**zadávací dokumentace**

**a**

**pokyny pro zpracování nabídky**

(*dále jen „zadávací dokumentace“*)

k nadlimitní veřejné zakázce na služby zadávané v otevřeném řízení dle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“) s názvem:

„**NÁKUP INZERCE V TISKU A ONLINE MÉDIÍCH**“

(*dále jen „veřejná zakázka“*)

Veřejná zakázka je spolufinancována z Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (dále jen „OP VK“), konkrétně z projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“, registr. č. projektu: CZ.1.07/3.1.00/41.0001 (výzva č. 41 OP VK).



Název zadavatele: **Fond dalšího vzdělávání (FDV)**

Sídlo: Na Maninách 20, 170 00 Praha 7

Zastoupen: **Ing. Pavlem Kryštofem, ředitelem FDV**

IČ: 004 05 698

**Obsah:**

[1. ZÁKLADNÍ ÚDAJE O ZADAVATELI 3](#_Toc342584116)

[2. PŘEDMĚT A PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY 3](#_Toc342584117)

[3. DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY 6](#_Toc342584118)

[4. POŽADAVKY NA KVALIFIKACI UCHAZEČE 7](#_Toc342584119)

[5. Jiné požadavky a podmínky 10](#_Toc342584120)

[6. Závazné obchodní podmínky 10](#_Toc342584121)

[7. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK 11](#_Toc342584122)

[8. LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK 13](#_Toc342584123)

[9. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM 13](#_Toc342584124)

[10. ZADÁVACÍ LHŮTA 13](#_Toc342584126)

[11. Otevírání obálek s nabídkami 13](#_Toc342584127)

[12. POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY 14](#_Toc342584130)

[13. SEZNAM PŘÍLOH 14](#_Toc342584131)

1. **ZÁKLADNÍ ÚDAJE O ZADAVATELI**
   1. **Identifikace Zadavatele**

Název: **Fond dalšího vzdělávání**

Sídlo: Na Maninách 20, 170 00 Praha 7

Právní forma: příspěvková organizace Ministerstva práce a sociálních věcí ČR

IČO: 00405698

dále jen „Zadavatel“.

* 1. **Oprávněná osoba Zadavatele**

Osobou oprávněnou k činění právních úkonů jménem nebo za Zadavatele je **Ing. Pavel Kryštof**, ředitel FDV, případně Bc. Miloslav Helebrant, DiS., statutární zástupce ředitele.

* 1. **Kontaktní osoba Zadavatele**

Kontaktní osobou v souvislosti s touto veřejnou zakázkou je **Ing. Martina Arnoldová**, vedoucí oddělení publicity projektů, e**-**mail:[martina.arnoldova@fdv.mpsv.cz](mailto:lenka.ferreira@fdv.mpsv.cz), tel.: +420 277 277 070.

1. **PŘEDMĚT A PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY**
   1. **Předmět veřejné zakázky**.
      1. Předmětem veřejné zakázky je výběr dodavatele pro zpracování **návrhu a realizaci informační a propagační kampaně projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí**“ (dále také jen „projekt“), kdy tato kampaň si klade za cíl informovat občany České republiky o dalším vzdělávání formou výkonu stáží ve firmách, popularizovat další vzdělávání jako jeden z možných nástrojů pro konkurenceschopnost na trhu práce a motivovat jednotlivce k účasti v projektu.

Součástí předmětu plnění je vypracování návrhu podrobného časového plánu a realizace mediální kampaně zahrnující zejména následující činnosti:

1. **návrh nejefektivnějšího mediálního mixu pro celé období i vůči všem identifikovaným skupinám a cílům. Alokace peněz mezi jednotlivá média, s důrazem na maximální využití synergie a dosažení efektivity mediálního mixu, návrhy detailních plánů mediálních aktivit pro každý typ média na celé období kampaně;**
2. **nákup mediálního prostoru pro zajištění informační a komunikační kampaně projektu, a to včetně tzv. 5 výstupů;**
3. **návrh vyhodnocení kampaně;**
4. **zpracování a výrobu tiskových podkladů a internetových bannerů dle požadavků Zadavatele.**

S vybraným uchazečem bude pro účely plnění této veřejné zakázky uzavřena smlouva o dílo (dále také jen „smlouva o dílo“). Předmětem smlouvy o dílo bude poskytování služeb vymezených v tomto bodu 2.1.1., v příloze č. 7 „Mediaplán“ a níže:

**Bližší informace a detailní specifikace:**

**Cíle kampaně projektu:**

1. Hlavním cílem je prostřednictvím kampaně sdělit cílové skupině informaci o realizaci projektu, tj. prezentovat jednotlivým cílovým skupinám možnost aktivně se zapojit do dalšího profesního vzdělávání formou stáží ve firmách.
2. Další cíl propagační kampaně bude směřovat ke zdůraznění důležitosti praktického vzdělávání a pozitivní vliv zkušeností z reálné praxe na šanci uplatnit se na trhu práce.

**Poselstvím a cílem kampaně je, aby svým obsahem co nejvíce zaujala a motivovala cílovou skupinu k využití možnosti dalšího odborného vzdělávání v rámci projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“, který realizuje Fond dalšího vzdělávání.**

**Více informací o projektu naleznou uchazeči na webových stránkách projektu** [**www.stazevefirmach.cz**](http://www.stazevefirmach.cz)**.**

Vybraný uchazeč zajistí celou kampaň, vhodně navrženou s ohledem na cílové skupiny a co nejvyšší účinnost, která zahrnuje:

* 1. Inzerci v tištěných médiích
  2. Bannerovou inzerci na internetu

Celá kampaň bude realizována výhradně v českém jazyce.

Zadavatel požaduje, aby byly na adresu Zadavatele k rukám kontaktní osoby zaslány min. 2 výtisky každého tištěného titulu, kde bude inzerce zveřejněna, a to bez zbytečného odkladu po vydání příslušného titulu. Náklady na tyto výtisky i zaslání na adresu Zadavatele jsou součástí nabídkové ceny.

Kreativní řešení kampaně – Zadavatel požaduje do nabídky zahrnout i náklady na zpracování a výrobu všech vizuálů (inzerátů a bannerů) uchazečem, a to dle požadavků jednotlivých redakcí. Součástí nabídky nebude kreativní zpracování, neboť Zadavatel bude požadovat vytvoření návrhů v souladu s kreativním řešením TV kampaně, která je předmětem samostatné veřejné zakázky a v době vyhlášení této veřejné zakázky ještě není znám vítězný návrh, ten bude vybranému uchazeči předán bez zbytečného odkladu po té, co jej Zadavatel bude mít k dispozici. Veškeré vytvořené návrhy tištěné a online inzerce podléhají schválení Zadavatelem před jejich zveřejněním. Jednotlivé návrhy inzerce budou mít společné charakteristické prvky (např. umístění prvků povinné publicity na stejném místě, název projektu, apod.), ale zároveň budou rozlišovat jednotlivé cílové skupiny. U bannerů požadujeme tvorbu formátu Leaderboard (dle požadavků jednotlivých serverů), Zadavatel požaduje, aby počet slidů (vrstev) u bannerů typu Leaderboard byl min. 2, ale zároveň nepřekročil počet 4, z toho jeden vždy musí obsahovat prvky povinné publicity – doporučený počet jsou tedy 3 slidy (vrstvy).

Všechny části mediální kampaně (kampaň v tištěných médiích a na internetu) musí mít stejné charakteristické prvky. Cílem je dosáhnout provázanosti jednotlivých částí kampaně a tím zvýšení účinku jednotlivých částí. Jednotlivé části by se měly navzájem podporovat a případně doplňovat.

Zadavatel je oprávněn navrhovat v kampani případné změny, které je povinen dodavatel zrealizovat. Zadavatel si vyhrazuje právo vznášet připomínky ke změnám a také sám navrhovat další postup. Jakákoli změna kampaně však nesmí mít vliv na cenu kampaně dle nabídky vybraného uchazeče, která bude uvedena ve smlouvě o dílo jako cena konečná a nepřekročitelná. Všechny změny provedené v mediaplánu navrženém uchazečem nesmí mít vliv na hodnocené parametry nabídky, a to konkrétně vedoucí ke snížení kvality/rozsahu nabízených služeb. Alternativní navržené řešení musí být vždy ve stejné nebo vyšší kvalitě než řešení předložené v nabídce vybraného uchazeče a musí splňovat požadavky stanovené v zadávacích podmínky (zejména ve vztahu k dodržení minimální celkové čtenosti/RU v rámci dané kategorie).

**Specifikace cílové skupiny pro potřeby zadávacího řízení:**

Cílovou skupinou jsou obyvatelé České republiky s trvalým pobytem mimo hl. m. Praha a mimo OSVČ. Projekt Stáže ve firmách – vzdělávání praxí je určen pro níže uvedených 5 cílových skupin:

1. **absolventy**: tím se rozumí čerství absolventi středních, vysokých a vyšších odborných škol a učilišť;
2. **nezaměstnané**;
3. **osoby vracející se na trh práce** po pracovní pauze: tím se rozumí například rodiče na rodičovské dovolené;
4. stávající **zaměstnance mající zájem o další profesní vzdělávání**: tím se rozumí na osoby, které jsou v současnosti zaměstnány, ale chtějí si prohloubit svou profesní kvalifikaci a zlepšit své postavení na trhu práce;

a dále

1. **ekonomické a jiné subjekty (firmy)**, které mají zájem zapojit se do projektu jako poskytovatelé stáží.

**Uchazeč musí zohlednit, že kampaň má zasáhnout alespoň 50% ekonomicky aktivní populace**.

**Část požadovaného plnění – tzv. „5 výstupů“**

**Uchazeč zároveň do nabídky kampaně zahrne i cenu za mediální prostor v tištěných médiích, který nebude mít v kampani fixní období zveřejnění. Zadavatel požaduje alespoň 5 výstupů**, a to v některé z kategorií: Celostátní deníky, Ekonomické časopisy, Zpravodajské týdeníky (viz. příloha 7 Mediaplán), a to vždy ve formátu celostránkové inzerce.

Těchto 5 výstupů, jejichž obsah dodá uchazeči sám Zadavatel a které jsou nad rámec výše specifikované inzerce celé kampaně, bude zveřejněno dle potřeb Zadavatele v průběhu projektu. Hlavním cílem je zajištění pozitivního obrazu projektu. Konkrétní tituly uvede uchazeč v tabulce Přílohy č. 5 ve vyznačených polích. Zadavatel požaduje zveřejnění výstupů dle lhůt stanovených jednotlivými redakcemi.

Zadavatel upozorňuje, že tituly uvedené v nabídce v rámci plnění tzv. „5 výstupů“ nepodléhají kritériím minimální celkové čtenosti upřesněným v Mediaplánu, nicméně čtenost získaná u jednotlivých titulů v rámci tzv. „5 výstupů se“ přičítá k celkové čtenosti dosažené v rámci samotné kampaně a tedy je započítávána do celkové hodnocené čtenosti!

U nacenění kampaně bude uchazeč vycházet z požadavků vymezených v Mediaplánu a zohlední požadavek na alokaci zdrojů na jednotlivé typy médií (max. povolená odchylka v případě dole uvedených položek „Tištěná média“ a „Internet“ je 5% z ceny příslušné položky, celková předpokládaná hodnota veřejné zakázky ve výši 6 260 000,- Kč bez DPH však nesmí být překročena.):

Tištěná média: **2 960 000,- Kč bez DPH**

Internet: **3 300 000,- Kč bez DPH**

**Upozorňujeme, že cena za tzv. 5 výstupů, které Zadavatel požaduje, je již zahrnuta do celkového rozpočtu na tištěná média, tedy do částky 2 960 000,- Kč.**

**Veškeré výstupy budou v souladu s pravidly vizuální identity operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OPVK), Logomanuálem loga projektu Stáže ve firmách – vzdělávání praxí a Logomanuálem loga Fondu dalšího vzdělávání. Zároveň Zadavatel požaduje, aby na dodaném plnění nebyla uvedena loga Uchazeče**.

* + 1. **Klasifikace předmětu věřejné zakázky:**

V souladu s ustanovením § 47 zákona Zadavatel v oznámení o zahájení zadávacího řízení vymezil předmět veřejné zakázky podle Nařízení Komise (ES) č. 213/2008 ze dne 28. 11. 2007, jež mění společný slovník pro veřejné zakázky (CPV 2003), předmět plnění veřejné zakáky dle zařazení do těchto kategorií:

* 79342200-5 | Propagační služby
* 79416000-3 | Práce s veřejností
* 75131000-3 | Služby pro vládní instituce
* 79340000-9 | Reklamní a marketinkové služby
* 79341400-0 | Reklamní kampaně
  1. **Předpokládaná hodnota veřejné zakázky**

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky stanovená Zadavatelem podle  ustanovení § 13 a násl. zákona činí celkem **6.260.000,**- Kč bez DPH. Nabídková cena uvedená v nabídce uchazeče za plnění veřejné zakázky nesmí výše uvedenou částku předpokládané hodnoty překročit.

Výše uvedená předpokládaná hodnota je zároveň i hodnotou maximální a nejvýše přípustnou!  
V případě, že nabídková cena uchazeče překročí předpokládanou hodnotu veřejné zakázky, bude tato skutečnost považována za nesplnění Zadavatelem stanovených zadávacích podmínek této veřejné zakázky.

* 1. **Požadavky na zpracování nabídkové ceny**

Uchazeč ve své nabídce stanoví celkovou nabídkovou cenu za předmět plnění veřejné zakázky   
vymezený v této zadávací dokumentaci, včetně jejích příloh.

*Nabídková cena veřejné zakázky bude uvedena v členění*:

1. nabídková cena za TISK bez daně z přidané hodnoty (DPH), samostatně DPH a nabídková cena včetně DPH
2. nabídková cena za 5 VÝSTUPŮ bez daně z přidané hodnoty (DPH), samostatně DPH a nabídková cena včetně DPH.
3. nabídková cena za INTERNET bez daně z přidané hodnoty (DPH), samostatně DPH a nabídková cena včetně DPH.
4. Nabídková cena celkem za celou kampaň (tj. součet výše uvedených položek 1 + 2 + 3) bez daně z přidané hodnoty (DPH), samostatně DPH a nabídková cena včetně DPH.

Nabídková cena v této skladbě bude uvedena v krycím listu nabídky (vzor viz příloha č. 1 zadávací dokumentace).

Uchazeč uvede v kalkulaci ceny za jednotlivé části plnění oceněním přílohy č. 5 této zadávací dokumentace.

Nabídková cena navržená uchazečem bude zahrnovat veškeré náklady uchazeče nezbytné pro řádné plnění veřejné zakázky.

Nabídková cena bude zpracována v souladu se zadávacími podmínkami. Nabídková cena bude stanovena jako cena »nejvýše přípustná«! Zadavatel nepřipouští překročení nabídkové ceny vyjma změny sazeb DPH a zákonných poplatků. Nabídková cena navrhnutá uchazečem bude zahrnovat veškeré náklady uchazeče vzniklé a nezbytné pro řádné splnění veřejné zakázky.

1. **DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY**
   1. **Doba plnění veřejné zakázky**

Předpokládaný termín zahájení plnění veřejné zakázky je den následující po dni podpisu smlouvy s vybraným uchazečem, přičemž předpokládané datum uzavření smlouvy je bez zbytečného odkladu po ukončení tohoto zadávacího řízení.

Uchazeč je povinen dodat předmět plnění veřejné zakázky specifikovaný v odst. 2.1.1., a to ve lhůtách v souladu s harmonogramem kampaně.

* 1. **Místo plnění veřejné zakázky**

Místem plnění veřejné zakázky je Hlavní město Praha, sídlo Zadavatele na adrese Na Maninách 20, 170 00 Praha 7, sídlo vybraného uchazeče, případně jiné místo v rámci České republiky mimo území Hl. města Prahy stanovené Zadavatelem.

1. **POŽADAVKY NA KVALIFIKACI UCHAZEČE**

Prokázání splnění kvalifikace je předpokladem účasti dodavatele v zadávacím řízení. Prokázáním kvalifikace se rozumí:

* splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 odst. 1 zákona,
* splnění profesních kvalifikačních předpokladů dle § 54 zákona,
* předložení čestného prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti dodavatele splnit veřejnou zakázku dle § 50 odst. 1 písm. c) zákona
* splnění technických kvalifikačních předpokladů dle § 56 zákona.

**Obecné podmínky pro prokázání kvalifikace**:

Doklady prokazující splnění kvalifikace dle § 53, § 54 a § 56 zákona je povinen předložit uchazeč v kopii.

Doklady prokazující splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 zákona a výpis z obchodního rejstříku nesmějí být k poslednímu dni, ke kterému má být prokázáno splnění kvalifikace, starší 90 kalendářních dnů.

Při prokazování kvalifikace prostřednictvím subdodavatele je uchazeč povinen respektovat ustanovení § 51 odst. 4 zákona. Prokazování kvalifikace v případě nabídky podané ve sdružení dodavatelů – viz § 51 odst. 5 a 6 zákona.

* 1. **Splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 odst. 1 zákona splní uchazeč**:

1. který nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin spáchaný ve prospěch organizované zločinecké skupiny, trestný čin účasti na organizované zločinecké skupině, legalizace výnosů z trestné činnosti, podílnictví, přijetí úplatku, podplacení, nepřímého úplatkářství, podvodu, úvěrového podvodu, včetně případů, kdy jde o přípravu nebo pokus nebo účastenství na takovém trestném činu, nebo došlo k zahlazení odsouzení za spáchání takového trestného činu[[1]](#footnote-1);
2. který nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání dodavatele podle zvláštních právních předpisů nebo došlo k zahlazení odsouzení za spáchání takového trestného činu1;
3. který v posledních 3 letech nenaplnil skutkovou podstatu jednání nekalé soutěže formou podplácení podle zvláštního právního předpisu,
4. vůči jehož majetku neprobíhá nebo v posledních 3 letech neproběhlo insolvenční řízení,   
   v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku nebo insolvenční návrh nebyl zamítnut proto,   
   že majetek nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení, nebo nebyl konkurs zrušen proto, že majetek byl zcela nepostačující nebo zavedena nucená správa podle zvláštních právních předpisů,
5. který není v likvidaci,
6. který nemá v evidenci daní zachyceny daňové nedoplatky, a to jak v České republice,   
   tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště uchazeče,
7. který nemá nedoplatek na pojistném a na penále na veřejné zdravotní pojištění, a to jak   
   v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště uchazeče,
8. který nemá nedoplatek na pojistném a na penále na sociální zabezpečení a příspěvku   
   na státní politiku zaměstnanosti, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště uchazeče,
9. který není veden v rejstříku osob se zákazem plnění veřejných zakázek,
10. kterému nebyla v posledních 3 letech pravomocně uložena pokuta za umožnění výkonu nelegální práce podle zvláštního právního předpisu.

Výše uvedené základní kvalifikační předpoklady prokáže uchazeč v souladu s § 53 odst. 3 zákona předložením:

1. Výpisu z evidence Rejstříku trestů (písm. a), b)) – fyzické i právnické osoby!
2. Potvrzením příslušného finančního úřadu a ve vztahu ke spotřební daní čestným prohlášení (písm. f),
3. Potvrzením příslušného orgánu či instituce (písm. h)),
4. Čestného prohlášení (písm. c) až e), g), j), k).

Výše uvedené doklady lze nahradit kopií výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů dle § 125 a násl. zákona (dále jen „výpis SKD“).

* 1. **Profesní kvalifikační předpoklady dle § 54 zákona prokáže uchazeč předložením**:

1. **dle § 54 písm. a) zákona**

**Výpisu z obchodního rejstříku**, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán.

1. **dle § 54 písm. b) zákona**

**Dokladu o oprávnění k podnikání** podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci.

Výše uvedené doklady lze nahradit kopií výpisu SKD.

* 1. **Prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti dodavatele splnit veřejnou zakázku**

Uchazeč je povinen ve své nabídce, v souladu s požadavkem dle ustanovení § 50 odst. 1 písm. c) zákona, doložit čestné prohlášení o své ekonomické způsobilosti splnit veřejnou zakázku (vzor viz příloha č. 8 této zadávací dokumentace).

* 1. **Splnění technických kvalifikačních předpokladů dle § 56 odst. 2 zákona bude prokázáno doložením**:

1. **dle § 56 odst. 2 písm. a) zákona**

**Seznam nejméně 2 významných služeb realizovaných v posledních 3 letech, jejichž předmětem byla realizace samostatných mediálních kampaní v tištěných nebo online médiích (Zadavatel požaduje doložení zkušeností u obou typů kampaní: tj. min. 1 musí být v tištěných médiích nebo kombinaci tisk+online, min. 1 musí být v online médiích nebo kombinaci tisk+online, nebo mohou být obě kombinací tištěných a online médií), přičemž alespoň u jedné z významných služeb dosáhla výše smluvní odměny uchazeče min. 3.000.000,- Kč bez DPH a tato jedna služba byla realizována na základě jedné smlouvy pro jednoho objednatele**.

**Přílohou seznamu musí být:**

1. osvědčení vydané či podepsané veřejným zadavatelem, pokud byly služby poskytovány veřejnému zadavateli,
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.

**Ze seznamu musí vyplývat minimálně:**

1. obchodní firma nebo název objednatele, konkrétní osoba objednatele pro účely ověření poskytnutých údajů,
2. hodnota významné služby,
3. termín realizace zakázky (zahájení a ukončení); zadavatel nestanoví minimální dobu trvání, pouze požaduje, aby byla zahájena během posledních 3 let, nebo během této doby byla realizována alespoň její podstatná část; tím se rozumí část odpovídající alespoň smluvní odměně minimálně 3 mil. Kč bez DPH, a to alespoň u jedné z uvedených významných služeb,
4. relevantní popis poskytovaných služeb.

Seznam bude vytvořen formou tabulky ve struktuře uvedené na listě č. 1 Přílohy č. 9 Referenční tabulka!

1. **dle § 56 odst. 2 písm. b) zákona**

**Seznam členů realizačního týmu**

Technické kvalifikační požadavky splňuje uchazeč, který předloží seznam členů realizačního týmu, přičemž jeden ze členů týmu bude osobou odpovědnou za plnění předmětu veřejné zakázky (vedoucí realizačního týmu).

**Minimální počet členů realizačního týmu veřejné zakázky je stanoven na 2 osoby** (vedoucí realizačního týmu a alespoň jeden člen).

Vedoucí realizačního týmu musí splňovat následující podmínky:

1. Úspěšně ukončené vysokoškolské vzdělání.
2. Celková délka praxe v oblasti reklamy/ marketingu minimálně 5 let. Je požadováno, aby vedoucí týmu v posledních 3 letech realizoval alespoň 2 zakázky na zpracování a realizaci mediální kampaně v hodnotě minimálně 2 mil. Kč bez DPH,

Člen realizačního týmu musí splňovat následující podmínky:

1. Úspěšně ukončené středoškolské vzdělání.
2. Minimálně 3 roky trvalé praxe v oblasti mediálního nákupu;

Splnění výše uvedených požadavků uchazeč doloží předložením profesních životopisů členů týmu v následující struktuře:

* Jméno a příjmení osoby
* Označení pozice v rámci realizačního týmu (vedoucí/člen)
* Nejvyšší dosažené vzdělání včetně uvedení názvu školy
* Přehled profesní praxe, zejména pak vztahující se k předmětu této veřejné zakázky
* Údaj o tom, zda jde o zaměstnance uchazeče či osobu v jiném vztahu *(v případě subdodavatele viz odst. 5.1 této zadávací dokumentace)*.
* Dále uchazeč vyplní tabulku na listě č. 2 Přílohy 9 – Referenční tabulky.

Z popisu praxe uvedeného v životopise jednotlivých členů musí jednoznačně vyplývat prokazatelné zkušenosti v oblasti mediálního plánování/nákupu inzertního prostoru v médiích/realizace komunikačních kampaní tak, aby byla garantována odborná způsobilost nezbytná ke kvalitní realizaci předmětu veřejné zakázky.

Každý člen realizačního týmu také doloží prohlášení o souhlasu se zapojením do realizačního týmu (příloha č. 3 této zadávací dokumentace).

Dojde-li v průběhu platnosti smlouvy na realizaci veřejné zakázky ke změnám v týmu, vybraný uchazeč je povinen o takové skutečnosti Zadavatele neprodleně informovat. Nový člen realizačního týmu musí splňovat požadavky uvedené výše – dle své pozice v realizačním týmu   
a musí být Zadavatelem odsouhlasen.

* 1. **Společná ustanovení ke kvalifikaci**:
     1. **Pravost dokladů prokazujících splnění kvalifikace**

Dodavatel prokáže splnění kvalifikace ve všech případech příslušnými doklady předloženými v prostých kopiích. Zadavatel může před uzavřením smlouvy od vybraných uchazečů požadovat předložení originálů nebo ověřených kopií dokladů prokazujících splnění kvalifikace.

* + 1. **Stáří dokladů prokazujících splnění kvalifikace**

Doklady prokazující splnění základních kvalifikačních předpokladů a výpis z obchodního rejstříku nesmějí být ke dni podání nabídky starší 90 kalendářních dnů.

* + 1. **Důsledek nesplnění kvalifikace**

Dodavatel, který nesplní kvalifikaci v požadovaném rozsahu nebo nesplní povinnost postupovat podle § 58 zákona, bude Zadavatelem vyloučen z účasti v zadávacím řízení.

1. **Jiné požadavky a podmínky**
   1. **Subdodavatelé**

Při prokazování kvalifikace prostřednictvím subdodavatele je nutné respektovat ustanovení   
§ 51 odst. 4 a dále ustanovení § 69 odst. 2 zákona.

Uchazeč je ve své nabídce povinen specifikovat případné **subdodavatele**. Pokud se uchazeč rozhodne využít subdodavatele/subdodavatelů, musí specifikovat tu část veřejné zakázky, kterou má v úmyslu zajistit tímto způsobem.

* 1. **Sdružení dodavatelů**

Při prokazování kvalifikace v případě společné nabídky podané ve sdružení dodavatelů   
se postupuje dle ustanovení § 51 odst. 5 a 6 zákona. Podává-li nabídku sdružení více dodavatelů, musí být v takové nabídce doložena smlouva o sdružení obsahující závazek,   
že všichni tito dodavatelé budou vůči Zadavateli a třetím osobám z jakýchkoliv právních vztahů vzniklých v souvislosti s veřejnou zakázkou zavázáni společně a nerozdílně, a to po celou dobu plnění veřejné zakázky i po dobu trvání jiných závazků vyplývajících z veřejné zakázky. Dále bude ve společné nabídce výslovně uvedeno, který z dodavatelů bude vystupovat jménem sdružení (dodavatele).

* 1. **Použití specifických názvů**

Obsahují-li zadávací podmínky odkazy na obchodní firmy, názvy nebo jména a příjmení, specifická označení zboží a služeb, které platí pro určitou osobu, popřípadě její organizační složku za příznačné, patenty na vynálezy, užitné vzory, průmyslové vzory, ochranné známky nebo označení původu, je tomu tak výhradně z důvodu dostatečně přesného vymezení předmětu veřejné zakázky či zajištění kompatibility se stávajícím vybavením Zadavatele. Zadavatel však pro plnění veřejné zakázky výslovně připouští použití i jiných, kvalitativně a technicky obdobných řešení.

1. **Závazné obchodní podmínky**

Obchodní podmínky plnění veřejné zakázky jsou upraveny v závazném návrhu smlouvy o dílo, který je přílohou č. 6 této zadávací dokumentace (dále jen „návrh smlouvy“).

Uchazeč je oprávněn doplnit do návrhu smlouvy pouze údaje, které jsou označeny jako nedoplněné [DOPLNÍ UCHAZEČ], či údaje na místech, ze kterých to z logiky věci vyplývá a jejich vyplnění uchazečem se předpokládá.

Návrh smlouvy musí být ze strany uchazeče podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče, tj. statutárním orgánem nebo osobou k tomu statutárním orgánem zmocněnou či pověřenou v souladu se způsobem jednání jménem uchazeče; originál či úředně ověřená kopie zmocnění či pověření musí být v takovém případě součástí nabídky uchazeče. Předložení nepodepsaného návrhu smlouvy, popřípadě nepředložení zmocnění dle předchozí věty, není předložením řádného návrhu požadované smlouvy a nabídka uchazeče je v takovém případě neúplná.

Návrh smlouvy nesmí vyloučit či žádným způsobem omezovat oprávnění či požadavky Zadavatele, uvedené v zadávacích podmínkách. Uchazeč dále není oprávněn uvádět v návrhu smlouvy jakákoliv ustanovení o smluvních pokutách k tíži Zadavatele (Zadavatel připouští pouze zákonné sankce). V opačném případě se jedná o nesplnění zadávacích podmínek.

Návrh smlouvy předloží uchazeč v tištěné podobě a dále v elektronické podobě na CD či obdobném nosiči el. dat (Zadavatel doporučuje doložit smlouvu na CD ve formátu \*.doc/\*.docx).

1. **HODNOTÍCÍ KRITÉRIA, ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK**

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Zadavatel stanovil tato dílčí kritéria hodnocení s následující vahou:

1. **Celková nabídková cena bez DPH** …………………**60%**
2. **Kvalita kampaně** …………………**30%**
3. **Návrh vyhodnocení kampaně** ……………… **10%**
   1. **Hodnoticí kritéria** 
      1. *Celková nabídková cena*

Celková nabídková cena bude uchazečem uvedena v českých korunách (CZK). Nabídková cena musí být stanovena jednotkovou cenou za každou část plnění uvedenou v Příloze č. 5 této zadávací dokumentace.

V rámci tohoto dílčího kritéria a) „Celková nabídková cena“ bude nejlépe hodnocena nabídka s nejnižší celkovou nabídkovou cenou. Nejvýhodnější nabídce bude přiřazeno 100 bodů. Ostatní nabídky získají bodové ohodnocení dle vzorce: (hodnota nevhodnější nabídky / hodnota hodnocené nabídky) \* 100. Takto získané bodové hodnoty budou přepočítány váhou dílčího kritéria 60 %.

* + 1. *Kvalita kampaně*

Za účelem hodnocení nabídek v dílčím kritériu b) „Kvalita kampaně“ **předloží uchazeč návrh samotné kampaně a nákupu inzertního prostoru v médiích, ve kterém popíše rozsah a způsob zpracování jednotlivých částí plnění**.

 V rámci jednotlivých subkritérií, zvlášť pro tištěná a zvlášť online média, může být v každém přiznán minimálně 1 bod a maximálně 50, celkem tedy minimálně 2 body a maximálně 100 bodů.

**Zadavatel bude v rámci tohoto dílčího kritéria hodnotit**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. **Kvalita tisk** | Nejvhodnější nabídka bude obsahovat nejefektivnější mediální mix pro jednotlivé části kampaně zohledňující cíle kampaně i cílové skupiny uvedené v zadávací dokumentaci.  Nabídka bude popsána ve struktuře tabulky v Příloze č. 5 tak, aby byl jasně zřejmý počet výstupů v daném měsíci, vybraná média a další případné relevantní informace.  **Bude hodnocena celková čtenost všech nabízených titulů. Nejlépe bude hodnocena nabídka s nejvyšší celkovou čteností, která získá v rámci tohoto subkritéria 50 bodů.** | **1 - 50 bodů** |
| 1. **Kvalita internet** | Nejvhodnější nabídka bude obsahovat nejefektivnější mediální mix pro jednotlivé části kampaně zohledňující cíle kampaně i cílové skupiny uvedené v zadávací dokumentaci.  Nabídka bude popsána ve struktuře tabulky v Příloze č. 5.  **Bude hodnocen počet impresí. Nejlépe bude hodnocena nabídka s nejvyšším počtem impresí, která získá v rámci tohoto subkritéria 50 bodů.** | **1 – 50 bodů** |

Celkový počet získaných bodů v jednotlivých subkritériích hodnocení bude v rámci jedné nabídky sečten a vynásoben váhou dílčího kritéria 30 %.

* + 1. *Návrh vyhodnocení kampaně*

Zadavatel požaduje, aby efektivita finančních prostředků vynaložených na kampaň byla hodnocena v pravidelných periodách, a to vždy po ukončení každé části kampaně. Po ukončení části kampaně požaduje Zadavatel vypracování souhrnného hodnocení efektivity a celkových dopadů kampaně, které bude součástí každé dílčí hodnotící zprávy a závěrečné hodnotící zprávy. Tato zpráva je pak podkladem k proplacení nákladů za realizaci části kampaně, a to po jejím odevzdání a odsouhlasení Zadavatelem. Zadavatel požaduje, aby součástí každé dílčí zprávy byly i všechny výstupy z konkrétních tištěných médií (min. stránka s otištěným inzerátem, na které bude i datum vydání a název titulu), a dále printscreeny webových stránek s bannerovou reklamou z každého serveru, kde v dané části kampaně byly bannery uveřejněny (stačí 1 printscreen/server s uvedením konkrétní webové adresy a termínu, kdy byly bannery zobrazovány).

Pravidelné dílčí hodnocení po jednotlivých částech kampaně/celkové hodnocení kampaně po jejím ukončení bude sledovat následující kritéria. Za každý splněný požadavek získá uchazeč jeden bod.

|  |  |
| --- | --- |
| **Požadavek na zpracování vyhodnocení kampaně** | **ano / ne** |
| frekvence (periodicita) relevantních výskytů v jednotlivých tištěných médiích |  |
| kvantifikace těchto výstupů - celkově využitá plocha v tištěných médiích |  |
| souhrnný číselný přehled o celkovém množství mediálních výstupů v tištěných médiích |  |
| frekvence (periodicita) relevantních výskytů v internetových médiích |  |
| souhrnný číselný přehled o celkovém množství mediálních výstupů v internetových médiích |  |
| úspěšnost oslovení cílové skupiny v rámci všech vymezených mediálních kanálů. |  |

Jako nejvhodnější nabídka v rámci tohoto dílčího kritéria hodnocení bude hodnocena ta nabídka, která získá co nejvíce bodů za splnění požadavků ve výše uvedené tabulce. Nejvýhodnější nabídce bude přiřazeno 100 bodů. Takto získané bodové hodnoty budou přepočítány váhou dílčího kritéria hodnocení 10 %.

* 1. **Celkové hodnocení nabídek**

Body získané v jednotlivých dílčích kritérií hodnocení, přepočtené váhou příslušného dílčího kritéria hodnocení, budou v rámci jedné nabídky sečteny. Na základě součtu přepočtených bodů bude sestaveno pořadí nabídek s tím, že jako nejvhodnější nabídkou se stane nabídka, která dosáhne v celkovém součtu nejvyššího počtu bodů.

1. **LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK**

Nabídku je možno podávat osobně nebo poštou prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu sídla Zadavatele:

**Fond dalšího vzdělávání**

**Na Maninách 20**

**170 00 Praha 7**.

Osobní podání nabídky lze učinit na výše uvedené kontaktní adrese v době: Po – Čt od 9:30 do16:00 hod., Pá od 9:00 do 14:30 hod. oproti písemnému potvrzení o převzetí nabídky. V případě podání nabídky doporučeně poštou je nezbytné, aby byla nabídka Zadavateli doručena do konce lhůty pro podání nabídek. Za okamžik podání/doručení nabídky se považuje její fyzické převzetí podatelnou Zadavatele na výše uvedené adrese.

Nabídky musí být Zadavateli doručeny na shora uvedenou adresu nejpozději **6. 2. 2013 do 13.00 hod**.

Nabídky doručené Zadavateli po uplynutí stanovené lhůty nebudou otevírány. Opožděně podané nabídky zadavatel nevrací a ponechává je přiložené k dokumentaci o zadávání veřejné zakázky.

1. **DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM**

Uchazeč je oprávněn písemně po Zadavateli požadovat dodatečné informace k zadávacím podmínkám, a to prostřednictvím e-mailu: [martina.arnoldova@fdv.mpsv.cz](mailto:lenka.ferreira@fdv.mpsv.cz). Písemná žádost musí být na uvedený e-mail doručena nejpozději 6 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek.

Zadavatel nebude odpovídat na žádosti o dodatečné informace, které budou doručeny později, než 6 pracovních dnů před termínem pro podání nabídek, tedy ve lhůtě stanovené zákonem.

V rámci dodržení principu rovného zacházení se všemi uchazeči nemohou být dodatečné informace poskytovány telefonicky.

Všem dodavatelům dle § 49 odst. 3 zákona bude na e-mail, který dodavatelé uvedou při registraci na profilu Zadavatele pro účely získání zadávacích podmínek, zaslána informace o tom, že Zadavatel uveřejnil dodatečné informace k zadávacím podmínkám této veřejné zakázky na profilu Zadavatele <http://fdv.mpsv.cz/index.php/verejne-zakazky>. Dodatečné informace tak nebudou dodavatelům zasílány přímo, proto Zadavatel důrazně doporučuje, aby dodavatelé pečlivě sledovali uveřejňování dodatečných informací na profilu Zadavatele.

Zadavatel může poskytnout uchazečům dodatečné informace k zadávacím podmínkám i bez předchozí žádosti.

1. **ZADÁVACÍ LHŮTA**

Zadávací lhůta, tedy doba, po kterou je uchazeč svojí nabídkou vázán, začíná běžet okamžikem skončení lhůty pro podání nabídek a činí 120 dnů.

1. **Otevírání obálek s nabídkami**

Otevírání obálek s nabídkami uchazečů se uskuteční **ihned po uplynutí lhůty pro podání nabídek** na adrese sídla Zadavatele (viz odst. 1.1 či čl. 8 této zadávací dokumentace).

Otevírání obálek se mají právo účastnit uchazeči, jejichž nabídky byly doručeny ve lhůtě pro podání nabídek. Za jednoho uchazeče je oprávněn učastnit se otevírání obálek nejvýše jeden (1) zástupce uchazeče, který se prokáže relevantním pověřením podepsaným osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče. Zadavatel bude po přítomných uchazečích požadovat, aby svou účast při otevírání obálek stvrdili podpisem v listině přítomných uchazečů.

1. **POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY**
2. Uchazeč musí nabídku zpracovat na kompletní realizaci předmětu plnění veřejné zakázky v rozsahu vymezeném zadávacími podmínkami.
3. Varianty nabídky nejsou přípustné.
4. Nabídka se předkládá v listinné podobě v uzavřené obálce. Obálka s nabídkou musí být označena názvem zakázky, označením adresáta (Zadavatele) a označením odesílatele (uchazeče) včetně jeho adresy, obálka bude na uzavření opatřena razítkem uchazeče, případně podpisem.
5. Obálka musí být zabezpečena proti předčasnému otevření a musí být opatřena zřetelným nápisem:

VEŘEJNÁ ZAKÁZKA

**NÁKUP INZERCE V TISKU A ONLINE MÉDIÍCH**

NABÍDKA – NEOTEVÍRAT

1. Nabídka musí být zpracována písemně v českém jazyce a musí obsahovat jméno a příjmení kontatkní osoby uchazeče, včetně kontatkní a e-mailové adresy.
2. Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly Zadavatele uvést v omyl.
3. Nabídka bude vyhotovena v počtu 2 kusů, z toho 1 originál a 1 kopie (doporučení Zadavatele).
4. Zadavatel požaduje jako součást nabídky předložení veškeré textové a tabulkové části nabídky (s výjimkou úředních dokladů) v elektronické formě na vhodném médiu (nejlépe CD) ve formátech .doc/.docx, .xls/.xlsx, .pdf, nebo .html. Elektronická forma a obsah nabídky musí být v plné shodě s listinnou formou nabídky. Elektronická forma (CD) musí být v originálním vyhotovení nabídky, v kopii být může.
5. Za originál nabídky bude považována pouze listinná forma nabídek označená jako „Originál“.
6. Všechny listy musí být číslovány nepřerušovanou vzestupnou řadou čísel a musí být spojeny způsobem, který zabraňuje nežádoucí manipulaci s nimi.
7. Obsahové náležitosti nabídky:
   * + Krycí list nabídky v závazném členění - viz příloha č. 1 (vzor)
     + Doklady prokazující splnění kvalifikačních předpokladů uchazeče – viz požadavky dle čl. 4 zadávací dokumentace.

* 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 (viz příloha č. 4 zadávací dokumentace).
* Má-li uchazeč formu akciové společnosti, seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek (není-li takových akcionářů, podá uchazeč o této skutečnosti prohlášení) – viz příloha č. 4.
* Prohlášení uchazeče o tom, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního právního předpisu (zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže) v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou (viz příloha č. 4).
  + - Návrh cenové nabídky a její specifikace – oceněná příloha č. 5 této zadávací dokumentace,
    - Návrh smlouvy podepsaný osobou oprávněnou za uchazeče jednat a podepisovat v souladu se způsobem podepisování uvedeným ve výpise z Obchodního rejstříku popřípadě zmocněncem uchazeče a zpracovaný v souladu s touto zadávací dokumentací.

1. **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Krycí list nabídky (vzor)

Příloha č. 2: Prohlášení k prokázání základních kvalifikačních předpokladů

Příloha č. 3: Prohlášení o souhlasu se zapojením do realizačního týmu

Příloha č. 4: Prohlášení ke splnění požadavků dle § 68 odst. 3 zákona

Příloha č. 5: Cenová nabídka a její specifikace (tabulka Excel)

Příloha č. 6: Závazný návrh smlouvy

Příloha č. 7: Mediaplán

Příloha č. 8 Čestné prohlášení o ekonomické způsobilosti splnit veřejnou zakázku dle § 50 odst. 1 písm. c) – vzor

Příloha č. 9: Referenční tabulka – 2 listy

V Praze dne 19. 12. 2012

…………………………………………

**Ing. Pavel Kryštof, ředitel**

Fond dalšího vzdělávání

1. *jde-li o právnickou osobu, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu a je-li statutárním orgánem dodavatele či členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu této právnické osoby; podává-li nabídku či žádost o účast zahraniční právnická osoba prostřednictvím své organizační složky, musí předpoklad podle tohoto písmene splňovat vedle uvedených osob rovněž vedoucí této organizační složky; tento základní kvalifikační předpoklad musí dodavatel splňovat jak ve vztahu k území České republiky, tak k zemi svého sídla, místa podnikání či bydliště* [↑](#footnote-ref-1)