



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 projektu Účtenkovka rozhlasovými spoty“

(dále jen „*Veřejná zakázka*“)

Systémové číslo veřejné zakázky:

P19V00000057

Obsah

1. Identifikační údaje zadavatele.....	3
2. Úvodní ustanovení.....	3
3. Předmět Veřejné zakázky	3
4. Doba a místo plnění Veřejné zakázky.....	6
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.....	8
11. Obchodní a jiné smluvní podmínky	8
12. Další podmínky zadavatele.....	9
13. Hodnocení nabídek.....	9
14. Zpracování nabídky	12
15. Forma a způsob podání nabídky	12
16. Lhůta pro podání nabídek	13
17. Vysvětlení Výzvy	13
18. Další podmínky pro uzavření smlouvy.....	14
19. Závaznost Výzvy.....	14
20. Další podmínky a práva zadavatele	14
21. Seznam příloh.....	15

1. Identifikační údaje zadavatele

Název zadavatele:	Česká republika – Ministerstvo financí
Sídlo:	Letenská 15, 118 10 Praha 1
IČO:	00006947
DIČ:	CZ00006947
ID datové schránky:	xzeaauv
E-mail:	verejne.zakazky@mfcz.cz
Bankovní spojení:	ČNB, Praha 1, č. ú.: 3328001/0710
Osoba oprávněná jednat za zadavatele:	Ing. Michal Žurovec, vedoucí samostatného oddělení Tiskové a zahraniční protokol
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 a informačních audiospotů (dále jen „spoty“) za účelem připomenutí projektu úctenkové loterie a motivace spotřebitelů k účasti v ní.

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, ruchového a melodického návrhu spotů, zpracování obsahových změn požadovaných zadavatelem a následná výroba profesionálního reklamního spotu, včetně jeho dabingu profesionálním hlasovým hercem. Hlasový herec bude vybrán s ohledem na jeho všeobecnou známost, včetně jeho rozpoznatelnosti prostřednictvím hlasového a rétorického projevu, jako jedno z kritérií VŘ.

Zadavatel v době zahájení Výběrového řízení předpokládá objednání výroby 4 rádiových spotů o délce 60 sekund a 5 radiových spotů o délce 30 sekund se skladbou:

- 3 PR rozhovory s vítězem jedné z hlavních výher (3*60 sec.),
- 1 PR rozhovor s představitelem rezortu MF (1*60 sec.),
- 5 spotů v kreativní režii dodavatele (5*30 sec.).

Spoty v kreativní režii dodavatele:

Zadavatel předpokládá objednání **2 univerzálních audiospotů**, které budou originální formou připomínat existenci úctenkové loterie a naplňovat cíle rozhlasové informační kampaně ve smyslu odst. 3.3 Výzvy. Tyto 2 univerzální spoty bude možno pouštět po celou dobu kampaně, neboť nebudou mít vazbu na žádné aktuální události.

Zadavatel předpokládá, že zbývající 3 spoty v kreativní režii dodavatele budou rozděleny následovně:

První speciální spot bude upozorňovat na **přelom měsíce**, což je důležité datum z pohledu úctenkové loterie, kdy by mělo být soutěžícím připomenuto, aby si zkontrolovali, zda jim někde nezůstaly účtenky z nákupů provedených v uplynulém měsíci, protože ty je možné do dvanáctého dne právě začínajícího měsíce zaregistrovat do soutěže. Druhý speciální spot bude upozorňovat na **dvanáctý den** v měsíci s tím, že se jedná o nejzazší termín, kdy je možné účtenky z uplynulého měsíce registrovat. Třetí bude upozorňovat na právě proběhlé slosování (**patnáctý den v měsíci**) a vyvěšení výherní listiny na webové stránce www.uctenkovka.cz. Tento třetí klip také krátce zmíní technické aspekty slosování a základní informaci o množství výher, které jsou právě rozepisovány po celém území ČR.

Reklamní spoty budou vyráběny průběžně tak, aby mohly být zařazovány do vysílacího času od 6:00 do 20:00. Zadavatel požaduje, aby ke dni 15. dubna 2019 (den zahájení kampaně) byly připraveny k odvysílání:

- 1 PR rozhovor s výhercem o délce 60 sekund
- 1 PR rozhovor s představitelem MF o délce 60 sekund
- 2 kreativní spoty o délce 30 sekund (univerzální spot + speciální spot k nejbližšímu relevantnímu datu v kalendářním měsíci – při zahájení kampaně dne 15. dubna 2019 speciální spot k 15. dni v měsíci)

Část B plnění:

Celkový odběr v části B plnění činí 1000 odvysílání reklamních spotů v rozhlasovém vysílání v termínu od 15. dubna 2019 do 31. července 2019. (Pozn.: Pokud by kampaň byla zahájena později než 15. dubna 2019, bude adekvátně posunut termín konce vysílání spotů.)

- Odvysílání rozhlasových spotů je požadováno v průběhu pracovních dnů, víkendů i státních svátků.
- Zadavatel požaduje odvysílání alespoň 1000 rozhlasových spotů na mixu minimálně dvou a maximálně tří rozhlasových stanicích v rámci vysílacího plánu, který splňuje následující podmínky:
 - o celková poslechovost rozhlasových stanic v mixu dosahuje alespoň 1 000 000 posluchačů (objektivně doložitelný Daily Reach v některém období za rok 2018 - např. za 4. čtvrtletí 2018),
 - o každá rozhlasová stanice v mixu dosahuje poslechovosti alespoň 100 000 posluchačů (objektivně doložitelný Daily Reach v některém období za rok 2018 - např. za 4. čtvrtletí 2018),
 - o 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),

- o nejméně 50% celkového vysílacího času bude alokováno na nejposlouchanější stanici z mixu,
- o časovým pásmem komunikace je denní čas od 6:00 do 20:00,
- o ve vysílacím plánu bude zahrnuto odvysílání minimálně 50 rozhlasových spotů v délce 60 vteřin a odvysílání minimálně 950 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 účtenkové loterie, tj. aktivní lidé ve věku 18+ využívající internet. Nelze nabízet 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 poslechovatosti příslušné stanice (stanic), tj. sociografické složení a množství posluchačů za poslední kalendářní rok.

3.3 Cílem rozhlasové informační kampaně k účtenkové loterii je:

- zabezpečit recipienta, že účtenková loterie úspěšně pokračuje a získat šanci zařadit se mezi statisíce dosavadních výherců je velmi jednoduché a zdarma
- 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 – zmínit výhody registrace prostřednictvím QR kódů a tím motivovat obchodníky, aby tuto funkcionalitu pro své zákazníky implementovali
- 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

Scénáře rozhlasového spotu budou obsahovat slovní uvedení webové adresy www.uctenkovka.cz.

3.4 Komunikační sdělení rozhlasové informační kampaně:

Pro informační kampaň je klíčové připomenout nejširší veřejnosti existenci Účtenkovky, včetně připomenutí rámcového počtu dosavadních výher a výherců. Sdělení musí posluchači jasně říci, jak se může do Účtenkovky zapojit a co tím získá (šance na výhru), sdělení by mělo akcentovat také výhody účtenkové loterie oproti jiným hrám (např. zdarma, společenský rozměr).

Například:

- Berte si účtenky a hrajte zdarma každý měsíc až o milion korun nebo auto
- Díky Účtenkovce přibylo již 18 milionářů, přes 400 z vás si odneslo výhru v řádu stovek nebo desítek tisíc, desetitisícům přibyla na bankovním účtu tisícikoruna nebo stokoruna atd.
- Registrujte neomezené množství účtenek od různých obchodníků
- Zapojte se zdarma ještě dnes
- Každý měsíc hrajte o 21 000 výher
- Vyhrát nebylo nikdy jednodušší, QR kód a aplikace
- „Nezapomněli jste v obchodě auto?“ „Nezapomněli jste v hospodě milion?“

3.5 Předpokládaná hodnota Veřejné zakázky

Zadavatel se rozhodl předpokládanou hodnotu veřejné zakázky neuveřejňovat.

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 zahlazeným 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 likvidaci¹, proti němuž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku², vůči němuž byla nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu³ nebo v obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

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

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

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:

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

7. Profesní způsobilost

7.1 Profesní 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 profesní 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 profesní 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.

³ 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.

10. Společné ustanovení k dokladům

Pravost dokladů

10.1 Dodavatel předkládá prosté kopie dokladů, nestanoví-li se dále 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 správy⁴ 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.

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

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. Součástí každého návrhu univerzálního audiospotu bude také jméno navrhovaného hlasového herce, který je veřejně známou osobností (případně více hlasových herců) společně se závazkem, že zadavatelem vybraný hlasový herec bude v univerzálních audiospotech vystupovat jako hlavní hlas a v PR rozhovorech v pozici tazatele.

12.2 Dodavatel do nabídky předloží strukturu poslechovatelnosti rozhlasových stanic v mixu, tj. sociografické složení a množství posluchačů za rok 2018. Z předložených dokumentů by mělo být zřejmé, že rozhlasové stanice v rámci nabízeného mixu dosahovaly v roce 2018 poslechovatelnosti 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.

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 DPH⁵ 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.

Číslo kritéria	Váha	Popis kritéria
1.	60 %	Celková nabídková cena
2.	40 %	Kreativní část

Kritérium č. 1 – Celková nabídková cena (maximálně 60 bodů)

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:

$$\text{CNC} = \text{A} * 5 + \text{B} * 4 + \text{C}$$

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 1000 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)*60 bodů.**

Kritérium č. 2 – Kreativní část (maximálně 40 bodů)

13.10 V rámci hodnotícího kritéria č. 2 – Kreativní část budou hodnoceny textové návrhy dvou univerzálních audiospotů v kreativní režii dodavatele, každému návrhu bude přidělen počet bodů určených jako rozdíl 20 bodů a součtu odečítaných bodů. Pro účely hodnocení zadavatel stanovil následující bodovou stupnici, dle které přidělí každému předloženému návrhu body:

20 bodů: Návrh 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. Profesionální hlasový herec splňuje svou popularitou a profesionalitou předpoklad vysoce pozitivního dopadu na další popularizaci a známost Účtenkovky, jedná se o tzv. influencera, tedy osobnost, která má

⁵ 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.

potenciál upoutat na projekt pozornost a ovlivnit potenciální soutěžící, aby se do Účtenkovky zapojili, nebo aby jí zaregistrovali

Odečítané body budou Návrhu přidělovány takto:

1,5 odečítaného bodu: drobné výhrady k respektování cíle informační kampaně nebo k naplnění komunikačního sdělení

3 odečítané body: větší výhrady k respektování cíle informační kampaně nebo k naplnění komunikačního sdělení

4,5 odečítaného bodu: zásadní výhrady k respektování cíle informační kampaně nebo k naplnění komunikačního sdělení

1,5 odečítaného bodu: návrh je sice schopen na cílovou skupinu zapůsobit a oslovit ji, avšak nemotivuje ji natolik, aby se zajímala o další podrobnější informace, které již sdělení nemůže pojmout

3 odečítané body: návrh 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

4,5 odečítaného bodu: návrh 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.

10 odečítaných bodů: Profesionální hlasový herec splňuje svou popularitou a profesionalitou jen předpoklad neutrálního dopadu na další popularizaci a známost Účtenkovky. Nejedná se o tzv. influencera, tedy osobnost, která má potenciál upoutat na projekt pozornost a ovlivnit potenciální soutěžící (cílovou skupinu), aby se do Účtenkovky zapojili, nebo aby jí zaregistrovali.

20 odečítaných bodů: Návrh nesplňuje zadání.

Cílová skupina potenciálních klientů účtenkové 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.

Pokud dodavatel předloží v nabídce více než dva návrhy univerzálních audiospotů, komise vybere dva nejlepší a tyto bude hodnotit. To platí i pro případ, kdy dodavatel předloží jinak stejné návrhy univerzálních audiospotů, které se budou lišit jen v osobě profesionálního hlasového herce.

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 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) Návrh dvou univerzálních audiospotů v textové podobě podle odst. 12.1 Výzvy; každý včetně jména profesionálního hlasového herce (více hlasových herců)
- c) Strukturu poslechovosti příslušných stanic, tj. sociografické složení a množství posluchačů za poslední kalendářní rok podle odst. 12.2 Výzvy;
- d) Návrh vysílacího plánu;
- e) 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 škrtnů a přepisů, které by mohly zadavatele uvést v omyl.

14.5 Zadavatel doporučuje, aby všechny stránky nabídky, pokud je podána v listinné podobě, 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_3090.html.

15.6 Podrobné instrukce elektronického nástroje se nacházejí v „uživatelské příručce“ na internetové adrese 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/faq/pozadavky-na-system>.

15.9 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: 1. 4. 2019 do 10:00 hod.

16.2 Nabídka musí být podána nejpozději do konce lhůty pro podání nabídek stanovené v předchozím odstavci. Za včasné podání odpovídá dodavatel.

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 zadávací dokumentace musí být doručena písemně v elektronické podobě prostřednictvím el. nástroje E-ZAK https://mfcr.ezak.cz/contract_display_3090.html nebo datové schránky (ID zxeaaau). Centrální zadavatel doporučuje doručit kopii žádosti o vysvětlení zadávací dokumentace také na e-mail: verejne.zakazky@mfcr.cz.

17.5 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.

17.6 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. Seznam příloh

Příloha č. 1: Obchodní podmínky zadavatele

Příloha č. 2: Krycí list nabídky