουν και αναλύουν την μεθοδολογία στρατηγικής κατανομής των διαφημιστικών σποτς. Λεκτέο είναι δε, ότι δεν περιλαμβάνεται στην διακήρυξη πρόβλεψη, ως προς συγκεκριμένο τρόπο, με τον οποίο πρέπει να γίνεται αναφορά στις περιλαμβανόμενες στον πίνακα απαιτήσεις. Συνεπώς, οποιαδήποτε σχετική αναφορά και διατύπωση είναι κατά την επίμαχη διακήρυξη αποδεκτή. Εκ των ανωτέρω προκύπτει, ότι οι επίμαχοι λόγοι περί έλλειψης της προσφοράς της παρεμβαίνουσας, διότι δεν παρέχει καμμία πληροφορία για την στρατηγική κατανομή των τηλεοπτικών σποτς σε κανάλια υψηλής τηλεθέασης & πανελλαδικής εμβέλειας αλλά και σε τηλεοπτικούς σταθμούς περιφερειακής εμβέλειας και για την στρατηγική συνεργασία με ραδιοφωνικούς ομίλους, για μέγιστη προώθηση των ραδιοφωνικών σποτς σε διαφορετικό κοινό (ηλικία, φύλο, ενδιαφέροντα κ.λπ.), είναι αβάσιμοι και άρα απορριπτέοι. Επαλλήλως, σύμφωνα με τ' ανωτέρω κριθέντα, ως προς την πλήρωση των επίμαχων απαιτήσεων των γραμμών 6 και 7 του Πίνακα Συμμόρφωσης, ληπτές υπ' όψη είναι και οι ενότητες 2.3 και 2.4 της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, στις οποίες, όπως είναι απολύτως σαφές από το περιεχόμενο (και) των ενοτήτων αυτών, επίσης δίδονται αναλυτικές πληροφορίες ως προς τα επίμαχα ζητήματα για όλα τα μέσα. Συνεπώς, ο σχετικός λόγος της προσφυγής είναι απορριπτέος και για τον λόγο αυτό. Σύμφωνα δε με τα προαναφερόμενα, οι απαιτούμενες για την επίμαχη

## **Αριθμός Απόφασης:1079/2023**

απαίτηση πληροφορίες παρέχονται ήδη στην ενότητα 2.5. της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, συνεπώς, οι σχετικοί λόγοι είναι απορριπτέοι. Κατόπιν όλων των ανωτέρω, οι επίμαχοι λόγοι της προσφυγής είναι απορριπτέοι τόσο στο μέτρο που προβάλλεται έλλειψη της τεχνικής προσφοράς της παρεμβαίνουσας, ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες για τις επίμαχες απαιτήσεις στην ενότητα 2.5. της τεχνικής της προσφοράς, όσο και στο μέτρο που προβάλλεται εν γένει έλλειψη της τεχνικής της προσφοράς ως προς τις παρεχόμενες πληροφορίες για τις επίμαχες απαιτήσεις, αλλά και στο μέτρο που προβάλλεται ότι, ως προς την πλήρωση της εν λόγω απαίτησης δεν μπορούν να ληφθούν υπ' όψη και λοιπά στοιχεία του περιεχομένου της τεχνικής της προσφοράς, στα οποία δεν γίνεται παραπομπή στον πίνακα συμμόρφωσης.

9. Επειδή, κατόπιν των ανωτέρω, πρέπει η κρινόμενη προσφυγή ν' απορριφθεί, να γίνει δεκτή η περί του αντιθέτου παρέμβαση και να καταπέσει το παράβολο της προσφεύγουσας.

### **Για τους λόγους αυτούς**

Απορρίπτει την προδικαστική προσφυγή.

Δέχεται την παρέμβαση.

Ορίζει την κατάπτωση του παράβολου.

**Κρίθηκε και αποφασίσθηκε στις 30/06/2023 και εκδόθηκε στις 19/07/2023 στον Άγιο Ιωάννη Ρέντη.**

**Η Πρόεδρος**

**Η Γραμματέας**

**ΓΑΡΥΦΑΛΛΙΑ ΣΚΙΑΝΗ**

**ΗΛΕΚΤΡΑ ΝΙΚΟΛΑΚΟΠΟΥΛΟΥ**