



GFR01087016
ESS



FINANČNÍ SPRÁVA

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

(dále též „ZD“)

Veřejný zadavatel

Název: Česká republika – Generální finanční ředitelství

Sídlem: Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1

IČO: 72080043

vyhlašuje nadlimitní veřejnou zakázku na služby zadávanou v otevřeném řízení ve smyslu ustanovení § 27 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZVZ“)

„Elektronická evidence tržeb - nákup mediálního prostoru“

vedené u zadavatele pod evidenčním číslem 5/2016

Práva, povinnosti či podmínky v této ZD neuvedené se řídí výše citovaným ZVZ.

1 Identifikační údaje zadavatele

Název zadavatele: **Česká republika – Generální finanční ředitelství**
Sídlo: Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1
IČO: 72080043
DIČ: CZ72080043

Osoba oprávněná jednat jménem zadavatele:

Ing. Jan Ronovský – ředitel Sekce řízení úřadu

Kontaktní osoby v záležitosti zadávacího řízení:

BcA. Andrea Kariková
Odbor veřejných zakázek a právních služeb
telefon: 296 854 954
e-mail: Andrea.Karikova@fs.mfcr.cz

Nikola Hozáková
Odbor veřejných zakázek a právních služeb
telefon: 296 854 436
e-mail: Nikola.Hozakova@fs.mfcr.cz

2 Předmět plnění veřejné zakázky

- 2.1 Předmětem plnění veřejné zakázky (dále jen „VZ“) je zajištění informační kampaně projektu Elektronické evidence tržeb (dále též „EET“).
- 2.2 Dodavatel zajistí:
- 2.2.1 **nákup mediálního prostoru** v TV, rozhlasu, tištěných médiích (print) a na Internetu (on-line média) v souladu s Mediálním plánem tvořícím Přílohu č. 5 ZD a požadavky zadavatele, a další aktivity s tím spojené, zejména:
- příprava konkrétních mediaplánů,
 - objednávání prostoru v médiích dle zadavatelem schválených a akceptovaných měsíčních konkrétních mediaplánů,
 - distribuce reklamních podkladů pro uveřejnění do jednotlivých médií.
- 2.2.2 **správu a průběžnou kontrolu průběhu kampaně** na mediálním trhu v ČR,
- 2.2.3 **vyhotovování reportů**, a to:
- průběžných reportů monitoringu a vyhodnocování průběhu kampaně,
 - závěrečného reportu s vyhodnocením kampaně.

2.3 **Informační kampaň je zaměřena na dvě cílové skupiny, a to na širokou veřejnost a podnikatelské subjekty zejména z oblasti HORECA** (tj. segment trhu, zabývající se zejm. hotelnictvím, restauracemi atd.; zkratka prvních dvou písmen slov - HOtels, REstaurants, CAfé), **a bude probíhat v následujících komunikačních nástrojích: TV, rozhlas, tištěná média (print) a Internet (on-line).**

2.4 Cílem informační kampaně je:

- v souvislosti se zavedením EET informovat širokou veřejnost a podnikatelské subjekty o fungování systému EET a jejich právech a povinnostech,
- zasáhnout informační kampaní maximální počet osob náležejících do cílových skupin široká veřejnost a podnikatelské subjekty.

2.5 Kód předmětu VZ dle číselníku Common Procurement Vocabulary (CPV):

79340000-9 Reklamní a marketingové služby

79341000-6 Reklamní služby

79342000-3 Marketingové služby

79342200-5 Propagační služby

79341400-0 Reklamní kampaně

3 Předpokládaná hodnota

3.1 Předpokládaná hodnota VZ činí **38 500 000,- Kč (slovy: třicet osm milionů pět set tisíc korun českých) bez DPH**, tj. 35 000 000,- Kč (slovy: třicet pět milionů korun českých) bez DPH za plnění předmětu VZ a 3 500 000,- Kč (slovy: tři miliony pět set tisíc korun českých) bez DPH činí opční právo zadavatele.

3.2 Předpokládaná hodnota VZ byla stanovena v souladu s § 15 ZVZ, jako předpokládaná výše peněžitého závazku zadavatele vůči dodavateli vyplývající z plnění VZ.

3.3 Předpokládaná hodnota za plnění VZ, tj. 35 000 000,- Kč bez DPH je stanovena jako nejvyšší přípustná a nepřekročitelná. Uchazeč, který tuto předpokládanou hodnotu ve své nabídce překročí, bude ze zadávacího řízení vyloučen.

4 Doba plnění VZ

4.1 **Plnění VZ** dle bodu 2.1 ZD bude **zahájeno neprodleně po obdržení písemného pokynu** zadavatele (osoby oprávněné zadavatelem). Zadavatel vydá písemný pokyn k plnění nejpozději do 3 měsíců od nabytí platnosti zákona o evidenci tržeb.

4.2 **Předpokládaná délka realizace informační kampaně je sedm (7) na sebe navazujících kalendářních měsíců (tj. květen až listopad 2016).**

Předpokládaný termín zahájení informační kampaně je 1. 5. 2016.

4.3 Termín plnění VZ je podmíněn zadáním zakázky. Zadavatel si vyhrazuje **právo změnit předpokládaný termín zahájení plnění informační kampaně a/nebo zkrátit** předpokládanou délku informační kampaně s ohledem na případné prodloužení zadávacího řízení či prodloužení legislativního procesu zákona o evidenci tržeb.

5 Kvalifikace dodavatelů

5.1 **Kvalifikovaným pro plnění VZ je dodavatel, který:**

5.1.1 **Splní základní kvalifikační předpoklady dle § 53 odst. 1 písm. a) až h), j) až l)** ZVZ předložením dokladů stanovených v § 53 odst. 3 písm. a) až d) ZVZ.

5.1.2 **Splní profesní kvalifikační předpoklady dle § 54 písm. a) ZVZ** předložením výpisu z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpisem z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán

5.1.3 **Splní profesní kvalifikační předpoklady dle § 54 písm. b) ZVZ** předložením dokladu o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu VZ zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci.

5.1.4 **Splní technické kvalifikační předpoklady dle § 56 odst. 2 písm. a) ZVZ,** který předloží **seznam** minimálně **tří významných zakázek** na služby shodného nebo obdobného plnění s touto VZ, realizovaných dodavatelem v posledních třech letech s uvedením rozsahu a doby poskytnutí, přičemž přílohou tohoto seznamu musí být:

1. osvědčení vydané veřejným zadavatelem, pokud byly služby poskytovány veřejnému zadavateli, nebo
2. osvědčení vydané jinou osobou, pokud byly služby poskytovány jiné osobě než veřejnému zadavateli, nebo
3. smlouva s jinou osobou a doklad o uskutečnění plnění dodavatele, není-li současně možné osvědčení podle bodu 2 od této osoby získat z důvodů spočívajících na její straně.

Významnou zakázkou zadavatel stanovil zakázku v plnění **minimálně 15 mil. Kč** (slovy: patnáct milionů korun českých) **bez DPH/rok/zakázka.**

5.1.5 **Technické kvalifikační předpoklady dle § 56 odst. 2 písm. e) ZVZ** splňuje dodavatel, který předložením osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci dodavatele nebo vedoucích zaměstnanců dodavatele nebo osob v obdobném postavení a osob odpovědných za poskytování příslušných služeb.

Zadavatel tedy požaduje předložení profesní praxe formou strukturovaného profesního životopisu s následujícími zkušenostmi:

- 1 account manager se zkušenostmi se strategickým plánováním mediálních kampaní min. 5 let
- 2 media planner a media buyer pro TV kampaně s praxí v oboru min. 3 roky
- 3 mediaplanner a media buyer pro rozhlasové kampaně s praxí v oboru min. 3 roky
- 4 mediaplanner a media buyer pro tiskové kampaně s praxí v oboru min. 3 roky
- 5 media planner a media buyer pro online media kampaně s praxí v oboru min. 3 roky
- 6 media research manager s praxí v oboru min. 3 roky

5.1.6 Předloží čestné prohlášení o své ekonomické a finanční způsobilosti splnit VZ dle § 50 odst. 1 písm. c) ZVZ (Příloha č. 2 ZD).

5.2 Prokázání kvalifikace prostřednictvím subdodavatele a v případě společné nabídky několika dodavatelů

Prostřednictvím subdodavatele (subdodavatelů) může dodavatel prokázat kvalifikaci v souladu s ustanovením § 51 odst. 4 ZVZ.

V případě podání společné nabídky několika dodavateli, prokazují tito dodavatelé kvalifikaci podle ustanovení § 51 odst. 5 a 6 ZVZ.

5.3 Prokázání kvalifikace zahraničním dodavatelem

Zahraniční dodavatel prokazuje kvalifikaci podle ustanovení § 51 odst. 7 ZVZ.

5.4 Pravost a stáří dokladů prokazujících splnění kvalifikace

Dodavatel prokazuje kvalifikaci doklady, které splňují náležitosti podle ustanovení § 57 ZVZ.

5.5 Prokázání kvalifikace výpisem ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů, výpisem ze seznamu certifikovaných dodavatelů nebo výpisem ze seznamu zahraničních dodavatelů

5.5.1 Dodavatelé mohou k prokázání základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 ZVZ a profesních kvalifikovaných předpokladů dle § 54 ZVZ předložit výpis ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů podle § 127 ZVZ.

5.5.2 Dodavatelé mohou k prokázání kvalifikačních předpokladů předložit certifikát vydaný v rámci systému certifikovaných dodavatelů podle § 134 ZVZ.

5.5.3 Zahraniční dodavatelé mohou k prokázání kvalifikačních předpokladů předložit výpis ze zahraničního seznamu kvalifikovaných dodavatelů či příslušný zahraniční certifikát podle § 143 ZVZ.

6 Obchodní a platební podmínky

- 6.1 Zadavatel stanoví obchodní a platební podmínky formou závazného návrhu Smlouvy o zajištění informační kampaně projektu Elektronická evidence tržeb (dále též „smlouva“), který je uveden v Příloze č. 4 ZD. Uchazeč není oprávněn činit v návrhu smlouvy změny či doplnění s výjimkou údajů, které jsou výslovně vyhrazeny pro doplnění ze strany uchazeče.
- 6.2 Není rovněž oprávněn přikládat žádné přílohy k návrhu smlouvy, které tato ZD výslovně nepředpokládá. Návrh smlouvy musí být ze strany uchazeče podepsán statutárním orgánem nebo osobou oprávněnou zastupovat uchazeče; v takovém případě doloží uchazeč toto oprávnění (plnou moc) v originálu či v úředně ověřené kopii v nabídce.

7 Opční právo

Zadavatel si vyhrazuje právo žádat po vítězném dodavateli ve lhůtě 3 let ode dne uzavření smlouvy pro plnění, které proběhne mimo dobu, kdy bude realizována informační kampaň. Za účelem realizace bude mezi zadavatelem a dodavatelem uzavřena samostatná smlouva v souladu s § 99 odst. 2 ZVZ.

8 Požadavky na způsob zpracování nabídkové ceny

8.1 Uchazeč vyplní Mediální plán, tj. Přílohu č. 5 ZD, kde uvede:

8.1.1 Jednotkové a dílčí nabídkové ceny za jednotlivé části Mediálního plánu.

- v případě TV kampaně (list „TV“ v Mediálním plánu) je:
 - jednotkovou nabídkovou cenou cena za CPP (Cost per Point), tj. cena za 1 GRP (Gross rating point) v rámci daného TV mixu a Daypartmixu, vycházející s uchazečem vyplněných měsíčních indexů CPP pro každý měsíc kampaně „BASE CPP 30“
 - dílčí cenou
 - cena za celkový počet (zadavatelem zadaných) GRPů v jednotlivých měsících,
 - součet cen za celkový počet (zadavatelem zadaných) GRPů v jednotlivých měsících) za všechny měsíce kampaně
 - **cena celkem za celou TV kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TV KAMPAŇ (CZK BEZ DPH) - bez úpravy průměrným indexem“)
 - **hodnocená cena za celou TV kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TV KAMPAŇ (CZK bez DPH) - po úpravě průměrným indexem“)
- v případě tiskové kampaně (list „Tisk“ v Mediálním plánu) je:
 - jednotkovou nabídkovou cenou cena za jeden tiskový inzerát v daném titulu,
 - dílčí cenou
 - cena v rámci skupiny tištěných médií za daný měsíc,
 - cena za celou tiskovou kampaň za daný měsíc,
 - cena za všechny inzeráty v jednom tištěném titulu za všechny měsíce kampaně,
 - cena za skupinu tištěných médií za všechny měsíce tiskové kampaně

- **cena celkem za celou tiskovou kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TISKOVOU KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),
- v případě online kampaně (list „Online“ v Mediálním plánu) je:
 - jednotkovou nabídkovou cenou cena CPT (Cost per Thousand), tj. cena za jeden tisíc impresí online inzerátu na daném serveru,
 - dílčí cenou
 - cena v rámci skupiny online médií za daný měsíc,
 - cena za celou online kampaň za daný měsíc,
 - cena za všechny online inzeráty v jednom online mediu za všechny měsíce kampaně,
 - cena za skupinu online médií za všechny měsíce online kampaně
 - **cena celkem za celou online kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU ONLINE KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),
- v případě rozhlasové kampaně (list „Rozhlas“ v Mediálním plánu) je:
 - jednotkovou nabídkovou cenou cena za jeden rozhlasový spot ve stanoveném časovém pásmu v daném rozhlasovém mediu,
 - dílčí cenou
 - cena v rámci skupiny rozhlasových médií za daný měsíc,
 - cena za celou rozhlasovou kampaň za daný měsíc,
 - cena za všechny rozhlasové spoty v jednom rozhlasovém mediu za všechny měsíce kampaně,
 - cena za skupinu rozhlasových médií za všechny měsíce rozhlasové kampaně,
 - **cena celkem za celou rozhlasovou kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU ROZHLASOVOU KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),

8.1.2 Nabídková cena (CZK bez DPH) (list „Celkem hodnocení“ Mediálního plánu) se rovná součtu

- **hodnocené ceny za celou TV kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TV KAMPAŇ (CZK bez DPH) - po úpravě průměrným indexem“)
- **ceny celkem za celou tiskovou kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TISKOVOU KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),
- **ceny celkem za celou online kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU ONLINE KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),
- a **ceny celkem za celou rozhlasovou kampaň** (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU ROZHLASOVOU KAMPAŇ (CZK bez DPH)“).

8.1.3 Dodavatel je povinen stanovit (list „Celkem hodnocení“ v Mediálním plánu) nabídkovou cenu absolutní částkou v korunách českých (CZK) v členění bez DPH, DPH a včetně DPH.

8.1.4. **V případě že nabídková cena nebo cena za některou z jednotlivých položek bude posouzena jako mimořádně nízká, bude komise stanovená zadavatelem postupovat v souladu s ustanovením § 77 ZVZ.**

8.2 Zadavatel požaduje pro účely zadávacího řízení zpracování nabídkové ceny. Nabídková cena bude stanovena jako nejvýše přípustná.

- 8.3 Změna jednotkové nabídkové ceny je možná pouze v případě, že dojde ke změně daňových zákonů, resp. změně příslušné sazby DPH. V tomto případě bude jednotková nabídková cena upravena podle výše sazeb DPH platných v době vzniku zdanitelného plnění.
- 8.4 Zadavatel nedovoluje v Mediálním plánu (Příloha č. 5 ZD) uvádět nulové položky a též nedovoluje rozpouštění oceňovaných položek do jiných. Dodavatel, který tyto podmínky nesplní, bude ze zadávacího řízení vyloučen.
- 8.5 **Od nabídkové ceny je třeba rozlišit „Maximální cenu za zajištění celé informační kampaně“ (list „MAX cena za plnění“ v Mediálním plánu), která není předmětem hodnocení VZ. Maximální cena za zajištění celé informační kampaně se rovná součtu:**
- ceny celkem za celou TV kampaň (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TV KAMPAŇ (CZK bez DPH) - bez úpravy průměrným indexem),
 - ceny celkem za celou tiskovou kampaň (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU TISKOVOU KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),
 - ceny celkem za celou online kampaň (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU ONLINE KAMPAŇ (CZK bez DPH)“),
 - a ceny celkem za celou rozhlasovou kampaň (v Mediálním plánu jako „CENA CELKEM ZA CELOU ROZHLASOVOU KAMPAŇ (CZK bez DPH)“).

Maximální cenu za zajištění kampaně vyplní Uchazeč do návrhu smlouvy (Příloha č. 4 ZD)

9 Podmínky a požadavky na zpracování a členění nabídky

- 9.1 Dodavatel může podat pouze jednu nabídku. Dodavatel, který podal nabídku v zadávacím řízení, nesmí být současně subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci. Pokud dodavatel podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími dodavateli, nebo je subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci, zadavatel všechny nabídky podané takovým dodavatelem vyřadí. Dodavatele, jehož nabídka byla vyřazena, zadavatel bezodkladně vyloučí z účasti v zadávacím řízení. Vyloučení uchazeče včetně důvodu zadavatel bezodkladně písemně oznámí uchazeči.

9.2 Požadavky na zpracování nabídky

- Nabídka bude zpracována v českém jazyce a předložena v listinné podobě.
- Nabídka nesmí obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.
- Nabídka bude předložena v jednom originále a v jedné kopii. Originál nabídky bude na titulní straně označen jako „Originál“, kopie nabídky bude na titulní straně označena jako „Kopie“. V případě rozporu mezi jednotlivými výtisky nabídky se považuje za rozhodný text originálního vyhotovení nabídky.
- Nabídka bude podána v řádně uzavřené obálce označené názvem VZ, s uvedením adresy, na niž je možné zaslat oznámení podle § 71 odst. 5 ZVZ.
- Nabídka bude obsahovat vyplněný Krycí list nabídky (Příloha č. 1 ZD).

- Nabídka bude obsahovat návrh smlouvy (Příloha č. 4 ZD), podepsaný dodavatelem, resp. osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče.
- V případě podpisu nabídky osobou pověřenou k tomuto úkonu, doloží uchazeč v nabídce příslušnou úředně ověřenou plnou moc, či jiný platný úředně ověřený pověřovací dokument.
- Nabídka bude obsahovat veškeré doklady a čestná prohlášení, jimiž dodavatel prokazuje splnění kvalifikace.
- Nabídka bude obsahovat dokumenty ve smyslu ustanovení § 68 ZVZ.
- Nabídka bude obsahovat vyplněný Mediální plán, uvedený (Příloha č. 5 ZD).
- Nabídka bude obsahovat seznam statutárních orgánů nebo členů statutárních orgánů, kteří v posledních 3 letech od konce lhůty pro podání nabídek byli v pracovněprávním, funkčním či obdobném poměru u zadavatele (Příloha č. 3 ZD).
- Nabídka bude obsahovat, má-li dodavatel formu akciové společnosti, seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek (Příloha č. 3 ZD).
- Nabídka bude obsahovat prohlášení uchazeče o tom, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů, v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou (Příloha č. 3 ZD).
- Veškeré doklady musí být dobře čitelné.
- Nabídka musí obsahovat ostatní doklady a prohlášení vztahující se k předmětu plnění VZ.
- Originální vyhotovení nabídky bude obsahovat CD/DVD nosič s elektronickou verzí návrhu smlouvy *doc a Mediálního plánu ve formátu *xls .
- Veškeré doklady či prohlášení, u nichž je vyžadován podpis dodavatele, musí být podepsány osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče.

9.3 Zadavatel doporučuje uchazečům, aby:

- své nabídky zabezpečili proti poškození a manipulaci s jednotlivými listy,
- všechny listy nabídky byly navzájem pevně spojeny či sešity tak, aby byly dostatečně zabezpečeny před jejich vyjmutím z nabídky, tj. aby veškeré části nabídky po svázání tvořily jeden celek,
- všechny listy nabídky byly řádně očíslovány vzestupnou kontinuální řadou, počínaje číslem 1. Vkládá-li dodavatel přílohu či některý samostatný celek, který má již listy očíslovány, není nutné, aby tyto listy čísloval znovu průběžnou číselnou řadou (to platí pouze tehdy, je-li číslování listů samostatného celku zřetelně odlišeno od číslování ostatních listů nabídky).

9.4 Zadavatel doporučuje uchazečům strukturovat nabídku následujícím způsobem:

1. krycí list nabídky (Příloha č. 1 ZD),
2. obsah nabídky,
3. plná moc, resp. pověření v originále nebo v úředně ověřené kopii, pokud jedná jménem
či za uchazeče zmocněnec na základě plné moci resp. pověření,
4. návrh smlouvy (Příloha č. 4 ZD), podepsaný dodavatelem, resp. osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče,

5. veškeré doklady a čestná prohlášení, jimiž dodavatel prokazuje splnění kvalifikace,
6. čestné prohlášení dle § 68 odst. 3 písm. a), b) a c) ZVZ (Příloha č. 3 ZD),
7. vyplněný Mediální plán (Příloha č. 5 ZD),
8. ostatní doklady a prohlášení vztahující se k předmětu plnění VZ,
9. CD/DVD nosič s elektronickou verzí návrhu smlouvy*doc a Mediálního plánu ve formátu*xls.

10 Lhůta, místo a způsob podání nabídek

- 10.1 Nabídku lze podat osobně do podatelny sídla zadavatele Česká republika – Generální finanční ředitelství, Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1, v pracovních dnech Po - Čt od 8:00 hod. do 15:00 hod., v Pá do 14:00 hod. (v poslední den lhůty pro podání nabídek do 10:00 hod.) nebo zasláním prostřednictvím poskytovatele poštovní služby nebo kurýrní služby na adresu zadavatele tak, aby byla doručena do skončení lhůty pro podání nabídek. V případě doručení poštou je za okamžik předání považováno převzetí zásilky adresátem.
- 10.2 Nabídku, která bude podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek, komise neotevře. Zadavatel si takovou nabídku ponechá a uchazeče vyrozumí o tom, že nabídka byla podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek.
- 10.3 Nabídku doručte nejpozději **do 30. 3. 2016 do 10:00 hod.**
- 10.4 Nabídka musí být podaná v řádně uzavřené obálce, označené nápisem

**Veřejná zakázka
„Elektronická evidence tržeb - nákup mediálního prostoru“
NABÍDKA NEOTEVÍRAT!**

- 10.5 Nabídka bude vložena do obálky, kterou uchazeč zabezpečí proti neoprávněnému otevření. Obálky musí být opatřené na přelepu podpisem osoby oprávněné jednat jménem či za uchazeče, razítkem uchazeče a adresou, na kterou je možné oznámit uchazeči nepřijetí nabídky z důvodu jejího podání po uplynutí lhůty pro podání nabídek.

11 Otevírání obálek s nabídkami

- 11.1 Otevírání obálek proběhne dne 30. 3. 2016 od 10:00 hodin v sídle zadavatele na adrese: Česká republika – Generální finanční ředitelství, Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1.
- 11.2 Otevírání obálek s nabídkami se má právo zúčastnit vždy jeden zástupce uchazeče, jehož nabídka byla podána ve lhůtě pro podání nabídek. Při otevírání obálek s nabídkami se tyto uchazeči prokáží plnou mocí vystavenou osobou oprávněnou za uchazeče jednat.

12 Poskytování dodatečných informací k zadávacím podmínkám

- 12.1 Dodavatelé mohou požadovat po zadavateli dodatečné informace k zadávacím podmínkám **pouze písemně**, a to na adrese: Česká republika – Generální finanční ředitelství, Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1, **elektronicky e-mailem** na adresy: Andrea.Karikova@fs.mfcr.cz a současně Nikola.Hozakova@fs.mfcr.cz či **odesláním do datové schránky** ID p9iwj4f. Žádost o dodatečné informace musí být doručena zadavateli v souladu § 49 ZVZ.
- 12.2 Písemná nebo elektronická žádost musí být zadavateli doručena ve smyslu § 49 odst. 1 ZVZ nejpozději 6 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek. Požadované informace k zadávacím podmínkám zadavatel odešle do 4 pracovních dnů ode dne doručení žádosti.
- 12.3 Tyto dodatečné informace, včetně přesného znění žádosti, poskytne zadavatel i všem ostatním dodavatelům, kteří si vyžádali ZD. Zadavatel současně zveřejní dodatečné informace, včetně přesného znění žádosti na místech, kde je zveřejněna zadávací dokumentace k VZ, tedy na profilu zadavatele https://mfcr.ezak.cz/profile_display_49.html.
- 12.4 V rámci dodržení principu rovného zacházení se všemi uchazeči nemohou být dodatečné informace poskytovány telefonicky.
- 12.5 Zadavatel může poskytnout uchazečům dodatečné informace k zadávacím podmínkám i bez předchozí žádosti.

13 Hodnotící kritéria a způsob hodnocení nabídek

- 13.1 Základním hodnotícím kritériem pro zadání VZ je ve smyslu § 78 odst. 1 písm. b) ZVZ **nejnižší nabídková cena**.
- 13.2 Pro hodnocení nabídek je rozhodující **nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH**.
- 13.3 Zadavatel seřadí nabídky podle nabídkové ceny, a to vzestupně od nejnižší k nejvyšší nabídkové ceně. Nejlépe bude hodnocena nabídka s nejnižší nabídkovou cenou.
- 13.4 Hodnoceny budou nabídky, které splní všechny zákonné požadavky a podmínky a zároveň splní požadavky zadavatele uvedené v zadávacích podmínkách.
- 13.5 Hodnocení provede hodnotící komise jmenovaná zadavatelem v souladu s § 79 odst. 4 ZVZ. Postup posouzení a hodnocení hodnotící komise prokazatelně odůvodní ve Zprávě o posouzení a hodnocení nabídek.
- 13.6 Zadavatel stanoví, že v případě rozporu nabídkové ceny na Krycím listu nabídky (Příloha č. 1 ZD) a nabídkové ceny v Mediálním plánu (Příloha č. 5 ZD), platí cena uvedená na Krycím listu nabídky.

13.7 V případě rovnosti výsledků hodnocení nabídek přistoupí zadavatel k losování za účasti zástupců uchazečů, kteří budou vyzváni k účasti při losování. Pozvánku k účasti na losování obdrží vybraní uchazeči e-mailem tři dny před dnem losování. Nepřítomnost uchazeče na losování není důvodem k jeho zrušení či nekonání. Los určí pořadí nabídek na prvních třech místech, jejichž hodnocení bylo shodné a bez určení pořadí. Při shodě nabídek umístěných v pořadí, kde nebude připadat v úvahu podpis smlouvy, se los nepoužije. Přítomní uchazeči provedou kontrolu vložených identifikačních údajů do obálek. Předseda hodnotící komise, resp. místopředseda vylosuje pořadí 1 až 3.

14 Další podmínky a práva zadavatele

14.1 Zadavatel nepřipouští variantní řešení nabídky.

14.2 Zadavatel nepožaduje poskytnutí jistoty.

14.3 Zadavatel si vyhrazuje právo nevracet uchazečům podané nabídky.

14.4 Uchazečům nenáleží náhrada nákladů, které uchazeč vynaloží na účast v zadávacím řízení na této VZ, včetně nákladů souvisejících s vyhotovením nabídky.

14.5 V souladu s ustanovením § 147a odst. 5 ZVZ obsahuje závazný návrh smlouvy ustanovení, kterým se dodavatel zavazuje předložit v zákonem stanovených lhůtách seznam subdodavatelů, jimž za plnění subdodávky k předmětné VZ uhradil více než 10 % z ceny této VZ.

14.6 Má-li subdodavatel formu akciové společnosti, je přílohou seznamu i seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě 90 dnů před dnem předložení seznamu subdodavatelů.

14.7 Ve smyslu § 147a ZVZ je zadavatel povinen uveřejnit na profilu zadavatele v zákonem stanovených lhůtách úplné znění uzavřené smlouvy, včetně jejich případných změn a dodatků, dále výši skutečně uhrazené ceny za plnění VZ a seznam subdodavatelů, jimž dodavatel za plnění subdodávky k předmětné VZ uhradil více než 10 % z ceny této VZ.

14.8 Zadavatel si vyhrazuje právo zrušit zadávací řízení v souladu s § 84 ZVZ.

14.9 V případech, kdy zadavatel v rámci prokázání kvalifikace požaduje předložení prohlášení dodavatele, musí toto prohlášení obsahovat zadavatelem požadované údaje a musí být podepsáno osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče.

14.10 Pokud za dodavatele jedná zmocněnec na základě plné moci, musí být v nabídce předložena plná moc v originále nebo v úředně ověřené kopii.

14.11 Zadavatel si vyhrazuje právo před podepsáním smlouvy ověřit informace a údaje deklarované vítězným uchazečem v nabídce.

14.12 Práva a povinnosti v této ZD výslovně neupravené se řídí ZVZ a zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

15 Zadávací lhůta

Zadávací lhůta je lhůta, po kterou jsou uchazeči svými nabídkami vázáni, začíná běžet okamžikem skončení lhůty pro podání nabídek a končí dnem doručení oznámení zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky. Uchazeč je svou nabídkou vázán po dobu 120 dnů.

16 Poskytování zadávací dokumentace

Zadávací dokumentace k VZ včetně všech jejích příloh je uveřejněna na profilu zadavatele https://mfc.ezak.cz/profile_display_49.html.

17 Seznam příloh k ZD

Příloha č. 1 – Krycí list nabídky

Příloha č. 2 – Čestné prohlášení uchazeče ve smyslu § 50 odst. 1 písm. c) ZVZ

Příloha č. 3 – Čestné prohlášení § 68 odst. 3 písm. a), b), c) ZVZ

Příloha č.4 – Návrh Smlouvy o zajištění informační kampaně projektu Elektronická evidence tržeb

Příloha č. 5 – Mediální plán

.....
Ing. Jan Ronovský
ředitel Sekce řízení úřadu