

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

pro podlimitní veřejnou zakázku zadávanou ve zjednodušeném podlimitním zadávacím řízení podle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, v platném znění (dále jen „zákon“)

veřejná zakázka s názvem:

Propagace Centra zelených vědomostí (CZV) projekt CZ.1.11/2.2.00/38.01600

Zadavatel:

EDEN CENTRE, s.r.o.

Příční 405/, 59301 Bystřice nad Pernštejnem

IČ: 29366313

OBECNÉ ÚDAJE O ZAKÁZCE

1. OBECNÉ POKYNY

- 1.1. Zadavatel zadává veřejnou zakázku ve zjednodušeném podlimitním řízení, které se řídí zákonem č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, v platném znění (dále jen „zákon“), souvisejícími předpisy a Metodickými pokyny ROP Jihovýchod v aktuálním znění. **Zakázka je rozdělena na části.** Uchazeč může podat nabídku ke všem částem nebo i jen k některým.
- 1.2. Zadavatel upozorňuje uchazeče, že zadávací podmínky jsou souhrnem požadavků zadavatele, nikoliv však souhrnem veškerých požadavků vyplývajících z obecně závazných předpisů a dalších norem, které se vztahují k předmětu veřejné zakázky a jeho realizaci, kterými se uchazeč při zpracování nabídky musí rovněž řídit.
- 1.3. Uchazeč je povinen prostudovat si veškeré pokyny a podmínky stanovené zadavatelem za účelem vyjasnění případných nesrovnalostí či sporných ustanovení ještě před podáním své nabídky.
- 1.4. Podáním nabídky přijímá uchazeč plně a bez výhrad veškeré podmínky a povinnosti uvedené v této zadávací dokumentaci včetně příloh.
- 1.5. Zadavatel nepřipouští varianty nabídek.

2. ÚDAJE O VEŘEJNÉ ZAKÁZCE

- 2.1. Název přidělený veřejné zakázce zadavatelem: „Propagace Centra zelených vědomostí“, dále také „CZV“ nebo „Centrum Eden“.

3. PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

- 3.1. Předpokládaná celková hodnota veřejné zakázky činí 3.398.600,- Kč bez DPH.
- 3.2. Předpokládaná hodnota části zakázky:
 - a) Část 1: 2 153 000,- Kč
 - b) Část 2: 971 600,- Kč
 - c) Část 3: 250 000,- Kč
 - d) Část 4: 24 000,- Kč
- 3.3. Předpokládaná hodnota každé jednotlivé části je nepřekročitelná. Pokud uchazeč nabídne cenu vyšší než je předpokládaná hodnota, bude vyloučen. Důvodem jsou finanční zdroje zadavatele omezené částkou přidělenou v dotaci.

4. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE ZADAVATELE A KONTAKTNÍ SPOJENÍ

Identifikační údaje zadavatele

Název zadavatele:	EDEN CENTRE, s.r.o.
Sídlo:	Příční 405, 59301 Bystřice nad Pernštejnem
Zastoupený:	Michal Burian, ředitel
IČ / DIČ:	29366313/CZ29366313

Profil zadavatele: <https://pro-za.cz/contracts/972500>

Identifikační údaje osoby, zastupující zadavatele v řízení dle § 151 zákona (osoba zastupující zadavatele)

Název: Ratifico s. r. o.
Sídlo: Nad Rokoskou 2361/2a, Praha 8, 182 00
IČ / DIČ: 24772976 / CZ24772976
ID datové schránky: 8yxwfzd
Jednající: Mgr. Martinem Kučným, jednatelem
**Kontaktní údaje: Vojtěch Příhoda / prihoda@ratifico.cz
+420 222 765 158
Bachmačské náměstí 326/3, 160 00 Praha 6 - Dejvice**

Zadavatel žádá uchazeče, aby pro veškerou komunikaci a doručování používali výhradně tučně zvýrazněné kontaktní údaje zástupce zadavatele.

5. KLASIFIKACE PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY (CPV)

79340000-9 Reklamní a marketingové služby
79341400-0 Reklamní kampaně
92111200-4 Výroba reklamních, propagačních a informačních filmů a videa
39294100-0 Informační a propagační výrobky
22000000-0 Tiskařské výrobky a související produkty

6. PŘEDMĚT VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

6.1. Předmět projektu – příprava a realizace propagačních aktivit vedoucích k cílové návštěvnosti CZV nejméně 50 000 osob/rok.

6.2. Předmět zakázky – části:

1. Kreativní dodávka
2. Výroba tiskovin a reklamních předmětů
3. Multijazyčný web a virtuální prohlídka
4. Maskoti

6.3. Podrobnosti budou stanoveny v oddílech pro jednotlivé části.

7. DOBA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

7.1. Doba plnění veřejné zakázky je stanovena takto:

a) Část 1

- Zahájení plnění 15.8. 2014
- dodávka grafických podkladů (výrobních dat) do 30.8. 2014
- dodávka celoplošných videí a rozhlasových spotů do 31.12. 2014
- dodávka celoplošné virální, rozhlasové, televizní a webové (bannerové a kontextové) kampaně od 5.1. 2015 do 31.7. 2015 dle závazného detailního harmonogramu stanoveného

v dokumentu Marketingová a komunikační strategie (dodá zadavatel)

- dodávka spotů a kampaní ke kulturním akcím dle časování jednotlivých akcí, tj. Slavnosti brambor 2014 do 19.9. 2014, Slavnosti moravského uzeného do 27.2. 2015, Slavnosti jara (slavnostní otevření CZV - centra Eden po přestavbě) do 13.3. 2015
- ukončení Části 1 veřejné zakázky do 31.7. 2015

b) Část 2

- Zahájení plnění 15.8. 2014
- dodávka tiskovin ke kulturním akcím podle časování akcí, tj. Slavnosti brambor 2014 do 12.9. 2014, Slavnosti moravského uzeného do 20.2. 2015, Slavnosti jara (slavnostní otevření CZV - centra Eden po přestavbě) do 13.3. 2015
- dodávka reklamních předmětů do 13.3. 2015
- dodávka reklamních bannerů do 13.3. 2015
- dodávka billboardů do 13.3. 2015
- ukončení Části 2 veřejné zakázky do 13.3. 2015

c) Část 3

- Zahájení plnění 15.8. 2014
- uvedení do ostrého provozu do 13.3. 2015 s možným doplněním virtuální prohlídky o venkovní záběry CZV do 8.5. 2015 (důvodem je poskytnout dodavateli jistotu vhodného počasí na výrobu profesionálních záběrů exteriéru)
- ukončení Části 3 veřejné zakázky do 13.3. 2015

d) Část 4

- Zahájení plnění 15.8. 2014
- dodávka maskota Brambora do 20.9. 2014
- dodávka maskota List do 31.12. 2014
- ukončení Části 4 veřejné zakázky do 31.12. 2014.

7.2. Pokud v důsledku okolností, které nemůže ovlivnit ani zadavatel, ani dodavatel jako např. prodloužení zadávacího řízení z důvodu podaných námitek nebo řízení před ÚOHS apod. (dále jen „překážka“) dojde k situaci, že předpokládaný termín zahájení plnění veřejné zakázky nebude možné dodržet, posunuje se termín plnění o dobu, po kterou trvá překážka. Za těchto podmínek lze jednotlivé termíny písemnými dodatky ke smlouvě podepsanými oběma stranami měnit.

8. MÍSTO PLNĚNÍ

8.1. Místem plnění je Česká republika.

9. FINANCOVÁNÍ

- 9.1. Projekt je spolufinancován z prostředků operačního programu: ROP NUTS II Jihovýchod v režimu de minimis.

ČÁST 1. KREATIVNÍ DODÁVKA

10. PŘEDMĚT ČÁSTI VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

- 10.1. Cílem kreativní dodávky je sloučit do jednoho balíku kreativní činnosti, které určí dlouhodobou marketingovou „tvář“ CZV – centra Eden, vytvoří jeho atraktivní vizuální a mediální stopu. Kreativní činnosti musí reflektovat aktuální způsoby komunikace se zákazníky, současné estetické modely a výtvarné trendy, musí přinášet inovativní prvky zejména ve vztahu k novým médiím, musí umět komunikovat s domácím i zahraničním publikem. Hodnocení této části bude založeno jak na ceně, tak na nekvantifikovatelných kritériích.
- 10.2. Obsahové podklady, tj. nutné informace pro kreativní činnosti, dodá zadavatel při zahájení činností dodavatele. Tyto informace budou dodány ve formě anotací. Podrobné texty, přesné formulace, výběr fotografií apod. navrhne dodavatel a jsou součástí zakázky.
- 10.3. Grafické podklady – dodávka výrobních dat pro tištěnou i elektronickou reklamu v podobě kompozitních pdf dat v příslušném rozlišení podle účelu včetně 20 zdrojových fotografií v příslušném rozlišení a profesionální kvalitě (zadavatel si vyhrazuje právo konečného výběru použitých fotografií) včetně autorských práv. Jde o výrobu následujících grafických podkladů:

grafika pro videoklipy, 2 verze
malý propagační leták, A6, oboustranný
průvodce centrem, leták A4, oboustranný
billboard, 1 verze, rozměr min. 510 x 240 cm
bannery pro el. reklamu, 10 ks
velký leták oboustranný, s perforací, A4, 3 druhy pro 3 akce
minikuchačka, A4, jeden sklad (výsl. formát A5), 3 druhy pro 3 akce
plakáty, A2, 3 druhy pro 3 akce
minipozvánka, A6, oboustranná, 3 druhy pro 3 akce
grafické podklady pro web
navigační bannery velkoplošné 8 ks, min. 1 x 3 m, max. 4 x 2 m
grafické podklady pro polep auta
grafické podklady pro drobnou merkantilní reklamu

Grafické podklady budou vycházet ze závazného grafického manuálu zpracovávaného v rámci výstavby centra Eden (dodá zadavatel);

- 10.4. Celoplošné propagační videoklipy – dvě verze (cca 30 sekund, cca 3 minuty) s využitím v elektronických médiích (nižší rozlišení, primárně virální distribuce) a v televizi (HD rozlišení, distribuce primárně prostřednictvím TV vysílání); obsahuje scénář, výrobu, překlady a

titulkování; videoklipy budou určeny pro individuální návštěvníky vč. rodin s dětmi; z klipů budou v rámci jedné zakázky vygenerovány reklamní bannery (například animované gify) pro použití v internetových bannerových kampaních (nejméně 10 ks); videoklipy budou provedeny v české verzi s multijazyčným titulkováním (jazykové verze EN, DE, FR, RUS, IT, ES); příkladem takového videoklipu je např. http://www.youtube.com/watch?v=59OP99_B4Sc; uchazeč navrhne v rámci nabídky podobu delšího klipu (hraná scénka, animace, jiné řešení) a rozsah TV prezentace (stanice, čas, opakování), a to v písemné podobě scénáře či slovního popisu; zadavatel si vyhrazuje právo na úpravu vysílacího schématu, pokud se při realizaci kampaně prokáže, že existují časy a stanice vhodnější;

- 10.5. Celkový orientační finanční rámec pro videoklipy činí 240 000 Kč bez DPH, orientační rámec pro nákup reklamního prostoru v televizi je celkem 540 000 Kč bez DPH (tento rámec není závazný).
- 10.6. Propagační videa (videorecepty) – 3 verze pro tři kulturní akce (Slavnosti brambor, Slavnosti moravského uzeného, Slavnosti jara); obsahuje scénář, výrobu, překlady a titulkování; primární využití je v elektronických médiích, není požadováno HD rozlišení; jazykové verze CZ, EN, DE, FR, RUS, IT, ES; videorecepty využijí známé kuchařské osobnosti, které uvaří vybrané speciality z Vysočiny, založené na příslušných surovinách (brambory, uzené, jarní produkty); součástí videoreceptů bude i rozpis surovin; délka videoreceptů bude 2 – 3 minuty; příkladem takového videoreceptu je http://www.youtube.com/watch?v=IFbqYhiM_DO; orientační finanční rámec je stanoven na 75 000 Kč bez DPH pro všechny videorecepty (tento rámec není závazný).
- 10.7. Distribuci videoklipů a videoreceptů provede vybraný dodavatel pomocí virálních kampaní na sociálních sítích v závislosti na požadovaném účelu (celkem 3 virální kampaně pro 3 kulturní akce a 1 celoplošná kampaň); orientační finanční rámec pro tyto kampaně činí celkem 50 000 Kč bez DPH; uchazeč navrhne v rámci nabídky základní schéma navrhovaných kampaní.
- 10.8. Celoplošný propagační rozhlasový spot – jedna verze s možností adaptací v čase, délka do 10 - 30 sekund; primární využití při kampani v celoplošných rádiích před otevřením centra a v průběhu letní sezóny v roce 2015; pouze v češtině; uchazeč navrhne podobu spotu (například hraná scénka nebo i jiné řešení), vytvoří k ní v rámci výběrového řízení literární scénář, navrhne rozsah kampaně (počet opakování) a celoplošné rozhlasové stanice; orientační finanční rámec pro tuto součást činí 300 000 Kč bez DPH (tento rámec není závazný).
- 10.9. Rozhlasové spoty kulturních akcí – 3 verze pro tři kulturní akce (Slavnosti brambor, Slavnosti moravského uzeného, Slavnosti jara); tyto spoty budou provedeny pouze v české verzi; budou nasazeny primárně v regionálních rádiích kraje Vysočina, Pardubického a Jihomoravského; uchazeč navrhne podobu jednoho spotu (hraná scénka, image spot, produktový spot), vytvoří k ní v rámci výběrového řízení literární scénář, navrhne rozsah kampaně (počet opakování) a regionální rozhlasové stanice; orientační finanční rámec pro každou kulturní akci činí 25 000 Kč bez DPH, celkem 75 000 Kč, (tento rámec není závazný).

- 10.10. PR články – PR články jsou určeny pro propagaci centra Eden, resp. výše uvedených kulturních akcí nenásilnou placenou formou článků v tištěných a elektronických médiích; uchazeč v rámci nabídky předloží návrh jednoho PR článku pro celoplošnou propagaci (cílovou skupinou jsou individuální návštěvníci a rodiny s dětmi) a navrhne vhodná média pro realizaci tohoto jednoho modelového článku; uchazeč předloží nabídku, kde kvantifikuje počet nabízených PR pro dané cílové skupiny (uvedeny výše v závorce); orientační finanční rámec činí pro celoplošné akce 100 000 Kč bez DPH a pro tři kulturní akce celkem 60 000 Kč bez DPH (tento rámec není závazný).
- 10.11. Bannerová reklama – bude probíhat po dobu 6 měsíců od 2.1. 2015 do 31.7. 2015; orientační finanční rámec kampaně je 150 000 Kč bez DPH; uchazeč předloží návrh plošné kampaně pro česky a anglicky hovořící v daném finančním rozsahu a kvantifikuje nabízený počet zobrazení, použité portály a stanoví velikost použitých bannerů dle obvyklých zvyklostí, např. full banner, skyscraper, square button atd.; cílovou skupinou kampaní jsou cílové skupiny dle eCBA (příloha č. 3); při realizaci bude požadována zpětná vazba, nepochybně dokládající rozsah provedené kampaně;
- 10.12. Kontextová reklama – bude probíhat po dobu 6 měsíců od 2.1. 2015 do 31.7. 2015; orientační finanční rámec kampaně je 90 000 Kč bez DPH; uchazeč předloží návrh kontextové kampaně minimálně na dvou webových vyhledávačích a na dvou sociálních sítích, pro česky a anglicky hovořící v daném finančním rozsahu; součástí nabídky bude návrh 5 klíčových slov a 3 slovních frází spolu s cenou za proklik, tj. CPC, přičemž zadavatel si vyhrazuje právo na jejich změnu, pokud se při realizaci kampaně prokáže, že existují slova a fráze vhodnější (klíčová slova nejsou hodnotícím kritériem); cílovou skupinou kampaní jsou cílové skupiny dle eCBA; při realizaci bude požadována zpětná vazba, nepochybně dokládající rozsah provedené kampaně (zadavatel požaduje přístup na online počítačidla, jako doklad nestačí screen obrazovky);

11. POŽADAVKY ZADAVATELE NA KVALIFIKACI

- 11.1. Předpokladem posouzení a hodnocení nabídky uchazeče ve zjednodušeném podlimitním řízení je prokázání splnění kvalifikace. Uchazeč předloží čestné prohlášení (viz Příloha č.4) o splnění kvalifikačních předpokladů. Tímto není dotčena povinnost uchazeče prokázat splnění kvalifikace předložením dokumentů, které po uchazeči požaduje zadavatel a zákon, a to před podpisem smlouvy. Do nabídky dokládá uchazeč POUZE čestné prohlášení.
- 11.2. Čestná prohlášení budou podepsána osobou oprávněnou jednat jménem nebo za uchazeče. V případě podpisu zástupcem bude plná moc či jiný pověřovací dokument opravňující k zastupování uchazeče s uvedením rozsahu jeho oprávnění přiložen k nabídce.
- 11.3. Kvalifikovaným pro plnění této veřejné zakázky je dodavatel, který:
- a) splní základní kvalifikační předpoklady,
 - b) splní profesní kvalifikační předpoklady,
 - c) splní technické kvalifikační předpoklady.
 - d) prohlásí, že je ekonomicky způsobilý zakázku splnit (§50 odst 1 písm. c) zákona)

12. ZÁKLADNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

12.1. Uchazeč je povinen splnit základní kvalifikační předpoklady dle § 53 odst. 1 zákona. V nabídce je prokazuje předložením čestného prohlášení dle vzoru (viz Příloha č. 4).

12.2. Základní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů (§53 odst. 3 zákona) předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

13. PROFESNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

13.1. Splnění profesních kvalifikačních předpokladů uchazeče provede dle ustanovení § 54 zákona a doloží následující dokumenty:

- a) Výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán,
- b) doklady o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu, který doloží oprávnění uchazeče zrealizovat předmět veřejné zakázky, zejména výpis ze živnostenského rejstříku.

13.2. Profesní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

14. TECHNICKÉ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

14.1. Splnění technických kvalifikačních předpokladů uchazeč prokáže dle ustanovení § 56 zákona v níže uvedeném rozsahu:

Uchazeč předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech. Přílohou tohoto seznamu musí být osvědčení objednatelů o plnění min. 3 zakázek na marketingové činnosti v minimálním rozsahu 500 000,- Kč bez DPH za každou, z nichž:

- alespoň jedna obsahuje činnosti související s marketingem v cestovním ruchu
- alespoň jedna obsahuje tvorbu textových a grafických podkladů pro vznik marketingových výstupů (obsahu pro internetové nebo tištěné prezentace) v oblasti cestovního ruchu

Dále uchazeč předloží seznam členů realizačního týmu se zkráceným strukturovaným profesním životopisem s následujícími minimálními podmínkami:

- tým musí mít min. 4 členy tohoto složení:
- VŠ vzdělání alespoň 2 členů realizačního týmu, a to v oblasti cestovního ruchu, mediální komunikace, marketingu, publicistiky nebo obdobné
- praxe v oblasti marketingu a zároveň cestovního ruchu min. 5 let (1 osoba)
- praxe v oblasti marketingu a zároveň cestovního ruchu min. 3 roky (1 osoba)
- praxe v oblasti audiovizuální tvorby min. 3 roky (1 osoba)
- praxe v oblasti grafických prací min. 3 roky (1 osoba)

14.2. Technické kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč

bez vyzvání před podpisem smlouvy.

15. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ

15.1. Zámce je povinen stanovit nabídkovou cenu v členění **dle tabulky uvedené v bodě 16 zadávací dokumentace.**

15.2. Hodnotící kritéria

- a) Zadavatel stanovil v souladu s ustanovením § 78 odst. 1 písm. a) zákona základní hodnotící kritérium, kterým je ekonomická výhodnost nabídky.
- b) Pro hodnotící kritérium ekonomické výhodnosti nabídky stanovil zadavatel tato dílčí hodnotící kritéria a jejich váhy:

Cena	55%
Kvalita nabízených materiálů	45%

- c) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 1 – Cena bude hodnocena celková nabídková cena za předmět plnění v Kč bez DPH.
- d) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 2 – Kvalita uchazeč doloží popis své marketingové představy min. na tři max. deset stran A4. Materiál musí reflektovat aktuální způsoby komunikace se zákazníky, současné estetické modely a výtvarné trendy, musí přinášet inovativní prvky zejména ve vztahu k novým médiím, a zohledňovat komunikaci s domácím i zahraničním publikem. Dále bude obsahovat popisy všech požadovaných plnění v členění dle bodů 10.3-10.11 zadávací dokumentace
- e) dále doloží ukázkou zamýšlených kampaní nebo produktů - bude hodnocena umělecká kvalita, grafické zpracování, nápaditost, inovativnost a struktura kampaně. Lze doložit např. videoklipy, propagačními materiály, grafickými manuály apod.

15.3. Nečíselné kritérium bude hodnoceno na základě bodové stupnice od 1 do 100 na základě následující stupnice:

0-24 bodů = velmi neuspokojivé – nabídka neodpovídá požadavkům na řešení uvedeným v zadávací dokumentaci (zejm. 10 a 15.2.d.)

25-49 bodů = neuspokojivé – nabídka má vážné nedostatky ve zpracování nabízeného řešení

50-74 bodů = uspokojivé – nabídka obsahuje méně závažné nedostatky ve zpracování nabízeného řešení

75-99 bodů = velmi dobré - nabídka, jejíž kvalita řešení splnila věcné požadavky zadávací dokumentace

100 bodů = vynikající - nabídka, jejíž kvalita řešení splnila věcné požadavky zadávací dokumentace a obsahuje výrazný obohacující prvek. Pouze nejvhodnější nabídce bude přiřazena hodnota 100 bodů. Body přiděluje komise jako celek.

Hodnocení nabídek bude provedeno v souladu s § 79 zákona.

Pro hodnocení nabídkové ceny (číselného kritéria) bude použit následující vzorec:

nejvýhodnější nabídka (cena)

(100 x -----) x váha vyjádřená v procentu
cena hodnocené nabídky

15.4. Hodnotící komise seřadí nabídky od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takovou bodovou hodnotu, která vyjadřuje dle jejího názoru míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce.

15.5. Výsledné (tj. celkové) bodové skóre nabídky se počítá následujícím způsobem:

Výsledné bodové skóre nabídky = $k_1 \cdot v_1 + k_2 \cdot v_2$

kde:

„ k “ je bodová hodnota (počet bodů) dosažené u příslušného dílčího kritéria

„ v “ je váha příslušného kritéria

15.6. Na základě toho bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty.

16. POŽADAVKY NA JEDNOTNÝ ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

16.1. Předpokládaná hodnota každé jednotlivé části je nepřekročitelná. Pokud uchazeč nabídne cenu vyšší než je předpokládaná hodnota, bude vyloučen.

16.2. Uchazeč vyplní všechna nepodbarvená okénka tabulky, kterou vloží ihned za krycí list nabídky.

popis	celkem bez DPH	DPH	celkem vč. DPH
grafické podklady (výrobní data)			
Celoplošné propagační videoklipy			
Propagační videa (videorecepty)			
Celoplošný propagační rozhlasový spot			
Rozhlasové spoty kulturních akcí			
PR články			
Bannerová reklama			
Kontextová reklama			
CELKEM bez DPH			
DPH			
CELKEM vč. DPH			

ČÁST 2. VÝROBA TISKOVIN A REKLAMNÍCH PŘEDMĚTŮ

17. PŘEDMĚT ČÁSTI VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

17.1. Cílem výrobní části veřejné zakázky je spojit do jednoho balíku veškeré výrobní

činnosti. Výrobní postupy a jejich výsledky musí vykazovat nejlepší dostupné parametry kvalitativní a estetické. Výrobní podklady dodá dodavatel Části 1.

17.2. Předmětem je konkrétně tato výroba a služby:

- a) Malý leták A6 – celkový náklad 40 000 ks, určeno pro distribuci prostřednictvím výstav a veletrhů; plnobarevný oboustranný tisk, papír 135 g nebo více, matná křída, bez skladů a perforací, 2 jazykové varianty (CZ, EN).
- b) Průvodce centrem A4 – celkový náklad 200 000 ks, určeno pro distribuci přímo v centru Eden; oboustranný plnobarevný tisk, papír 135 g nebo více, ofset nebo matná křída, s perforací (trhací oddělitelný proužek), bez skladů, jazykové varianty (CZ, EN, DE, FR, RUS, IT, ES);
- c) Billboardy – celkem 4 ks, umístění na D1 na 2 měsíce (cca 15.6. – 15.8. 2015), rozměr min. 510 x 240 cm, polep papír s odpovídající trvanlivostí; umístění vpravo ve směru jízdy; cena obsahuje všechny náklady nutné k instalaci na danou dobu (výroba, doprava, instalace, pronájem plochy atd.).
- d) Reklamní předměty – požadujeme nejméně 10 000 ks reklamních předmětů, nejméně 8 druhů; závazné grafické podklady (logo fíkového listu, text) dodá zadavatel v podobě grafického manuálu; uchazeč navrhne sestavu reklamních předmětů v rámci celkového orientačního finančního objemu této dílčí části zakázky, který činí 200 000 Kč bez DPH; příkladem výběru takových reklamních předmětů mohou být např. přívěsky, tašky, apod.; zadavatel si vyhrazuje právo konečného výběru reklamních předmětů do výroby z dodané sestavy;
- e) Velký leták s perforací A4 – 3 varianty pro 3 kulturní akce á cca 4 000 ks, celkem 12 000 ks; oboustranný plnobarevný tisk, papír ofset nejméně 135 g, s perforací (oddělitelné reklamní proužky), pouze česká mutace.
- f) Minikuchařka A4 – celkem 15 000 ks, 3 varianty pro 3 kulturní akce á cca 5 000 ks, oboustranný plnobarevný tisk, papír matná křída min. 135 g, jeden sklad (výsledný formát A5), pouze česká mutace;
- g) Plakáty výroba – celkem 1800 ks, 3 varianty pro 3 kulturní akce á cca 600 ks; jedno grafické provedení pro jednu akci; dvě velikosti (A2/A3, přibližně 75/50), papír min. 135 g křída lesklá, plnobarevný tisk, pouze česká mutace;
- h) Plakáty výlep – celkem cca 1 200 ks A2, 3 kampaně pro 3 kulturní akce á cca 400 ks, dvě distribuce (2 týdny před akcí výlep 300 ks, týden před akcí přelep 100 ks), distribuce v krajských městech (Brno, Jihlava, Pardubice)
- i) Tištěné minipozvánky A6 – celkem 15 000 ks, 3 varianty pro 3 akce á cca 5 000 ks, plnobarevný oboustranný tisk, papír matná křída min. 135 g, pouze česká mutace.
- j) Navigační bannery a návěští (plachtové reklamní bannery) – celkem 8 ks, rozměr min. 3x1m (připouští se větší rozměr podle potřeby konkrétního umístění, maximálně však 4x2 m), tisk na textilií min. 510g/m², fotorealistický tisk, laminace UV protect; oka po 50 cm, okraje zahnuté a podlepené; požadována je garantovaná trvanlivost bannerů (materiál, barvy, konstrukce) na 5 let od doby dodání; v případě jakéhokoliv poškození je požadována bezplatná oprava/výměna po stejnou dobu vyjma poškození

způsobeného 3. osobou; cena obsahuje výrobu, instalaci, eventuální konstrukci a cenu za pronájem plochy na 5 let od doby dodání. Vytvářeny budou v nejbližším okolí (cca 20 km) a budou sloužit jako navigace či upoutávka do areálu.

18. POŽADAVKY ZADAVATELE NA KVALIFIKACI

- 18.1. Předpokladem posouzení a hodnocení nabídky uchazeče ve zjednodušeném podlimitním řízení je prokázání splnění kvalifikace. Uchazeč předloží čestné prohlášení (viz Příloha č.4) o splnění kvalifikačních předpokladů. Tímto není dotčena povinnost uchazeče prokázat splnění kvalifikace předložením dokumentů, které po uchazeči požaduje zadavatel a zákon, a to před podpisem smlouvy. Do nabídky dokládá uchazeč POUZE čestné prohlášení.
- 18.2. Čestná prohlášení budou podepsána osobou oprávněnou jednat jménem nebo za uchazeče. V případě podpisu zástupcem bude plná moc či jiný pověřovací dokument opravňující k zastupování uchazeče s uvedením rozsahu jeho oprávnění přiložen k nabídce.
- 18.3. Kvalifikovaným pro plnění této veřejné zakázky je dodavatel, který:
- a) splní základní kvalifikační předpoklady,
 - b) splní profesní kvalifikační předpoklady,
 - c) splní technické kvalifikační předpoklady.
 - d) prohlásí, že je ekonomicky způsobilý zakázku splnit (§50 odst 1 písm. c) zákona)

19. ZÁKLADNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

- 19.1. Uchazeč je povinen splnit základní kvalifikační předpoklady dle § 53 odst. 1 zákona. V nabídce je prokazuje předložením čestného prohlášení dle vzoru. (viz Příloha č. 4).
- 19.2. Základní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů (§53 odst. 3 zákona) předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

20. PROFESNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

- 20.1. Splnění profesních kvalifikačních předpokladů uchazeče provede dle ustanovení § 54 zákona a doloží následující dokumenty:
- a) Výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán,
 - b) doklady o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu, který doloží oprávnění uchazeče zrealizovat předmět veřejné zakázky, zejména výpis ze živnostenského rejstříku.
- 20.2. Profesní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

21. TECHNICKÉ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

- 21.1. Splnění technických kvalifikačních předpokladů uchazeč prokáže dle ustanovení § 56

zákona v níže uvedeném rozsahu.

- 21.2. Uchazeč předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech. Přílohou tohoto seznamu musí být osvědčení objednatelů o řádném splnění nejméně 3 zakázek. Z nich musí vyplývat, že uchazeč vytiskl řádně a odborně materiály formátu min. A6 v minimálním nákladu 100 000 ks za každou zakázku.
- 21.3. Technické kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

22. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ

- 22.1. Zájemce je povinen stanovit nabídkovou cenu v členění **dle tabulky uvedené v bodě 16 zadávací dokumentace.**

- 22.2. Hodnotící kritéria

- a) Zadavatel stanovil v souladu s ustanovením § 78 odst. 1 písm. a) zákona základní hodnotící kritérium, kterým je ekonomická výhodnost nabídky.
- b) Pro hodnotící kritérium ekonomické výhodnosti nabídky stanovil zadavatel tato dílčí hodnotící kritéria a jejich váhy:
 - c) Cena 60%
 - d) Originalita reklamních předmětů 40%
- e) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 1 bude hodnocena celková nabídková cena za předmět plnění v Kč bez DPH.
- f) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 2 bude hodnocena originalita, vhodnost (především v souvislosti s předmětem činnosti zadavatele) a technické a kvalitativní zpracování reklamních předmětů. Uchazeč předloží seznam s popisem jednotlivých předmětů s příp. Fotodokumentací v minimálním rozsahu 8 různých druhů.

- 22.3. Nečíselné kritérium bude hodnoceno na základě bodové stupnice od 1 do 100 na základě následující stupnice:

0-24 bodů = velmi neuspokojivé – nabídka neodpovídá požadavkům na řešení uvedeným v zadávací dokumentaci

25-49 bodů = neuspokojivé – nabídka má vážné nedostatky ve zpracování nabízeného řešení, nabízené reklamní předměty jsou zcela nevhodné

50-74 bodů = uspokojivé – nabídka obsahuje méně závažné nedostatky ve zpracování nabízeného řešení, nabízené reklamní předměty jsou neoriginální nebo nekvalitní

75-99 bodů = velmi dobré - nabídka, jejíž kvalita řešení splnila věcné požadavky zadávací dokumentace, nabízené reklamní předměty jsou průměrné

100 bodů = vynikající - nabídka, jejíž kvalita řešení splnila věcné požadavky zadávací dokumentace a obsahuje výrazný obohacující prvek. Pouze nejvhodnější nabídce bude přiřazena hodnota 100 bodů. Body přiděluje komise jako celek.

23. Hodnocení nabídek bude provedeno v souladu s § 79 zákona.

Pro hodnocení nabídkové ceny (číselného kritéria) bude použit následující vzorec:

nejvýhodnější nabídka (cena)

$(100 \times \text{-----}) \times \text{váha vyjádřená v procentu}$

cena hodnocené nabídky

23.1. Hodnotící komise seřadí nabídky od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takovou bodovou hodnotu, která vyjadřuje dle jejího názoru míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce.

Výsledné (tj. celkové) bodové skóre nabídky se počítá následujícím způsobem:

Výsledné bodové skóre nabídky = $k_1 \cdot v_1 + k_2 \cdot v_2$

kde:

„k“ je bodová hodnota (počet bodů) dosažené u příslušného dílčího kritéria

„v“ je váha příslušného kritéria

23.2. Na základě toho bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty.

24. POŽADAVKY NA JEDNOTNÝ ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

24.1. Předpokládaná hodnota každé jednotlivé části je nepřekročitelná. Pokud uchazeč nabídne cenu vyšší než je předpokládaná hodnota, bude vyloučen.

24.2. Uchazeč vyplní všechna nepodbarvená okénka tabulky, kterou vloží ihned za krycí list

popis	jednotka	jednotek	cena za jednotku	celkem bez DPH	DPH	celkem vč. DPH
malý leták A6 - výroba	ks	40 000				
průvodce centrem A4	ks	200 000				
billboardy - výroba a instalace	ks	4				
velký leták A4 s perforací - výroba	ks	12 000				
minikuchačka A5 - výroba	ks	15 000				
plakáty - výroba	ks	1 800				
plakáty - výlep	kampaň	3				
tištěné minipozvánky A6 - výroba	ks	15 000				
navigační bannery, návěští, směrovky, alternativně další reklamní nosiče (výroba včetně nezbytné konstrukce, instalace, pronájem ploch)	ks	8				
Reklamní předměty	ks	10 000				
CELKEM bez DPH						
DPH						
CELKEM vč. DPH						

nabídky.

ČÁST 3. MULTIJAZYČNÝ WEB A VIRTUÁLNÍ PROHLÍDKA

25. PŘEDMĚT ČÁSTI VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

25.1. Předmětem zakázky je dodávka systému a jeho servis po dobu nejméně 2 let od doby uvedení do provozu (viz dále). Předmětem zakázky není dodávka textů a obrázků pro web vyjma virtuální prohlídky (viz dále), tyto podklady zajistí dodavatel části 1. Technické řešení multijazyčného webu bude založeno na některé široce rozšířené platformě (open source) z důvodu budoucí nezávislosti na jedné dodavatelské firmě. Vzhled webu bude vycházet z požadavků stanovených v grafickém manuálu (dodá zadavatel). Systém/editor musí umožňovat jednoduchou administraci obsahu i technicky méně vyspělým uživatelům bez nutnosti programování a to jak verze pro web, tak pro mobilní zařízení (telefony, tablety). Systém musí umožňovat jednoduché a spolehlivé úpravy designu, přiřazování různých částí (stránek, galerií fotografií, videí, blogů, tlačítek, statistik, map, propojení na nejpoužívanější sociální sítě atd.). Dále musí umožňovat vyspělou SEO s okamžitým vyhodnocením konzistentnosti metatdat vkládaných uživatelem (doména, title, description, keywords) a doporučeními pro jejich úpravu (příkladem řešení je systém používaný wix.com). Systém musí umožňovat generování dat do a ze IIS (závazné použití - integrovaný informační systém, dodávka v rámci stavby centra Eden, část slaboproud dodávaná společností Maxprogress; vítěz bude konzultovat se zadavatelem a dodavatelem). Příslušný převodový mechanismus (filtr, protokol) bude součástí dodávky a bude založen na obecně rozšířeném principu (např. xml). Systém musí umět zobrazit data z definované struktury (XML) dokumentu a musí je umět do stejné struktury také uložit. Systém musí umožňovat přidávat a editovat libovolný počet jazykových mutací. Důraz bude kladen též na intuitivnost ovládání jak pro obsluhu tak především pro uživatele.

25.2. Virtuální prohlídka bude umožňovat prohlídku centra Eden zvenčí i zevnitř, přičemž fotografie pořídí dodavatel po dokončení stavby centra Eden – předpokládá se XII 2014). Fotografie pořízené pro účely virtuální prohlídky uloží dodavatel na pevné médium (DVD, flashdisk) a předá zadavateli. Fotografie budou v profesionální kvalitě, minimální počet fotografií bude 20 ks, minimální rozměry budou 13x18cm při 300 dpi, formát jpg.

25.3. Součástí dodávky je SEO a vytvoření backlinks (zpětných odkazů) tak, aby aktuálně nejrozšířenější vyhledávače (Gogole, Seznam, Yahoo, Bing) listovaly stránky centra Eden na 1. straně; výběr příslušných klíčových slov a frází jsou součástí dodávky, nutná je konzultace s dodavatelem dokumentu Marketingová a mediální komunikace.

25.4. Součástí dodávky bude servis SEO (Search Engine Optimisation) a SEM (Search Engine Marketing) po dobu nejméně 2 let od ukončení dodávky technické části. Servisem se rozumí aktualizace backlinks, SEO a SEM tak, aby po celou dobu nejrozšířenější vyhledávače (Gogole, Seznam, Yahoo, Bing) listovaly stránky centra Eden na 1. straně.

26. POŽADAVKY ZADAVATELE NA KVALIFIKACI

26.1. Předpokladem posouzení a hodnocení nabídky uchazeče ve zjednodušeném

podlimitním řízení je prokázání splnění kvalifikace. Uchazeč předloží čestné prohlášení (viz Příloha č.4) o splnění kvalifikačních předpokladů. Tímto není dotčena povinnost uchazeče prokázat splnění kvalifikace předložením dokumentů, které po uchazeči požaduje zadavatel a zákon, a to před podpisem smlouvy. Do nabídky dokládá uchazeč POUZE čestné prohlášení.

26.2. Čestná prohlášení budou podepsána osobou oprávněnou jednat jménem nebo za uchazeče. V případě podpisu zástupcem bude plná moc či jiný pověřovací dokument opravňující k zastupování uchazeče s uvedením rozsahu jeho oprávnění přiložen k nabídce.

26.3. Kvalifikovaným pro plnění této veřejné zakázky je dodavatel, který:

- a) splní základní kvalifikační předpoklady,
- b) splní profesní kvalifikační předpoklady,
- c) splní technické kvalifikační předpoklady.
- d) prohlásí, že je ekonomicky způsobilý zakázku splnit (§50 odst 1 písm. c) zákona)

27. ZÁKLADNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

27.1. Uchazeč je povinen splnit základní kvalifikační předpoklady dle § 53 odst. 1 zákona. V nabídce je prokazuje předložením čestného prohlášení dle vzoru. (viz Příloha č. 4).

27.2. Základní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů (§53 odst. 3 zákona) předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

28. PROFESNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

28.1. Splnění profesních kvalifikačních předpokladů uchazeče provede dle ustanovení § 54 zákona a doloží následující dokumenty:

- a) Výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán,
- b) doklady o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu, který doloží oprávnění uchazeče zrealizovat předmět veřejné zakázky, zejména výpis ze živnostenského rejstříku.

28.2. Profesní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

29. TECHNICKÉ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

29.1. Splnění technických kvalifikačních předpokladů uchazeč prokáže dle ustanovení § 56 zákona v níže uvedeném rozsahu.

29.2. Uchazeč předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech. Přílohou tohoto seznamu musí být osvědčení objednatelů o plnění min. 3 zakázek na zhotovení webových systémů v minimálním rozsahu 50 000,- Kč bez DPH za každý, z nichž:

- a) součástí aspoň jednoho z nich byla též dodávka služeb SEO a SEM

- b) aspoň jeden se musí týkat oblasti cestovního ruchu (je požadováno s ohledem na napojení na turistické portály, backlinks, mapy a pod.)
- 29.3. Technické kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

30. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ

- 30.1. Zájemce je povinen stanovit nabídkovou cenu v členění **dle tabulky uvedené v bodě 29 zadávací dokumentace.**
- 30.2. Hodnotící kritéria
- a) Zadavatel stanovil v souladu s ustanovením § 78 odst. 1 písm. a) zákona základní hodnotící kritérium, kterým je ekonomická výhodnost nabídky.
 - b) Pro hodnotící kritérium ekonomické výhodnosti nabídky stanovil zadavatel tato dílčí hodnotící kritéria a jejich váhy:

Cena	80%
Délka nabízeného servisu	20%
 - c) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 1 – Cena bude hodnocena celková nabídková cena za předmět plnění v Kč bez DPH.
 - d) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 2 – bude hodnocena délka servisu SEO (Search Engine Optimisation) a SEM (Search Engine Marketing). Zadavatel vyžaduje servis po dobu nejméně 2 let od ukončení dodávky technické části a maximálně po dobu 5 let. Servisem se rozumí aktualizace backlinks, SEO a SEM tak, aby po celou dobu vyhledávače listovaly stránky centra Eden do 3. místa 1. strany.

Hodnocení nabídek bude provedeno v souladu s § 79 zákona.

Pro hodnocení minimálního číselného kritéria (nabídkové ceny) bude použit následující vzorec:

$$(100 \times \frac{\text{nejvýhodnější nabídka (cena)}}{\text{cena hodnocené nabídky}}) \times \text{váha vyjádřená v procentu}$$

Pro hodnocení maximálního číselného kritéria (délka servisu) bude použit následující vzorec:

$$(100 \times \frac{\text{hodnocená nabídka}}{\text{nejvýhodnější nabídka}}) \times \text{váha vyjádřená v procentu}$$

- 30.3. Výsledné (tj. celkové) bodové skóre nabídky se počítá následujícím způsobem:

$$\text{Výsledné bodové skóre nabídky} = k_1 \cdot v_1 + k_2 \cdot v_2$$

kde:

„k“ je bodová hodnota (počet bodů) dosažené u příslušného dílčího kritéria

„v“ je váha příslušného kritéria

Na základě toho bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty.

31. POŽADAVKY NA JEDNOTNÝ ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

- 31.1. Předpokládaná hodnota každé jednotlivé části je nepřekročitelná. Pokud uchazeč nabídne cenu vyšší než je předpokládaná hodnota, bude vyloučen.
- 31.2. Uchazeč vyplní všechna nepodbarvená okénka tabulky, kterou vloží ihned za krycí list nabídky.

popis	jednotka	jednotek	cena za jednotku	celkem bez DPH
multijazyčný web včetně virtuální prohlídky ve 3D, profesionálních fotografií, včetně dodávky backlinks	ks	1		
Celková cena bez DPH				
DPH				
Celková cena s DPH				

ČÁST 4. MASKOTI

32. PŘEDMĚT ČÁSTI VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

- 32.1. Bude se jednat o celkem dvě masky pro lidskou postavu. Uchazeč navrhne podrobnou grafickou podobu masek, a to masku Brambora a Fíkový list. Předmětem je tedy návrh zpracování, volba materiálu, dílenský nákres a především kompletní zhotovení a dodání masky. Masky musí zakrývat celé tělo (není přípustná nezakrytá hlava nositele masky). Technické řešení je plně na uchazeči. Zadavatel požaduje plnou pratelnost kostýmu, stálobarevnost, použité materiály musí být kvalitní a na omak příjemné.

33. POŽADAVKY ZADAVATELE NA KVALIFIKACI

- 33.1. Předpokladem posouzení a hodnocení nabídky uchazeče ve zjednodušeném podlimitním řízení je prokázání splnění kvalifikace. Uchazeč předloží čestné prohlášení (viz Příloha č.4) o splnění kvalifikačních předpokladů. Tímto není dotčena povinnost uchazeče prokázat splnění kvalifikace předložením dokumentů, které po uchazeči požaduje zadavatel a zákon, a to před podpisem smlouvy. Do nabídky dokládá uchazeč POUZE čestné prohlášení.
- 33.2. Čestná prohlášení budou podepsána osobou oprávněnou jednat jménem nebo za uchazeče. V případě podpisu zástupcem bude plná moc či jiný pověřovací dokument opravňující k zastupování uchazeče s uvedením rozsahu jeho oprávnění přiložen k nabídce.
- 33.3. Kvalifikovaným pro plnění této veřejné zakázky je dodavatel, který:
- a) splní základní kvalifikační předpoklady,

- b) splní profesní kvalifikační předpoklady,
- c) splní technické kvalifikační předpoklady.
- d) prohlásí, že je ekonomicky způsobilý zakázku splnit (§50 odst 1 písm. c) zákona)

34. ZÁKLADNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

- 34.1. Uchazeč je povinen splnit základní kvalifikační předpoklady dle § 53 odst. 1 zákona. V nabídce je prokazuje předložením čestného prohlášení dle vzoru. (viz Příloha č. 4).
- 34.2. Základní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů (§53 odst. 3 zákona) předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

35. PROFESNÍ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

- 35.1. Splnění profesních kvalifikačních předpokladů uchazeče provede dle ustanovení § 54 zákona a doloží následující dokumenty:
- a) Výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán,
 - b) doklady o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu, který doloží oprávnění uchazeče zrealizovat předmět veřejné zakázky, zejména výpis ze živnostenského rejstříku.
- 35.2. Profesní kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

36. TECHNICKÉ KVALIFIKAČNÍ PŘEDPOKLADY

- 36.1. Splnění technických kvalifikačních předpokladů uchazeč prokáže dle ustanovení § 56 zákona v níže uvedeném rozsahu:
- a) Uchazeč předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech. Přílohou tohoto seznamu musí být osvědčení objednatelů o plnění min. 3 zakázek na zhotovení masek pro lidskou postavu. Tato osvědčení musí zahrnovat cenu, dobu plnění a zda byla dodávka provedena řádně a odborně. Tyto reference budou obsahovat též dokumentační fotografie zhotovených masek.
- 36.2. Technické kvalifikační předpoklady uchazeč doloží předložením čestného prohlášení. Originály nebo úředně ověřené kopie výše požadovaných dokladů předloží vítězný uchazeč bez vyzvání před podpisem smlouvy.

37. POŽADAVEK NA VZORKY

- a) Dále uchazeč do nabídky předloží vzorky materiálu, který hodlá použít na zhotovení výrobku. Tyto vzorky mu budou vráceny v souladu s §56 odst. 8 zákona.

38. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ

- 38.1. Zájemce je povinen stanovit nabídkovou cenu v členění **dle tabulky uvedené v bodě**

37 zadávací dokumentace.

38.2. Hodnotící kritéria

- a) Zadavatel stanovil v souladu s ustanovením § 78 odst. 1 písm. a) zákona základní hodnotící kritérium, kterým je ekonomická výhodnost nabídky.
- b) Pro hodnotící kritérium ekonomické výhodnosti nabídky stanovil zadavatel tato dílčí hodnotící kritéria a jejich váhy:
- c) Cena 70%
- d) Originalita masek 30%
- e) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 1 bude hodnocena celková nabídková cena za předmět plnění v Kč bez DPH.
- f) V rámci dílčího hodnotícího kritéria č. 2 bude hodnocena originalita, nápad, vhodnost a zpracování masek.

38.3. Nečíselné kritérium bude hodnoceno na základě bodové stupnice od 1 do 100 na základě následující stupnice:

0-24 bodů = velmi neuspokojivé – nabídka neodpovídá požadavkům na řešení uvedeným v zadávací dokumentaci

25-49 bodů = neuspokojivé – nabídka má vážné nedostatky ve zpracování nabízeného řešení, nabízené řešení je zcela nevhodné

50-74 bodů = uspokojivé – nabídka obsahuje méně závažné nedostatky ve zpracování nabízeného řešení, nabízené řešení je neoriginální, nekvalitní

75-99 bodů = velmi dobré - nabídka, jejíž kvalita řešení splnila věcné požadavky zadávací dokumentace, nabízené řešení je průměrné

100 bodů = vynikající - nabídka, jejíž kvalita řešení splnila věcné požadavky zadávací dokumentace a obsahuje výrazný obohacující prvek. Pouze nejvhodnější nabídce bude přiřazena hodnota 100 bodů. Body přiděluje komise jako celek.

38.4. Hodnocení nabídek bude provedeno v souladu s § 79 zákona.

Pro hodnocení nabídkové ceny (číselného kritéria) bude použit následující vzorec:

$$(100 \times \frac{\text{nejvýhodnější nabídka (cena)}}{\text{cena hodnocené nabídky}}) \times \text{váha vyjádřená v procentu}$$

38.5. Hodnotící komise seřadí nabídky od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takovou bodovou hodnotu, která vyjadřuje dle jejího názoru míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce.

Výsledné (tj. celkové) bodové skóre nabídky se počítá následujícím způsobem:

$$\text{Výsledné bodové skóre nabídky} = k1 \cdot v1 + k2 \cdot v2$$

kde:

„k“ je bodová hodnota (počet bodů) dosažené u příslušného dílčího kritéria

„v“ je váha příslušného kritéria

Na základě toho bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty.

39. POŽADAVKY NA JEDNOTNÝ ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

39.1. Předpokládaná hodnota každé jednotlivé části je nepřekročitelná. Pokud uchazeč nabídne cenu vyšší než je předpokládaná hodnota, bude vyloučen.

39.2. Uchazeč vyplní všechna nepodbarvená okénka tabulky, kterou vloží ihned za krycí list nabídky.

popis	jednotka	jednotek	cena za jednotku	celkem bez DPH
maskoti-masky - výroba	ks	2		
Celková cena bez DPH				
DPH				
Celková cena s DPH				

SPOLEČNÁ USTANOVENÍ

40. SPOLEČNÉ INFORMACE KE KVALIFIKACI

40.1. Zadavatel je oprávněn kdykoliv v průběhu lhůty pro podání nabídek ověřit, zda nedošlo ke změnám údajů poskytovaných v rámci prokazování kvalifikace a je oprávněn si informace v nabídce ověřit u třetích osob.

41. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM, PROHLÍDKA MÍSTA PLNĚNÍ

41.1. Uchazeč je oprávněn požadovat po zadavateli dodatečné informace k zadávacím podmínkám dle § 49 zákona. Písemná žádost musí být doručena osobě zastupující zadavatele nejpozději 5 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek. Zadavatel odešle uchazečům písemné vyhotovení dodatečných informací k zadávacím podmínkám, případně související dokumenty, ve lhůtě a způsobem dle § 49 zákona.

41.2. Podle § 49 odst. 4 zákona je zadavatel oprávněn poskytnout uchazečům dodatečné informace k zadávacím podmínkám i bez předchozí žádosti.

41.3. Dodatečné informace včetně přesného znění žádosti budou vždy uveřejněny stejným způsobem, jako je uveřejněna tato zadávací dokumentace, tzn. na profilu zadavatele.

41.4. Prohlídka místa plnění se vzhledem k povaze zakázky nekoná.

42. OBECNÉ POŽADAVKY NA JEDNOTNÝ ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY,

MĚNA, OBCHODNÍ A PLATEBNÍ PODMÍNKY

- 42.1. Uchazeč stanoví celkovou nabídkovou cenu k jednotlivým částem dle pokynů u jednotlivých částí. Žádná položka nesmí být naceněna na 0,- Kč.
- 42.2. Nabídková cena bude zpracována v českých korunách.
- 42.3. Nabídková cena musí obsahovat veškeré náklady uchazeče nutné k realizaci díla vymezeného v této zadávací dokumentaci, jejích přílohách a návrhu smlouvy. Nabídková cena obsahuje předpokládaný vývoj cen až do konce její platnosti, rovněž obsahuje i předpokládaný vývoj kurzů české koruny k zahraničním měnám až do konce její platnosti.
- 42.4. Obchodní a platební podmínky, další podmínky:
- a) Obchodní podmínky ve smyslu § 44 odst. 3 písm. a) zákona vymezují budoucí rámec smluvního vztahu. Zadavatel stanovuje obchodní podmínky formou závazného návrhu smlouvy na plnění zakázky, která tvoří přílohu ke každé části. Obsah obchodních podmínek může uchazeč při zpracování návrhu smlouvy doplnit pouze v těch částech, kde to vyplývá z textu obchodních podmínek nebo jiné části zadávací dokumentace, k provádění jiných změn není uchazeč oprávněn.
 - b) Překročení nabídkové ceny není možné. Nabídková cena je cenou nejvýše přípustnou a může být změněna pouze za níže uvedených podmínek:
 - pokud po podpisu smlouvy a před termínem dokončení díla dojde ke změnám sazeb DPH
 - pokud zadavatel bude požadovat i provedení jiných prací nebo dodávek, než těch, které byly předmětem zakázky nebo pokud zadavatel vyloučí některé práce nebo dodávky z předmětu plnění; povinnost zadavatele postupovat v souladu se zákonem č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, v platném znění, tímto není dotčena.
 - pokud z důvodů na straně zhotovitele dojde ke snížení nebo odejmutí dotačních prostředků poskytnutých objednateli na zajištění realizace díla.
- 42.5. Návrh smlouvy musí být ze strany uchazeče podepsán osobou oprávněnou jednat jménem nebo za uchazeče. V případě, že je uchazeč zastupován na základě plné moci, musí být taková plná moc přílohou návrhu smlouvy. Uchazeč doplní požadované přílohy dle závazného návrhu smlouvy.
- 42.6. Nedílnou součástí návrhu smlouvy bude tabulka s uvedením jednotkových cen a celkových cen dle požadavků jednotlivých částí.
- 42.7. Zadavatel je oprávněn od smlouvy odstoupit bez jakýchkoliv sankcí v případě, že mu nebude poskytnuta finanční dotace na realizaci. Je však povinen zaplatit za již provedené služby.

43. LICENČNÍ UJEDNÁNÍ

- 43.1. V případě, že v souvislosti s plněním závazku dle této smlouvy dojde k vytvoření autorského díla (zejm. vytvořením grafických návrhů), poskytuje dodavatel objednateli bezúplatně oprávnění k výkonu práva dílo užit jakýmkoliv způsobem a v jakémkoliv rozsahu bez omezení (volné užití díla).

- 43.2. Bude-li vytvořeno autorské dílo osobami, které nejsou v zaměstnaneckém poměru k dodavateli, zajistí dodavatel smluvně souhlas autorů s užitím díla dle odst. 1 tohoto článku smlouvy.
- 43.3. V případě porušení povinností dle odst. 2 tohoto článku smlouvy je dodavatel povinen uhradit objednateli veškerou vzniklou škodu.
- 43.4. Oprávnění objednatele dané ustanoveními této části zadávací dokumentace platí i pro autorská díla vytvořená před platností této smlouvy a použitá dodavatelem v rámci plnění.

44. SUBDODAVATELÉ

- 44.1. Zadavatel požaduje v souladu s § 44 odst. 6 zákona, aby uchazeč ve své nabídce uvedl, jakou část veřejné zakázky má v úmyslu zadat jiným osobám. Uchazeč uvede v nabídce seznam subdodavatelů, se kterými uchazeč uvažuje při plnění veřejné zakázky, s uvedením jejich identifikačních údajů a věcné specifikace každé subdodávky. Tím není dotčena výlučná odpovědnost uchazeče za poskytování řádného plnění.
- 44.2. Pokud uchazeč prokázal splnění části kvalifikace pomocí subdodavatele, je oprávněn ho nahradit pouze subdodavatelem, který splňuje požadovanou část kvalifikace ve stejném nebo větším rozsahu. Zadavatel není oprávněn souhlas s výměnou subdodavatele bez objektivního důvodu odmítnout.
- 44.3. Dodavatel je povinen vést a průběžně aktualizovat reálný seznam všech subdodavatelů včetně jejich podílu na veřejné zakázce. Úprava či doplnění seznamu subdodavatelů v průběhu plnění veřejné zakázky je možná pouze na základě písemné dohody zadavatele a dodavatele.

45. POKYNY PRO ZPRACOVÁNÍ A ČLENĚNÍ NABÍDKY

- 45.1. Nabídka:
- a) bude předložena v jednom (1) originále, v českém jazyce;
 - b) bude podána v řádně uzavřené obálce označené nápisem „Propagace Centra zelených vědomostí – VZ – NEOTVÍRAT“ s označením části, ke které se nabídka vztahuje.
Nabídka ke každé části bude zaslána zvlášť.
 - c) Na obálce musí být uvedena adresa, na niž je možné zaslat oznámení podle § 71 odst. 5 nebo 6 zákona;
 - d) musí obsahovat identifikační údaje uchazeče;
 - e) nesmí obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl;
 - f) bude obsahovat návrh smlouvy podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem/ za uchazeče;
 - g) bude obsahovat čestná prohlášení podepsaná osobou oprávněnou jednat jménem / za uchazeče či případně příslušné doklady, jimiž uchazeč prokazuje splnění kvalifikace, v prosté kopii;
 - h) bude obsahovat seznam statutárních orgánů nebo členů statutárních orgánů dle § 68 odst. 3 písm. a) zákona, kteří v posledních 3 letech od konce lhůty pro podání nabídek byli v pracovněprávním, funkčním či obdobném poměru u zadavatele;

- i) 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 dle § 68 odst. 3 písm. b) zákona;
 - j) bude obsahovat prohlášení uchazeče dle § 68 odst. 3 písm. c) zákona 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;
- 45.2. Za obsahovou úplnost nabídky odpovídá výhradně uchazeč, výše uvedený výčet dokumentů slouží pouze pro usnadnění orientace uchazeče při kompletaci nabídky - pokud v tomto výčtu nebude uveden dokument, povinnost, jehož doložení do nabídky by event. vyplývala ze zadávacích podmínek nebo ze zákona, nemůže se uchazeč zbavit odpovědnosti za obsahovou neúplnost nabídky poukazem na tento výčet dokumentů.

46. MÍSTO A LHŮTA PRO PODÁNÍ NABÍDEK

- 46.1. Nabídku doručí uchazeč ve lhůtě pro podání nabídky, tj.
- a) Pro část 1 do 30.7.2014 10:00
 - b) pro část 2 do 30.7.2014 10:15
 - c) Pro část 3 do 30.7.2014 10:30
 - d) Pro část 4 do 30.7.2014 10:45

na adresu sídla zadavatele, tj. Eden Centre s.r.o., Příční 405, 593 01 Bystřice nad Pernštejnem v budově městského úřadu města Bystřice nad Pernštejnem, konkrétně na sekretariát města v přízemí úřadu města.

Nabídka ke každé části bude zaslána zvlášť!

- 46.2. Uchazeč může nabídku zaslat prostřednictvím držitele poštovní licence nebo kurýrní službou. Za rozhodující okamžik pro posouzení, zda byla nabídka doručena včas, je vždy okamžik převzetí nabídky zadavatelem.

47. NÁKLADY UCHAZEČE SPOJENÉ S PODÁNÍM NABÍDKY

- 47.1. Všechny náklady související s přípravou a podáním nabídky hradí výhradně uchazeč.
- 47.2. Zadavatel nenese odpovědnost za žádné výdaje ani ztráty jakéhokoli druhu (a nebude je tedy hradit), které případně utrpí uchazeč v souvislosti s účastí v zadávacím řízení.

48. OTVÍRÁNÍ OBÁLEK S NABÍDKAMI

- 48.1. Otvírání obálek s nabídkami proběhne na adrese zadavatele, tj. na adrese sídla zadavatele, tj. Eden Centre s.r.o., Příční 405, 593 01 Bystřice nad Pernštejnem, a to ihned po uplynutí lhůty pro podání nabídek.
- 48.2. Na nabídky podané po uplynutí lhůty pro podání nabídek se pohlíží jako by nebyly podány a zadavatel bezodkladně vyrozumí uchazeče o tom, že jeho nabídka byla podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek.
- 48.3. Právo zúčastnit se otvírání obálek mají uchazeči, jejichž nabídky byly zadavateli doručeny ve lhůtě pro podání nabídek, a další osoby, o nichž tak stanoví zadavatel. Za

každého uchazeče se může otevírání obálek zúčastnit jedna osoba. Účastníci přítomní otevírání obálek s nabídkami potvrdí svou účast podpisem v listině účastníků, kterou zadavatel přiloží k protokolu o otevírání obálek s nabídkami. Při otevírání obálek s nabídkami se osoby, které zastupují uchazeče na základě plné moci, prokáží takovou plnou mocí udělenou osobou oprávněnou jménem / za uchazeče jednat.

49. ZADÁVACÍ LHŮTA

49.1. Uchazeč je svou nabídkou vázán po dobu 100 dnů.

50. NÁMITKY A OSTATNÍ UJEDNÁNÍ

50.1. Rozsah a způsob podání námitek je podrobně upraven v ustanovení § 110 zákona.

50.2. Zadavatel si vyhrazuje právo na změnu nebo úpravu podmínek stanovených v zadávací dokumentaci, a to buď na základě žádosti uchazečů o dodatečné informace k zadávacím podmínkám, nebo z vlastního podnětu. Pro podávání dotazů a jejich odpovídání zadavatel stanovuje přednostně komunikaci prostřednictvím emailu či datové schránky.

50.3. Zadavatel si vyhrazuje právo zrušit zadávací řízení dle podmínek uvedených v zákoně, zejména v případě, že mu nebude poskytnuta finanční dotace na předmět plnění veřejné zakázky.

50.4. Uchazeč nemá právo na náhradu nákladů spojených s účastí ve veřejné zakázce. Nabídky se uchazečům nevracejí a zůstávají zadavateli jako součást dokumentace o zadání veřejné zakázky.

50.5. V případě, že dojde ke změně kvalifikace uchazeče dle údajů uvedených v nabídce do doby uzavření smlouvy s tímto uchazečem, je příslušný uchazeč povinen o této změně zadavatele ihned písemně informovat a bezodkladně zjednat nápravu dle § 58 zákona.

50.6. Zadavatel si vyhrazuje právo ověřit informace obsažené v nabídce uchazeče u třetích osob.

50.7. Uchazeč, resp. zhotovitel je dle zákona č.320/2001 Sb., o finanční kontrole, osobou povinnou spolupůsobit při finanční kontrole.

50.8. Zadavatel si vyhrazuje právo v souladu s § 76 odst. 6 zákona oznámit případné vyloučení uchazeče na svém profilu zadavatele. Rozhodnutí o vyloučení uchazeče se poté považuje za doručené okamžikem uveřejnění na profilu zadavatele.

50.9. Zadavatel si vyhrazuje právo v souladu s § 81 odst. 4 zákona uveřejnit oznámení o výběru nejvhodnější nabídky dle zákonné lhůty na svém profilu zadavatele. Oznámení o výběru nejvhodnější nabídky se poté považuje za doručené všem dotčeným zájemcům a všem dotčeným uchazečům okamžikem uveřejnění na profilu zadavatele.

51. DALŠÍ ČÁSTI ZADÁVACÍ DOKUMENTACE - PŘÍLOHY ZADÁVACÍ DOKUMENTACE:

51.1. Příloha 1 Krycí list

51.2. Příloha 2 Smlouva o dílo

51.3. Příloha 3 eCBA

51.4. Příloha 4 Čestná prohlášení

51.5. Příloha 5 Tabulky nabídkových cen

Za EDEN CENTRE, s.r.o. dne 10.7.2014

Ing. Michal Burian, Ph.D.
Ředitel