**ПРЕДМЕТ: ИЗДАВАЊЕ У ЗАКУП СПОЉАШЊОСТИ ВОЗИЛА РАДИ ИСТИЦАЊА РЕКЛАМНОГ САДРЖАЈА – по врстама возила и ИЗДАВАЊЕ У ЗАКУП УНУТРАШЊОСТИ ВОЗИЛА РАДИ ИСТИЦАЊА РЕКЛАМНОГ САДРЖАЈА –по врстама возила - појашњење 1**

На основу захтева за разјашњењењима добијених од стране заинтересованих понуђача, , обавештавамо Вас следеће:

**Питање 1:**

Потребна ми је ваша помоћ око документације везане за јавни позизив за издавање у закуп спољашности возила ради истицања рекламног садржаја. Наиме, банка није у могућности да нам изда банкарску гаранцију, проблем није у нама да нисмо способни и ли не испуњавамо услове вец је проблем у банци, они не могу временски да стигну да нам издају банкарску гаранцију ни писмо намере. Да ли постоји било каква могућност да конкуришемо, што се нас тиче можемо вам износ гаранције и ми сами уплатити или да нам продужите рок за доставу гаранције, битно нам је јако да се појавимо на тендеру. Још једном да напоменем, наша фирма нема никаквих проблема због којих не би смо добили гаранцију већ је проблем у банци.

**Одговор 1:**

ЈКП ГСП „БЕОГРАД“ нема могућност продужења рокова за достављање понуда.

**Питање 2:**

Како сте предвидели рабатну скалу за закуп већег броја возила, да ли иде од цене коју сте навели или дајете попусте?

**Одговор 2:**

Попуст на закуп већег броја возила није предвиђен. Међутим, обзиром да се највећи број возила пондерише са 20 пондера и да је у случају истог броја пондера, као резервни критеријум опредељен број возила, евидентно је да ће понуђачи који буду понудили већи број возила за закуп имати одређену предност иако је цена коју су понудили нижа. Цена која је наведена у конкурсној документацији је цена испод које понуда неће бити прихватљива и на ту цену није предвиђен попуст.

**Питање 3:**

Ко ради инсталацију и сервис возила за унутрашње брендирање када су краће кампање типа 1 месец?

**Одговор 3:**

За унутрашње брендирање , инсталацију и сервис врши закупац

**Питање 4:**

Ко је власник опреме у том случају?

**Одговор 4:**

Опрема коју ће инсталирати у унтрашњост возила је опрема закупца . ГСП издаје само простор у закуп без опреме.

**Питање 5:**

Како се добија одобрење Ваших служби за замену решења или прву поставку?

**Одговор 5:**

Потребно је да Закупац надлежној Служби достави захтев за поставку или замену рекламе на возилу, који ће садржати датум, гаражни број возила и списак радника који ће вршити радове са подацима из личне карте. Након тога, Служба Закупцу издаје дозволу за улазак и рад у погону.

**Питање 6:**

Да ли гарантујете да се возило искључује из саобраћаја ради реализације брендирања возила?

**Одговор 6:**

Надлежна служба у сарадњи са шефом одржавања саобраћајног погона обезбеђује да возило у договорено време буде у гаражи, како би се на њему извршила реализација планираних радова. Уколико је могуће, закупцу се возило ставља на располагање у тражено време. Међутим, ако је то у датом тренутку неизводљиво, договара се први могући термин.

**Питање 7:**

Ко плаћа пенале када је возило ван саобраћаја грешком ГСП?

**Одговор 7:**

За дане за које је возило ван саобраћаја грешком ГСП, умањује се износ на фактури за месец у коме је возило било ван саобраћаја на начин како је наведено у моделу уговора

**Питање 8:**

Да ли дајете листе реализованог кретања возила ради правдања клијенту?

**Одговор 8:**

Извештај о излазности возила добија се од надлежног погона.

**Питање 9:**

Како планирате да укључите рекламне агенције у ово јер ми би зарађивали по принципу велепродаје купимо за наше клијенте, а имамо разлику у цени јер продамо на мањи број?

**Одговор 9:**

Сви понуђачи су у једнаком положају.

**Питање 10:**

Већина маркетинг буџета се реализује преко мар.агенције, мањи део директно преко клијента...

Да ли постоји агенцијски рабат или сви имају исте услове и директни купци и маркетинг агенције?

**Одговор 10:**

Рекламне агенције и други потенцијални понуђачи имају исте услове и понуду могу поднети под истим условима. Имајући у виду начин пондерисања, предност у односу на цену може имати број возила и у случају истог броја пондера између понуђача, уговор ће бити додељен понуђачу који има највећи број пондера за број возила .

**Питање 11:**

Ко контролише исправност графичких решења током кампање и да ли Ви гарантујете штету услед оштећења опреме унутра или направљених графита споља?

**Одговор 11:**

Контролу истакнутог рекламног садржаја врши закупац.

**Питање 12:**

На основу чега је толико повећана цена за спољно оглашавање него раније, што уз зараду агенције (која мора да постоји) доводи да размишљамо о рентабилности?

**Одговор 12:**

Утврђивање цене спољног оглашавања возила је дискреционо право Закуподавца. Имајући у виду начин пондерисања, предност у односу на цену може имати број возила и у случају истог броја пондера између понуђача, уговор ће бити додељен понуђачу који има највећи број пондера за број возила.

**Питање 13:**

Шта све спада у унутрашње површине?

**Одговор 13:**

У унутрашње површине, у смислу истицања рекламног садржаја, спада расположив простор на косинама возила, простор иза седишта возача; односно сав простор који се може употребити у ту сврху, а да при том не омета истицање обавезног информационог садржаја у возилу.

**Питање 14:**

Да ли је ово направљено да купују директно купци или Вам је циљ да буду агенције носиоци промета да се избегне празан ход или заузеће мањег броја возила него што је оптимално?

**Одговор 14:**

Сви понуђачи су у једнаком положају.

**Питање 15:**

Као заинтересовано лице у поступку јавних набавки подносим званичан, формални приговор поводом актуелних поступака  за прикупљање понуда у продаји огласног простора ГСП и то:

1. Издавање у закуп унутрашњости возила ради истицања рекламног садржаја  рок.05.01.2016 до 11:30

2. Издавање у закуп спољашњости возила ради истицања рекламног садржаја   рок 05.01.2016 до 9:30

Према смерницама за поступање у поступку заштите права понудјача у поступцима јавне набавке, овај формални приговор достављам директно Вама као Наручиоцу, а копију маила који Вам доствљам проследјујем директно Управи за јавне набавке.

У складу са елементима приговора, а у свему према закону молима Вас да у року од два дана, на Вашем сајту објавите чињеницу о постојану приговора и изјасните се по њеним елементима као и да предочите кораке које предузимате на даље у наведеним поступцима.

Напомињем да већ неколико дана покушавам да ступим у контакт са Вашом службом на објављени број телефона  011 366 4087 али да се на овај број нико не јавља.

Проговор се односи на следеће елементе поступка и конкурсне документације:

1. сами позиви и документација у оба поступка објављени су  у среду 22. 12.2016 по завршетку радног  времена  директно на насловној страни ГСП а не у делу сајта  означеног са  “јавне набавке“ и нису били истакнути на порталу за јавне набавке нити града Београда нити управе. Датум објаве се не комуницира у документацији а рок за доставу понуда је минималан, поготово када се узме у обзир да покрива и период празника и званичних нерадних дана. Имамо сумњу да је оваквим начином објаве била жеља Наручиоца да конкурс  буде минимално уочљив и да потенцијани понудјачи , ако нису унапред обавештени, не могу да припреме било приговор, понуду или сву неопходну документацију коју издају банке или званичне институције а која је неопходни услов за учешће.

2. У оквиру целе конкурсне документације за закуп унутрашњости возила , а у свим ставкама у којима се комуницира критеријум 4 уместо унутрашњости наводи се спољашњост возила

3. У оквиру целе конкурсне  документације код критеријума за просек закупљених возила који је један од критеријума за оцењивање не наводи се да ли се просек тражи за месец или годину, што може довести понудјача у заблуду у довести до тога да понудама више понудјача имамо различити податак а да се они медјусобно упоредјују  и формирају оцену

4. У сегмент дефинисаних критеријума за оцењивање економски најповољније понуде и разраде истих  није у потпуности јасно на који начин ће се оценити целокупна понуда. Постоји информација да ће се  оцена утврдити за сваку врсту возила што је индикативно за поступак набавке по партијама , али није дефинсано да је поступак по партијама. Ако потупак није по партијама а оцене ће се утврдити по врстама возила није јасно на који начин начин ће се утврдити укупна оцеан понуде и како ће се понудјачи рангирати у тоталу.

5. У комуникацији средства обезбеђења , менице, меничног писма и банкарске гаранције провлачи се низ недоследности који указују да је у односу на претходне и сличне поступке вршена одредјена промена елемената која није до краја осмишљења и пренета у документацију па тако имамо следеће ситуације:

а. У целој документацији као средство обезбеђења захтева се банкарска гаранција за добро  извршење посла а меница за озбиљност понуде али у самим обрасцима и то конкретно код текста меничног овлашћења стоји реченица  “……дужник након закључења уговора, у захтеваном року, не достави менице за добро извршење посла…”

б. Код дефинисања обезбеђења на стр. 5 документације истакнута је реченица “Меница за озбиљност понуде ће бити враћена понуђачу, након закључења уговора, даном достављања банкарске гаранције или менице за добро извршење посла. “  Овом реченицом понудјач се поново доводи у заблуду јер се оставља као могућност избора банкарска гаранција или меница, док је у остатку документације комуницирана искључиво банкарска гаранциај као опција.

ц. У вези са средствима обезбедјења , које су наравно слободно одабране од стране Наручиоца што је њгово право , постоји и одредјена нелогичност у пословном размишљању – наиме практично би било као средство обезбедјења за озбиљност понуде тражити банкарску гаранцију у вредности процента од вредности понуде којом понудјач показује своје финасијске капацитете и снагу, а са друге стране као средство за добро извршење посла тражити менице ито 60 меница ( уколико се покрива пун период закупа од 5 година ) које Наручилац може попунити  до износа месечне обавезе и искористити као средство наплате за сваку доспелу обавезу. На овај начин обезбедјује се сигурност наплате потраживања као и динамика плаћања. Документацијом је предвидјена обрнута ситуација где је обезбедјенеј за добро извршење банкарска гаранција високог износа чијом активацијом за наплате месечног потраживања које Понудјач евентуално не измири , Наручилац би постао дужник понудјачу И изложио се потенцијално наплати штете уколико вишак новца не врати Понуђачу.

6. Цена за закуп за зглобно возило наведена у документацији  разликује се од цене по основу одлуке од 22.12.2015.

7. У обрасцу 1. као прилогу конкурсној документацији постоји реченица  “Период обављања закупа, организације и продаје рекламног простора у унутрашњости возила јавног градског превоза, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ месеци“  за коју није јасна намена и не односи се ни на један од критеријума за оцењивање

8. Досадашња пракса  Наручиоца у овој врсти продаје подразумевала је постојање ценовника  те  дефинисане попусте на понудјене цене, количински и агенцијски попуст, они су сада изостављени мада се у документацији помињу , и није јасно да ли се од досадашње праксе одустало и која је сврха те промене.

9. На страни 13. Конкурсне документације у моделу уговора  у оквиру члана 3. Постоји следећи навод  “Висина закупнине возила из члана 1. овог уговора, одређена је овим уговором, а на основу понудеЗакупца[Д.С.1]  број \_\_\_\_\_\_\_  од \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. године и додатног количинског попуста на број закупљених возила,[Д.С.2]  који је саставни део уговора, и биће фактурисана по ценама месечног закупа бозила и то… “  док у самом Уговору не постоји таква таблица  , није дефинсана скала попуста  нити начин њене примене.

**Одговор 15:**

1. Поступак прикупљања понуда за издавања спољашњости и унутрашњости возила у закуп, ради истицања рекламе, није поступак јавне набавке. Наручилац не спроводи поступак набавке , већ издаје у закуп спољашњост и унутрашњост возила те у том смислу није имао обавезу да објављује јавни позив и конкурсну документацију на порталу јавних набавки нити порталу града Београда.
2. Обзиром да је предмет овог јавног позива- издавање унутрашњости возила, код критеријума под тач. 4, начињена је техничка грешка када је уместо речи унутрашњост наведена реч спољашњост , због чега ће бити исправљена конкурсна документација у том делу јер се критеријум под тач. 4, када је издавање у закуп унутрашњости возила , односи на унутрашњост возила и треба да гласи: „**просечан број закупљених возила за организацију и продају рекламног простора за унутрашњост возила јавног градског превоза у периоду од три године  од објављивања позива за прикупљање понуда - 15 пондера“**
3. Код елемента критеријума –„ просечан број закупљених возила“- тај број се односи на просечан број закупљених возила у периоду од три године пре објављивања позива за прикупљање понуда, а не за период од месец или годину дана како гласи питање.
4. Унутрашњост и спољашњост возила се издаје у закуп по типу возила и наведени критеријум за оцену понуде ће се примењивати на понуде које су достављене за исти тип возила.
5. а) У наведном поступку издавања спољашњости и унутрашњости возила ради истицања рекламе, као гаранција озбиљности понуде је захтевано достављање менице , а као гаранција за добро извршење посла је захтевана банкарска гаранција. У наведеном смислу и последња реченица (алинеја) меничног овлашћења треба да гласи: „**Дужник након закључења уговора, у захтеваном року, не достави банкарску гаранцију за добро извршење посла“.**

 б) У смислу захтеваних средстава обезбеђења за озбиљност понуде и добро извршење посла на страни 5. реченица иза алинеја треба да гласи: „**Меница за озбиљност понуде ће бити враћена понуђачу, након закључења уговора, даном достављања банкарске гаранције за добро извршење посла“**

ц) У вези захтеваних средстава обезбеђења и то менице за озбиљност понуде и банкарске гаранције за добро извршење посла, што је како наводи потенцијални понуђач нелогично те да је било логичније да се тражи обрнуто – за озбиљност понуде банкарска гранција, а за добро извршење посла - меница и то 60 меница које ће покрити цео период закупа, наручилац остаје код захтеваних средстава обезбеђења како је наведено. Такође, како наводи потенцијални понуђач, захтеваним средствима обезбеђења на начин наведен у конкурсној документацији може да се деси да активацијом банкарске гаранције за наплату месечног потраживања које закупац евентуално не измири, Наручилац постане дужник понуђачу чиме би се како се наводи изложио потенцијално наплати штете уколико вишак новца не врати понуђачу. Наручилац и поред изнетих навода остаје код средстава обезбеђења како је захтевано конкурсном докуметацијом. Истина је да наручилац може тражити и више меница којим би практично обезбеђивао свако месечно потраживање, али је извесније средство за наплату банкарска гаранција као средство обезбеђења од менице. Уколико би се десило да актвира достављену банкарску гаранцију, наплата по истој не би захтевана у пуном износу, негу у износу неизмиреног потраживања Закуподавца.

1. Цена за закуп зглобног возила је 3.500,00 динара, у складу са одлуком .
2. Реченицу „Период обављања закупа, организације и продаје рекламног простора у унутрашњости возила јавног градског превоза, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ месеци из обрасца 1. , треба брисати.
3. Дискреционо право је Наручиоца на који начин и под којим условима ће спољашњост и унутрашњост возила издати у закуп.
4. Став 1. Чл. 3 модела уговора, треба да гласи : **„Висина закупнине возила из члана 1. овог уговора, одређена је овим уговором, а на основу понуде Закупца број \_\_\_\_\_\_\_ од \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. године која је саставни део уговора, и биће фактурисана по ценама месечног закупа возила и то:“**

**Питање 16:**

Да ли се ради о техничкој грешци у вашем јавном позиву у вези пондерисања:

У конкурсној документацији за закуп Унутрашњости возила у Разради критеријума стоји да се 5 пондера добијају за "просечан број закупљених возила за организацију и  продају рекламног простора  на спољашњости возила јавног превоза у три године пре објављивања позива за прикупљање понуда - 15 пондера".

Каква је веза између добијања пондера за унутрашњи брендинг са ранијим спољним брендингом?

**Одговор 16:**

Обзиром да је предмет овог јавног позива- издавање унутрашњости возила, код критеријума под тач. 4, начињена је техничка грешка када је уместо речи унутрашњост наведена реч спољашњост , због чега ће бити исправљена конкурсна документација у том делу јер се критеријум под тач. 4, када је издавање у закуп унутрашњости возила , односи на унутрашњост возила и треба да гласи: „**просечан број закупљених возила за организацију и продају рекламног простора за унутрашњост возила јавног градског превоза у периоду од три године  од објављивања позива за прикупљање понуда - 15 пондера“**

**Питање 17:**

Да ли ће се померити датум отварања понуда због кратког рока и празника који нам следе?

**Одговор 17:**

ЈКП ГСП „БЕОГРАД“ није у могућности да продужи рокова за достављање понуда.

**Питање 18:**

Наша фирма је заинересована да учествује на тендеру и за спољашњост и унутрашњост ваших возила, на који начин ће се моћи продужити закупни период уколико се после истека конкурса, појави потреба наших клијената за истим? Нпр. ако добијемо возила на 6 месеци, а желимо да након истека тог периода продужимо закуп возила на још 3 месеца, да ли ћемо моћи?

**Одговор 18:**

Уговором није предвиђења могућност продужења рокова закупа. Када истекну периоди закупа за возила, биће поновљен поступак оглашавања и прикупљања понуда за закључење уговора.

**Питање 19:**

На којим позицијама, у нпр. тролејбусу ће се моћи инсталирати опрема  - носачи рекламних порука унутар истих?

**Одговор 19:**

Носачи рекламних порука , могу се инсталирати на целокупном унутрашњем простору возила који се може употребити у ту сврху, а да при том не омета истицање обавезног информационог садржаја у возилу. Опрема ће се монтирати у договору са Техничком службом, на позицијама које не угрожавају безбедност и функционисање возила.

**Питање 20:**

Када је крајњи датум за добијање уговора са ГСП?

**Одговор 20:**

У овом моменту није познат тачан датум закључења уговора. Након стручне оцене пристиглих понуда, ЈКП ГСП БЕОГРАД ће донети одлуку и благовремено обавестити учеснике у поступку, о исходу истог.

**Питање 21:**

У Уговору за унутрашњи брендинг возила, у Члану 3.пише да је висина закупнине одређена уговором и **додатним количинским попустом** који се наводи у датом ценовнику??

**Одговор 21:**

Став 1. Чл. 3 модела уговора, треба да гласи : **„Висина закупнине возила из члана 1. овог уговора, одређена је овим уговором, а на основу понуде Закупца број \_\_\_\_\_\_\_ од \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. године која је саставни део уговора, и биће фактурисана по ценама месечног закупа возила и то:“**

**Питање 22:**

У ком периоду и којим данима ће се моћи ући у гараже и постављати рекламни садржај на ваша возила?

**Одговор 22:**

Надлежна служба у сарадњи са шефом одржавања саобраћајног погона обезбеђује да возило у договорено време буде у гаражи, како би се на њему извршила реализација планираних радова. Уколико је могуће, клијенту се возило ставља на располагање у тражено време. Међутим, ако је то у датом тренутку неизводљиво, договара се први могући термин.

**Питање 23:**

Шта се дешава са надокнадом штете клијентима уколико воззило буде ван саобраћаја у току месеца?

**Одговор 23:**

За дане за које је возило ван саобраћаја грешком ГСП, умањује се износ на фактури за месец у коме је возило било ван саобраћаја на начин како је наведено у моделу уговора

**Питање 24:**

Да ли је могуће пре добијање фактуре добити прецизну излазнност возила у току предходног месеца?

**Одговор 24:**

 Да, Клијенту се доставља Извештај о излазности возила који се добија од надлежног погона.

**Ова разјашњења чине саставни део Конкурсних документација за набавке ИЗДАВАЊЕ У ЗАКУП СПОЉАШЊОСТИ ВОЗИЛА РАДИ ИСТИЦАЊА РЕКЛАМНОГ САДРЖАЈА – по врстама возила и ИЗДАВАЊЕ У ЗАКУП УНУТРАШЊОСТИ ВОЗИЛА РАДИ ИСТИЦАЊА РЕКЛАМНОГ САДРЖАЈА –по врстама возила .**

 **На основу овог разјашњења врши се измена конкурсних документација.**

 ЈКП ГСП БЕОГРАД