



# Ministerstvo financí České republiky

## Výzva k podání nabídky

veřejné zakázky zadávané postupem mimo režim zadávacího řízení podle § 29 písm. i) zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „Zákon“) (dále jen „*Výběrové řízení*“).

Název veřejné zakázky:

**„Propagace účtenkové loterie -  
rozhlasové spoty“**

(dále jen „*Veřejná zakázka*“)

Systémové číslo veřejné zakázky: P17V00000296

## Obsah

1. Identifikační údaje zadavatele.....	3
2. Úvodní ustanovení.....	3
3. Předmět Veřejné zakázky .....	3
4. Doba a místo plnění Veřejné zakázky.....	5
5. Kvalifikace.....	6
6. Základní způsobilost .....	6
7. Profesní způsobilost .....	7
8. Technická kvalifikace .....	7
9. Společné ustanovení k prokazování kvalifikace .....	7
10. Společné ustanovení k dokladům.....	7
11. Obchodní a jiné smluvní podmínky .....	8
12. Další podmínky zadavatele.....	8
13. Hodnocení nabídek.....	9
14. Zpracování nabídky .....	11
15. Forma a způsob podání nabídky .....	12
16. Lhůta pro podání nabídek .....	13
17. Vysvětlení Výzvy .....	13
18. Další podmínky pro uzavření smlouvy.....	13
19. Závaznost Výzvy.....	14
20. Další podmínky a práva zadavatele .....	14
21. Zvláštní případy stanovení Nabídkové ceny ve vztahu k DPH .....	14
22. Seznam příloh.....	15

## 1. Identifikační údaje zadavatele

Název zadavatele:	<b>Česká republika – Ministerstvo financí</b>
Sídlo:	Letenská 15, 118 10 Praha 1
IČO:	00006947
DIČ:	CZ00006947
ID datové schránky:	xzeaauv
E-mail:	<a href="mailto:verejne.zakazky@mfcz.cz">verejne.zakazky@mfcz.cz</a>
Bankovní spojení:	ČNB, Praha 1, č. ú.: 3328001/0710
Osoba oprávněná jednat za zadavatele:	Mgr. Milena Hrdinková – ředitelka odboru 10
Kontaktní osoba zadavatele:	Kontaktním útvarem Ministerstva financí ve věcech souvisejících s Veřejnou zakázkou je odbor 66 - Veřejné zakázky.

(dále jen „**zadavatel**“)

## 2. Úvodní ustanovení

**2.1** Tato otevřená výzva k podání nabídky (dále také jako “Výzva”) představuje soubor zadávacích podmínek stanovených v podrobnostech nezbytných pro účast dodavatele ve Výběrovém řízení. Součástí Výzvy jsou všechny její přílohy ve struktuře níže uvedené.

## 3. Předmět Veřejné zakázky

### Věcné vymezení předmětu Veřejné zakázky

**3.1** Předmětem Veřejné zakázky je zajištění výroby a odvysílání reklamních audiospotů (dále jen „spoty“) za účelem propagace projektu úctenkové loterie.

#### **Část A plnění:**

- výroba rozhlasového spotu v délce 30 vteřin,
- výroba rozhlasového spotu v délce 60 vteřin.

Zadavatel bude objednávat položky části A plnění podle svých aktuálních potřeb. Výrobou se rozumí předložení textového, mluveného, ručového a melodického návrhu spotů, zpracování obsahových změn požadovaných zadavatelem a následná výroba profesionálního reklamního spotu, včetně jeho dabingu profesionálním hlasovým hercem. Dabéra vybírá zadavatel z hlasových ukázek minimálně 4 různých dabérů ve skladbě: 2 ženy a 2 muži různých věkových kategorií.

Zadavatel v době zahájení Výběrového řízení předpokládá objednání výroby 8 rádiových spotů o délce 60 vteřin a 7 radiových spotů o délce 30 vteřin se skladbou:

- 6 PR rozhovorů s vítězem jedné z hlavních výher,
- 2 PR rozhovory s představitelem rezortu MF,
- 7 spotů v kreativní režii dodavatele.

### **Spoty v kreativní režii dodavatele:**

Zadavatel předpokládá objednání **3 univerzálních audiospotů**, které budou originální formou upozorňovat na existenci úctenkové loterie a naplňovat cíle rozhlasové informační kampaně ve smyslu odst. 3.3 Výzvy. Tyto 3 univerzální spoty bude možno pouštět po celou dobu kampaně, neboť nebudou mít vazbu na žádné aktuální události.

Zadavatel předpokládá, že zbývající 4 spoty v kreativní režii dodavatele budou rozděleny následovně:

První bude upozorňovat na blížící se 12. den v měsíci, což je nejzazší datum pro registraci úctenek z předcházejícího měsíce. Druhý bude upozorňovat na právě proběhlé slosování k 15. dni v měsíci a vyvěšení výherní listiny na webové stránce [www.uctenkovka.cz](http://www.uctenkovka.cz). Obsah třetího a čtvrtého spotu bude upřesněn na základě aktuálních požadavků zadavatele v průběhu kampaně

Reklamní spoty budou vyráběny průběžně tak, aby mohly být zařazovány do vysílacího času od 6:00 do 20:00. Zadavatel požaduje, aby ke dni 18. září 2017 (den zahájení kampaně) byly připraveny k odvysílání:

- 2 PR rozhovory s představiteli rezortu MF o délce 60 vteřin,
- 1 kreativní spot o délce 30 vteřin.

### **Část B plnění:**

**Celkový odběr v části B plnění činí 700 odvysílání reklamních spotů v rozhlasovém vysílání v termínu od 18. září 2017 do 31. března 2018.**

- Odvysílání rozhlasových spotů je požadováno pouze v průběhu pracovních dnů, vyjma spotů v termínech 12., 15. a 25. každého měsíce, které se budou vysílat, a to i v případě, kdy tento den vychází na víkend, či státní svátek.
- Zadavatel požaduje odvysílání alespoň 700 rozhlasových spotů na mixu minimálně dvou a maximálně tří rozhlasových stanicích v rámci vysílacího plánu, který splňuje následující podmínky:
  - celková poslechovost rozhlasových stanic v mixu dosahuje alespoň 1 000 000 posluchačů (objektivně doložitelný Daily Reach v některém období za rok 2017 - např. za 1. čtvrtletí 2017),
  - každá rozhlasová stanice v mixu dosahuje poslechovosti alespoň 150 000 posluchačů (objektivně doložitelný Daily Reach v některém období za rok 2017 - např. za 1. čtvrtletí 2017),
  - každá rozhlasová stanice v mixu disponuje celoplošným pokrytím na území ČR, tj. pokrytí ve všech krajích vč. hl. m. Prahy (podmínku splňuje i rozhlasová stanice s regionálními odpoji na území celé ČR),
  - nejméně 20% celkového vysílacího času bude alokováno na nejposlouchanější stanici z mixu,
  - časovým pásmem komunikace je denní čas od 6:00 do 20:00,
  - ve vysílacím plánu bude zahrnuto odvysílání minimálně 150 rozhlasových spotů v délce 60 vteřin a odvysílání minimálně 550 rozhlasového spotů v délce 30 vteřin.

**3.2** Struktura posluchačů mixu rozhlasových stanic by měla odpovídat při celorepublikovém i regionálním pokrytí cílové skupině potenciálních klientů úctenkové loterie, tj. aktivní lidé ve věku 18+ využívající internet. Není vyžadováno vysílání spotů v rámci rozhlasových stanic programově zaměřených na děti a lidi aktivně nevyužívající internet. K tomuto účelu dodavatel podle odst. 12.2

Výzvy předloží do nabídky strukturu poslechovosti příslušné stanice (stanic), tj. sociografické složení a množství posluchačů za poslední kalendářní rok a za první čtvrtletí roku 2017.

### **3.3 Cílem rozhlasové informační kampaně k účtenkové loterii je:**

- motivovat k braní účtenek za každý nákup/útratu v restauraci, kavárně, cukrárně či fast foodu;
- vyvolat co největší zájem zapojit se do hry – atraktivní ceny, velké šance na výhru;
- vysvětlit, jak se jednoduše zaregistrovat do hry – vyjmenovat všechny možné způsoby registrace a zároveň upřesnit jaké údaje se budou zadávat;
- přesvědčit posluchače, že, aby vyhráli, není nutné vynaložit náklady navíc – naopak, stačí jen zaregistrovat účtenku;
- informovat, že každý může přihlásit neomezený počet účtenek, přičemž od jednoho obchodníka lze zaslat pouze jednu účtenku denně, aby se nedrobily nákupy;
- vysvětlit, že registrovat se mohou pouze osoby starší 18 let, ale účtenky může sbírat celá rodina (tedy i děti).

Scénáře rozhlasového spotu budou obsahovat slovní uvedení webové adresy [www.uctenkovka.cz](http://www.uctenkovka.cz).

### **3.4 Komunikační sdělení rozhlasové informační kampaně:**

Pro informační kampaň je klíčové oslovit a nalákat širokou veřejnost k hraní účtenkové loterie. Zejména prostřednictvím pozitivních hesel a výroků, které zdůrazní výhody účtenkové loterie oproti jiným hrám.

Například:

- Berte si účtenky a hrajte zdarma každý měsíc až o milion korun nebo auto
- Registrujte neomezené množství účtenek od různých obchodníků
- Zapojte se zdarma ještě dnes
- Každý měsíc hrajte o 21 000 výher
- Vyhrát nebylo nikdy jednodušší
- „A kde jste svou výherní účtenku dostali vy?“
- „Nezapomněli jste v obchodě auto?“ „Nezapomněli jste v hospodě milion?“
- „Nesázejte. Vyhrávejte!“

### **Předpokládaná hodnota Veřejné zakázky**

**3.5** Předpokládaná hodnota Veřejné zakázky byla stanovena jako souhrnná předpokládaná hodnota všech finančních výdajů, které mohou být na základě smlouvy realizovány.

**3.6** Celková cena za předmět plnění nepřekročí částku 3 300 000 Kč bez DPH.

## **4. Doba a místo plnění Veřejné zakázky**

**4.1** Doba a místo plnění Veřejné zakázky budou detailně upraveny ve smlouvě na veřejnou zakázku.

## 5. Kvalifikace

**5.1** Každý dodavatel podávající nabídku je povinen prokázat, že je kvalifikovaný pro plnění Veřejné zakázky. Kvalifikovaným pro plnění Veřejné zakázky je dodavatel, který splňuje

- a) základní způsobilost podle čl. 6 Výzvy a
- b) profesní způsobilost podle čl. 7 Výzvy.

**5.2** Veřejná zakázka je jakožto veřejná zakázka zadávaná na základě výjimky ze zákona zadávána postupem mimo zadávací řízení podle § 29 písm. i) odst. 2 Zákona. Zadavatel tak v dalším textu Výzvy požaduje prokázání splnění kvalifikace jinými doklady, než stanoví Zákon. Zadavatel si však vyhrazuje právo požadovat po dodavateli doklady uvedené v Zákoně, pokud nabyde pochybností o splnění kvalifikace dodavatelem.

## 6. Základní způsobilost

**6.1** Základní způsobilost nespĺňuje dodavatel, který:

- a) byl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením Výběrového řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 Zákona nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele; k zaházeným odsouzením se nepřihlíží,
- b) má v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek,
- c) má v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění,
- d) má v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti,
- e) je v likvidaci<sup>1</sup>, proti němuž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku<sup>2</sup>, vůči němuž byla nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu<sup>3</sup> nebo v obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

**6.2** Je-li dodavatelem právnická osoba, musí podmínku podle odst. 6.1 písm. a) Výzvy splňovat tato právnická osoba a zároveň každý člen statutárního orgánu. Je-li členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí podmínku podle odst. 6.1 písm. a) Výzvy splňovat:

- a) tato právnická osoba,
- b) každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a
- c) osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu dodavatele.

**6.3** Dodavatel prokazuje splnění výše uvedených podmínek základní způsobilosti (odst. 6.1 a 6.2 Výzvy) předložením:

<sup>1</sup> § 187 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

<sup>2</sup> § 136 zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů.

<sup>3</sup> Například zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 87/1995 Sb., o spořitelních a úvěrních družstvech a některých opatřeních s tím souvisejících a o doplnění zákona České národní rady č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví a o změně některých souvisejících zákonů.

- **podepsaného čestného prohlášení dodavatele – Zadavatel doporučuje využít Přílohu č. 2 Výzvy – Krycí list nabídky.**

## **7. Profesionální způsobilost**

**7.1** Profesionální způsobilost splňuje dodavatel, který je držitelem:

- a) oprávnění k provozování rozhlasového vysílání na území ČR ve smyslu zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů.

**7.2** Dodavatel prokazuje splnění výše uvedených podmínek profesionální způsobilosti (odst. 7.1 Výzvy) předložením:

- **podepsaného čestného prohlášení dodavatele – Zadavatel doporučuje využít Přílohu č. 2 Výzvy – Krycí list nabídky.**

**7.3** Zadavatel požaduje, aby v případě společné účasti více dodavatelů (společná nabídka podaná sdružením dodavatelů) uvedenou podmínku profesionální způsobilosti naplňoval každý z dodavatelů.

## **8. Technická kvalifikace**

**8.1** Zadavatel nepožaduje.

## **9. Společné ustanovení k prokazování kvalifikace**

### **Prokazování kvalifikace prostřednictvím jiných osob**

**9.1** Dodavatel není oprávněn prokázat splnění kvalifikace prostřednictvím jiných osob.

## **10. Společné ustanovení k dokladům**

### **Pravost dokladů**

**10.1** Dodavatel předkládá prosté kopie dokladů, nestanoví-li se dále stanoveno jinak. Zadavatel je oprávněn postupem podle § 46 odst. 1 Zákona požadovat předložení originálu nebo ověřené kopie dokladu před podpisem smlouvy.

**10.2** Je-li Zadavatelem požadováno čestné prohlášení dodavatele, musí takové prohlášení obsahovat Zákonem a Zadavatelem požadované údaje a musí být ze strany dodavatele podepsáno statutárním orgánem nebo osobou prokazatelně oprávněnou zastupovat dodavatele, v takovém případě dodavatel doloží toto oprávnění (např. plnou moc) v nabídce.

## **Doklady v cizím jazyce**

**10.3** Předkládá-li dodavatel doklad v jiném než českém jazyce, předloží takový doklad v původním jazyce s připojením jeho překladu do českého jazyka. Povinnost připojit k dokladu překlad do českého jazyka se nevztahuje na doklad ve slovenském jazyce.

## **Zajištění dokladu prokazujícího kvalifikaci zadavatelem**

**10.4** Pokud v nabídce chybí potřebný dokument, či zadavateli vzniknou pochybnosti o pravdivosti údajů uváděných dodavatelem, je oprávněn si samostatně opatřit výpis z obchodního rejstříku či jakýkoli jiný doklad vedený v informačním systému veřejné správy<sup>4</sup> nebo v obdobném systému vedeném v jiném členském státu, který umožňuje neomezený dálkový přístup, případně z informačního systému ARES. Zadavatel je rovněž oprávněn opatřit si jiný dokument, který uzná za vhodný, nebo si ověřovat informace.

## **11. Obchodní a jiné smluvní podmínky**

**11.1** Obchodní a jiné smluvní podmínky jsou stanoveny v Příloze č. 1 Výzvy.

**11.2** **Dodavatel nepředkládá do nabídky návrh Smlouvy na veřejnou zakázku.** Smlouva na veřejnou zakázku bude zpracována před jejím uzavřením s vybraným dodavatelem a bude korespondovat s Přílohou č. 1 Výzvy - Obchodními podmínkami zadavatele. Dodavatel je však povinen do nabídky předložit písemné čestné prohlášení, že Obchodní podmínky zadavatele plně a bezvýhradně akceptuje.

Zadavatel doporučuje, aby dodavatel požadované čestné prohlášení učinil použitím a podpisem Přílohy č. 2 Výzvy – Krycího listu nabídky, případně alespoň převzal stanovený text.

**11.3** Zadavatel v souladu s § 103 odst. 1 písm. f) Zákona požaduje, aby v případě společné účasti více dodavatelů nesli všichni dodavatelé podávající společnou nabídku odpovědnost společně a nerozdílně.

## **12. Další podmínky zadavatele**

**12.1** Dodavatel do nabídky předloží textový návrh **dvou univerzálních audiospotů** o délce 30 vteřin pro účely hodnocení dle odst. 13.10 Výzvy. Návrhy by měly reflektovat záměry a požadavky zadavatele podle odst. 3.3 a odst. 3.4 Výzvy.

**12.2** Dodavatel do nabídky předloží **strukturu poslechovosti rozhlasových stanic v mixu**, tj. sociografické složení a množství posluchačů za poslední kalendářní rok a za období do 31. března 2017. Z předložených dokumentů by mělo být zřejmé, že rozhlasové stanice v rámci nabízeného mixu dosahovaly v roce 2017 poslechovosti požadované zadavatelem v odst. 3.1 Výzvy.

**12.3** Dodavatel do nabídky předloží **návrh konkrétního vysílacího plánu** splňujícího podmínky dle odst. 3.1 Výzvy – Část B plnění.

<sup>4</sup> Zákon č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.



**12.4** Zadavatel si vyhrazuje právo před podpisem smlouvy provést ve spolupráci s vybraným dodavatelem vhodné úpravy v nabídce předloženého vysílacího plánu. Finální znění vysílacího plánu však bude vždy odpovídat podmínkám stanoveným ve Výzvě.

**12.5** Zadavatel si vyhrazuje právo požadovat po dodavateli předložení dokladů prokazujících, že nabízené plnění splňuje minimální či nabídnuté požadavky stanovené ve Výzvě. Zadavatel v takovém případě bude postupovat dle § 46 odst. 1 Zákona.

## **13. Hodnocení nabídek**

### **Způsob zpracování nabídkové ceny**

**13.1** Nabídkovou cenou se rozumí jednotkové ceny nabízené dodavatelem za jednotlivé položky uvedené v odst. 3.1 Výzvy (dále pouze jako „**Nabídková cena**“).

**13.2** Nabídková cena bude zpracována v Kč bez DPH a zaokrouhlena na maximálně dvě desetinná místa.

**13.3** Dodavatel je povinen uvést v nabídce Nabídkovou cenu za veškeré jednotlivé položky. Zadavatel doporučuje, aby dodavatel Nabídkovou cenu uvedl do Přílohy č. 2 Výzvy – Krycí list. Neuvedení jedné či více položek Nabídkové ceny v nabídce povede k vyloučení dodavatele z účasti ve Výběrovém řízení.

**13.4** Dodavatel je oprávněn nabídnout i nulovou hodnotu u jedné či více položek.

### **Pravidla pro hodnocení nabídek**

**13.5** Nabídky budou hodnoceny podle jejich **ekonomické výhodnosti**.

**13.6** Ekonomická výhodnost nabídek bude hodnocena ve smyslu § 114 odst. 2 Zákona podle nejvýhodnějšího poměru nabídkové ceny a kvality.

**13.7** Předmětem hodnocení bude Nabídková cena jednotlivých dodavatelů v Kč bez DPH<sup>5</sup> přepočítaná vzorcem podle odst. 13.8 Výzvy (dále jen „**Celková nabídková cena**“) a Kreativní část.

**13.8** Celková ekonomická výhodnost nabídky bude hodnocena bodovým systémem podle níže uvedených kritérií stanovených v sestupném pořadí s váhou určenou v procentním vyjádření.

<b>Číslo kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Popis kritéria</b>
<b>1.</b>	80 %	Celková nabídková cena
<b>2.</b>	20 %	Kreativní část

### **Kritérium č. 1 – Celková nabídková cena (maximálně 80 bodů)**

<sup>5</sup> DPH se rozumí peněžní částka, jejíž výše odpovídá výši daně z přidané hodnoty vypočtené podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.

V rámci hodnotícího kritéria č. 1 – Celková nabídková cena, bude hodnocena celková nabídková cena za kompletní zajištění předmětu plnění VZ v Kč bez DPH.

**13.9** Celkovou nabídkovou cenou se rozumí souhrnná částka vypočtená jako součin předpokládaného modelového objemu nákladů zadavatele za dobu trvání smlouvy. Celková nabídková cena se vypočítá dosazením Nabídkové ceny dodavatele do následujícího vzorce:

$$\text{CNC} = \text{A} \cdot 7 + \text{B} \cdot 8 + \text{C}$$

**CNC** = celková nabídková cena

**Ostatní číselné údaje** = předpokládaný odběr jednotlivých položek za dobu trvání smlouvy

**A** = Cena za výrobu rozhlasového spotu v délce 30 vteřin

**B** = Cena za výrobu rozhlasového spotu v délce 60 vteřin

**C** = Cena za odvysílání 700 spotů dle vysílacího plánu

Nabídkám bude v rámci kritéria č. 1 přidělena bodová hodnota dle následujícího vzorce: nejnižší celková nabídková cena/hodnocená celková nabídková cena\*80 bodů.

#### **Kritérium č. 2 – Kreativní část (maximálně 20 bodů)**

**13.10** V rámci hodnotícího kritéria č. 2 – Kreativní část budou hodnoceny textové návrhy dvou univerzálních audiospotů v kreativní režii dodavatele. Pro účely hodnocení zadavatel stanovil následující bodovou stupnici, dle které přidělí každému předloženému návrhu body:

**10 bodů:** Návrh nejpřitažlivěji a nejkreativněji oslovuje cílovou skupinu, zcela respektuje cíle informační kampaně a naplňuje komunikační sdělení, je schopen na cílovou skupinu zapůsobit a oslovit ji tak, aby se aktivně zajímala o další podrobnější informace, které již sdělení nemůže pojmout.

**8 bodů:** Návrh velmi přitažlivě a kreativně oslovuje cílovou skupinu a s drobnými výhradami respektuje cíl informační kampaně a naplňuje komunikační sdělení, je schopen na cílovou skupinu zapůsobit a oslovit ji, avšak nemotivuje ji natolik, aby se zajímala o další podrobnější informace, které již sdělení nemůže pojmout.

**6 bodů:** Návrh oslovuje cílovou skupinu a s většími výhradami respektuje cíle informační kampaně a naplňuje komunikační sdělení, není příliš schopen zapůsobit na cílovou skupinu a oslovit ji a nemotivuje ji, aby se zajímala o další podrobnější informace, které již sdělení nemůže pojmout.

**4 bodů:** Návrh nepříliš vhodně oslovuje cílovou skupinu a cíle informační kampaně a komunikační sdělení respektuje jen se zásadními výhradami, je schopen zapůsobit na cílovou skupinu a oslovit ji pouze se zásadními výhradami a nemotivuje ji, aby se zajímala o další podrobnější informace, které již sdělení nemůže pojmout.

**2 body:** Návrh nevhodně oslovuje cílovou skupinu a cíle informační kampaně a komunikační sdělení nerespektuje, zřejmě není schopen zapůsobit na cílovou skupinu, není schopen ji oslovit a nemotivují ji, aby se zajímala o další podrobnější informace, které již sdělení nemůže pojmout.

**0 bodů:** Návrh nesplňuje zadání.

Cílová skupina potenciálních klientů úctenkové loterie je definována v odst. 3.2 Výzvy, cíl rozhlasové kampaně v odst. 3.3 Výzvy a komunikační sdělení v odst. 3.4 Výzvy.

Součet hodnot přidělených zadavatelem za oba návrhy bude představovat výsledné bodové hodnocení v rámci kritéria č. 2.

**13.11** Bodová hodnocení z kritérií č. 1 a č. 2 budou následně sečtena a nabídkám bude přiřazeno konečné pořadí sestupně dle celkové vypočtené bodové hodnoty. Nejvýhodnější nabídkou se stane ta nabídka, která získá nejvyšší počet bodů.

**13.12** Hodnocení provede tříčlenná hodnotící komise složená ze zástupců zadavatele. Postup posouzení a hodnocení hodnotící komise odůvodní v protokolu či zprávě o posouzení a hodnocení nabídek.

## **14. Zpracování nabídky**

**14.1** Zadavatel doporučuje, aby nabídka dodavatele byla řazena v souladu s následujícím členěním:

- a) Krycí list nabídky, který bude obsahovat: Nabídkovou cenu podle čl. 13 Výzvy, čestné prohlášení ohledně akceptování smluvních podmínek podle odst. 11.2 Výzvy a čestné prohlášení ohledně splnění kvalifikace podle odst. 6.3 a odst. 7.1 – nejlépe vyplněnou a podepsanou Přílohu č. 2 Výzvy – Krycí list nabídky;
- b) Doklad prokazující oprávnění osoby oprávněné zastupovat dodavatele (např. plná moc), nejedná-li se o statutární orgán dodavatele nebo prokuristu - jedná se o nepovinnou náležitost nabídky;
- c) Návrh dvou univerzálních audiospotů v textové podobě podle odst. 12.1 Výzvy;
- d) Strukturu poslechovosti příslušných stanic, tj. sociografické složení a množství posluchačů za poslední kalendářní rok do 31. března 2017 podle odst. 12.2 Výzvy;
- e) Návrh vysílacího plánu;
- f) Ostatní případné dokumenty.

**14.2** Dodavatel je oprávněn podat pouze jednu nabídku.

**14.3** Dodavatel v nabídce uvede identifikační údaje dodavatele jako obchodní firma nebo název, sídlo, identifikační číslo osoby, bylo-li přiděleno, pokud jde o právnickou osobu, a obchodní firma nebo jméno nebo jména a příjmení, místo podnikání, popřípadě místo trvalého pobytu, identifikační číslo osoby, bylo-li přiděleno, pokud jde o fyzickou osobu. Dodavatel dále uvede jméno a příjmení osoby oprávněné jednat za dodavatele, telefonické spojení a e-mailovou adresu. Zadavatel k tomuto účelu doporučuje použít Přílohu č. 2 Výzvy – Krycí list nabídky.

**14.4** Všechny stránky nabídky budou řádně čitelné, bez škrťů a přepisů, které by mohly zadavatele uvést v omyl.

**14.5** Zadavatel doporučuje, aby všechny stránky nabídky byly očíslovány vzestupnou číselnou řadou a seřazeny podle výše uvedeného členění.

**14.6** Nabídka musí být zpracována ve všech částech v českém jazyce (výjimku tvoří odborné názvy, údaje a doklady ve slovenském jazyce a doklady o vzdělání v latinském jazyce).

**14.7** Zadavatel nepřipouští podmiňovat nabídku jakýmkoli jinými podmínkami, než jsou stanoveny ve Výzvě.

**14.8** Dodavatel je odpovědný za obsah jím podané nabídky.

## **15. Forma a způsob podání nabídky**

**15.1** Zadavatel umožní dodavatelům podat nabídku v listinné i elektronické podobě.

### **Požadavky na zpracování nabídky v listinné podobě**

**15.2** Nabídka bude podána v řádně uzavřené obálce, označené „Veřejná zakázka – „Propagace úctenkové loterie - rozhlasové spoty – NEOTEVÍRAT – odd. 6602“.

**15.3** Na obálce musí být uvedena obchodní firma nebo název, IČO a sídlo dodavatele.

**15.4** Zadavatel doporučuje nabídku podat ve dvou vyhotoveních (1x originál a 1x kopie) a přiložit elektronickou kopii nabídky na nosiči, který neumožňuje přepis uloženého souboru.

### **Požadavky na zpracování nabídky v elektronické podobě**

**15.5** Nabídku v elektronické podobě je možné podat výhradně prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK dostupného na internetové adrese [https://mfcr.ezak.cz/contract\\_display\\_2136.html](https://mfcr.ezak.cz/contract_display_2136.html)

**15.6** Podrobné instrukce elektronického nástroje se nacházejí v „uživatelské příručce“ na internetové adrese [https://mfcr.ezak.cz/test\\_index.html](https://mfcr.ezak.cz/test_index.html).

**15.7** Nabídka bude dodavatelem vložena v elektronické podobě do elektronického nabídkového listu, vytvořeného v elektronickém nástroji E-ZAK, který zaručuje splnění všech podmínek bezpečnosti a důvěrnosti vkládaných dat, vč. absolutní nepřístupnosti nabídek na straně Zadavatele před uplynutím stanovené lhůty pro jejich protokolární zpřístupnění. Dodavatel přitom postupuje podle dispozic Zadavatele, uvedených v dokumentaci elektronicky vedeného Výběrového řízení.

**15.8** Systémové požadavky na PC pro podání nabídek jsou k dispozici na internetové adrese <http://www.ezak.cz/fag/pozadavky-na-system>.

**15.9** Nabídka musí být opatřena **kvalifikovaným elektronickým podpisem** ve smyslu definice článku 3 odst. 12 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 910/2014, o elektronické identifikaci a službách vytvářejících důvěru pro elektronické transakce na vnitřním trhu. Namísto kvalifikovaného elektronického podpisu lze v souladu s § 19 odst. 1 zákona č. 297/2016 Sb., o službách vytvářejících důvěru pro elektronické transakce použít rovněž zaručený elektronický podpis založený na kvalifikovaném certifikátu pro elektronický podpis.

**15.10** Odeslání nabídky prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK může být učiněno i jinou osobou než statutárním orgánem dodavatele nebo osobou prokazatelně oprávněnou zastupovat dodavatele.

## 16. Lhůta pro podání nabídek

**16.1** Lhůta pro podání nabídek: **do 1. 9. 2017 do 10:00 hod.**

**16.2** Nabídka musí být podána nejpozději do konce lhůty pro podání nabídek stanovené v předchozím odstavci.

**16.3** Dodavatelé nemají právo na účast při otevírání nabídek.

## 17. Vysvětlení Výzvy

**17.1** Dodavatel je oprávněn požádat zadavatele o vysvětlení Výzvy.

**17.2** Zadavatel stanovuje povinnost požádat o vysvětlení Výzvy písemně. Dodavatel doručí žádost nejpozději 5 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek. Pokud dodavatel žádost doručí později, není zadavatel povinen poskytnout vysvětlení Výzvy.

**17.3** Zadavatel je oprávněn Výzvu vysvětlit, změnit nebo doplnit i bez předchozí žádosti dodavatelů.

**17.4** Žádost o vysvětlení Výzvy může být doručena v elektronické podobě datovou schránkou (ID xzeaaav) na adresu sídla zadavatele uvedenou v „Identifikaci zadavatele“ Výzvy.

**17.5** Žádost o vysvětlení Výzvy může být také doručena v elektronické podobě prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK, podmínkou ovšem je, aby byl dodavatel přihlášen a měl otevřenou Veřejnou zakázku „Propagace účtenkové loterie - rozhlasové spoty“.

**17.6** Zadavatel doporučuje v zájmu urychlení doručit zároveň kopii žádosti o vysvětlení na e-mail: [verejne.zakazky@mfcz.cz](mailto:verejne.zakazky@mfcz.cz).

**17.7** Zadavatel vysvětlení, změnu nebo doplnění Výzvy uveřejní stejným způsobem jako zadávací podmínku, která byla vysvětlena, změněna nebo doplněna, tj. na profilu zadavatele. Zadavatel nebude vysvětlení, změnu nebo doplnění Výzvy poskytovat adresně, tzn. ani dodavatelům, kteří písemně požádali o poskytnutí nebo vysvětlení Výzvy nebo o zaslání stejnopisů vysvětlení, změn a doplnění Výzvy.

**17.8** Pravidlem dle předchozího odstavce není dotčena skutečnost, že elektronický nástroj E-ZAK dodavateli, který je přiřazen k Veřejné zakázce, automaticky odesílá upozornění na vysvětlení Výzvy. Zadavatel nezodpovídá za to, zda jsou přiřazenému dodavateli doručovány notifikace z elektronického nástroje E-ZAK do jeho e-mailové schránky.

## 18. Další podmínky pro uzavření smlouvy

**18.1** Vybraný dodavatel je zadavatele povinen upozornit na případné změny kvalifikace, ke kterým došlo po podání jeho nabídky, a prokázat, že i po této změně splňuje kvalifikaci požadovanou dle této Výzvy.

## **19. Závaznost Výzvy**

**19.1** Veškeré informace, údaje, podmínky a požadavky stanovené ve Výzvě vymezují závazné zadávací podmínky Zadavatele pro účast dodavatele ve Výběrovém řízení.

**19.2** Neakceptování zadávacích podmínek Zadavatele bude považováno za nesplnění zadávacích podmínek s následkem vyloučení účastníka Výběrového řízení. Výjimku tvoří požadavky Zadavatele na formální úpravu nabídky, které mají pouze doporučující charakter.

**19.3** **Výzva je pro dodavatele závazná. Podáním nabídky do Výběrového řízení dodavatel plně a bezvýhradně akceptuje Výzvu včetně případných vysvětlení, doplnění a změn Výzvy.**

## **20. Další podmínky a práva zadavatele**

**20.1** Veškerá komunikace mezi zadavatelem a dodavatelem bude probíhat v českém jazyce.

**20.2** Nabídky se dodavatelům nevracejí a zůstávají u Zadavatele jako součást dokumentace o Výběrovém řízení.

**20.3** Náklady spojené s účastí ve Výběrovém řízení nese každý dodavatel sám.

**20.4** Zadavatel si vyhrazuje právo zrušit Výběrové řízení bez udání důvodu.

**20.5** Zadavatel si vyhrazuje právo vyloučit účastníka Výběrového řízení podle § 48 Zákona.

**20.6** Zadavatel nepřipouští varianty nabídky podle § 102 Zákona.

**20.7** Zadavatel si vyhrazuje postupovat analogicky podle § 46 Zákona a § 125 odst. 1 Zákona.

**20.8** Zadavatel nepožaduje jistotu podle § 41 Zákona.

**20.9** Zadavatel si vyhrazuje právo ověřovat věrohodnost údajů nebo dokladů poskytnutých účastníkem Výběrového řízení u třetích osob a účastník je povinen mu v tomto ohledu poskytnout veškerou potřebnou součinnost.

**20.10** Dodavatel je osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly podle § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě, ve znění pozdějších předpisů.

## **21. Zvláštní případy stanovení Nabídkové ceny ve vztahu k DPH**

**21.1** Tento článek Výzvy upravuje výjimečné okolnosti, u kterých zadavatel předpokládá, že u většiny nabídek nenastanou.

**21.2** Dodavatel, který není k datu podání nabídky plátcem DPH, upraví koeficient DPH použitý při výpočtu Nabídkové ceny na 1,00. Pokud tento dodavatel bude vybrán, bude znění uzavírané Smlouvy upraveno tak, aby dodavatel, pokud by se v budoucnu stal plátcem DPH, nebyl oprávněn navýšit smluvní cenu dle Prováděcích smluv o DPH, kterou by nově byl povinen odvádět.

## **22. Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Obchodní podmínky zadavatele**

**Příloha č. 2: Krycí list nabídky**