



ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Zakázka je zadávána ve smyslu zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „ZZVZ“)

Druh zadávacího řízení:

OTEVŘENÉ ŘÍZENÍ

Předmět veřejné zakázky:

SLUŽBY

Režim veřejné zakázky:

NADLIMITNÍ REŽIM

Název veřejné zakázky:

**Rámcová dohoda- Informační a propagační
kampaň na podporu kvalitních potravin –
expoziční část**

Tato zadávací dokumentace (dále jen „ZD“) je vypracována jako podklad pro podání nabídek do otevřeného řízení v nadlimitním režimu k veřejné zakázce na služby s názvem **„Rámcová dohoda- Informační a propagační kampaň na podporu kvalitních potravin – expoziční část“** a spolu se všemi svými přílohami představuje soubor dokumentů, údajů, požadavků a technických podmínek zadavatele.

V souladu s ustanovením § 36 odst. 4 ZZVZ zadavatel uvádí, že část zadávací dokumentace, a to Příloha č. 6 – Architektonický návrh expozice Země živitelka, byla vypracována firmou **McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY**, IČ 17046041, se sídlem Riegrovy sady 28, Vinohrady, 120 00 Praha 2.

Podáním nabídky do tohoto zadávacího řízení přijímá dodavatel plně a bez výhrad zadávací podmínky, včetně všech příloh a případných dodatků a dodatečných informací k této ZD.

Kompletní ZD pro tuto veřejnou zakázku je uveřejněna na profilu zadavatele.

1. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE ZADAVATELE

ZADAVATEL:	Státní zemědělský intervenční fond (SZIF)
SÍDLO:	Ve Smečkách 33, 110 00 Praha 1
IČ:	481 33 981
ZASTOUPENÝ:	Mgr. Janem Havlíčkem, ředitelem Sekce správních činností
PROFIL ZADAVATELE	https://zakazky.szif.cz/

KONTAKTNÍ OSOBA ZADAVATELE:	Mgr. Lenka Rychlovská
TEL.:	+420 735 711 379
EMAIL:	<u>Lenka.Rychlovska@szif.cz</u>

2. VYMEZENÍ PŘEDMĚTU PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

ÚVOD

Národní značka kvality KLASA byla zavedena Ministerstvem zemědělství ČR v roce 2003, jako nástroj zvyšující hodnotu oceněných domácích potravinářských výrobků. Jejím smyslem bylo na straně jedné marketingově podpořit aktivity českých producentů potravin, na straně druhé pak informovat spotřebitele, že ve srovnání s obdobnými zahraničními produkty nakupují minimálně stejně kvalitní a navíc domácí výrobek.

Značka KLASA byla takto udělována až do května 2007, kdy České republice vypršela výjimka v oblasti národní podpory, která byla udělena při vstupu ČR do EU. V propagaci značky KLASA se již nadále nemohl objevovat odkaz na tuzemský původ potravin. Podmínky pro udělování značky KLASA se proto upravily a nyní směřují primárně k podpoře výrobků, které vykazují výjimečné kvalitativní charakteristiky, které zvyšují jeho přidanou hodnotu a zaručují jeho jedinečnost ve vztahu k běžným výrobkům dostupným na trhu. Při splnění těchto a samozřejmě dalších podmínek vymezených v Pravidlech pro udělování značky KLASA může dojít k ocenění výrobků značkou KLASA i od zahraničních výrobců.

Na základě rozhodnutí Komise EU byly k 31. 12. 2014 ukončeny všechny režimy podpor na dobu neurčitou, mezi které spadala i podpora značky KLASA. Pokud členský stát chtěl pokračovat v podporách, musel si nechat Komisi EU všechny programy schválit (notifikovat). Na základě této skutečnosti bylo rozhodnuto, že bude notifikována nová podpora s názvem „Propagační kampaň na podporu kvalitních potravin“ v rámci které bude využit komunikační potenciál značky KLASA.

Během deseti let se podařilo vybudovat značce KLASA vysokou spontánní znalost a značka samotná se stala jednou z nejrespektovanějších značek kvality v rámci České republiky. Ze spotřebitelského pohledu je značka KLASA důvěryhodný a jednoduchý způsob, jak zjednodušit orientaci výběru kvalitních potravin na přesycených trzích. Bohužel kvalitní potravinová produkce stále prohrává svůj souboj s výrobky méně kvalitními, ale levnějšími. K zlepšení situace nemůže dojít bez zvýšené informovanosti zákazníků. Cílem je stav, kdy i zákazník v ekonomické tísní si při nákupu uvědomí, že nízká cena výrobku je vykoupena nízkou kvalitou výrobku a s tím spojenými možnými dopady na zdravotní stav jedince i celé jeho rodiny. Kvalita, jistota a tradice, to jsou hlavní atributy, které je potřeba komunikovat a naučit spotřebitele upřednostňovat kvalitní potraviny s vyšší přidanou hodnotou.

Klasifikace předmětu veřejné zakázky dle CPV

Název	CPV
Podnikatelské a manažerské poradenství a související služby	79400000-8

Reklamní a marketingové služby	79340000-9
--------------------------------	------------

2.2 Předmět veřejné zakázky

Předmětem veřejné zakázky je uzavření rámcové dohody dle § 131 ZZVZ s jedním dodavatelem na poskytování expozičních služeb směřujících ke komunikační podpoře kvalitních potravin na období 3 let od účinnosti rámcové dohody.

Předmětem veřejné zakázky je zejména:

- Návrh expozice.
- Realizace expozice.
- Veškeré služby související s provozem expozic.
- Ostatní služby spojené s realizací zakázky.

Podrobná specifikace předmětu veřejné zakázky je dále obsažena v návrhu rámcové dohody (příloha č. 2 zadávací dokumentace Rámcová dohoda). Přílohou návrhu Rámcové dohody je rovněž tabulka jednotkových cen obsahující specifikaci dílčích plnění (příloha č. 2 Rámcové dohody).

Jednotlivé dílčí smlouvy na plnění předmětu veřejné zakázky budou uzavírány na základě Rámcové dohody postupem podle § 134 odst. 1 ZZVZ, tj. bez obnovení soutěže. Při postupu podle § 134 odst. 1 ZZVZ může zadavatel požádat účastníka Rámcové dohody o doplnění nabídky, v případě, že bude zadavatel požadovat plnění, které není předmětem tohoto zadávacího řízení a je-li to pro plnění veřejné zakázky nezbytné.

Zadavatel si vyhrazuje možnost zrušit veřejnou zakázku nebo neuzavírat dílčí smlouvy s vybraným dodavatelem na realizaci veřejné zakázky postupem podle § 134 odst. 1 ZZVZ v případě, že nebude mít dostatečné finanční prostředky (např. zadavatel neobdrží ze státního rozpočtu finanční prostředky na realizaci veřejné zakázky nebo poskytnuté finanční prostředky by nepokryly plnění veřejné zakázky v celé výši).

2. 3. Filozofie dalšího využití značky kvalitní potravina

Primárním cílem dalšího komunikačního využití značek kvality je vzdělávání (edukace) spotřebitelů v otázkách kvality potravin a to na základě komunikačního propojení s Propagační kampaní na podporu kvalitních potravin. Takové nasměrování projektu jednak podpoří výrobce kvalitních potravin a posléze může vést k rozšíření jejich sortimentu, dále bude výrobce motivovat k zařazení takových potravin do výrobního portfolia, na straně druhé bude motivovat prodejce, aby pod tlakem požadavků spotřebitelů zvyšovali zastoupení kvalitní potravinové produkce v obchodní síti. Informační kampaň a propagační kampaň se stane zároveň i programem podporujícím zdravé stravování obyvatelstva, jako prevenci před vznikem civilizačních chorob. Informační kampaň kvalitních potravin (díky dostatečné znalosti značky) bude probíhat zejména v místech prodeje, kde bude zároveň využíván synergický efekt s Propagační kampaní na podporu kvalitních potravin.

Co by měly značky kvality spotřebiteli přinášet:

- Pracuje téměř výhradně na emotivní úrovni - přináší spotřebiteli dobrý pocit z dobré volby.
- Jistotu volby - znamená, že zákazník nakupuje výrobek, který není nejlevnější, na druhou stranu splňuje řadu jiných kritérií (vypadá, voní a chutná, tak jak má).
- Značka přináší spotřebitelům osvětu a podtrhuje některé ze současných trendů (původ potravin, původ surovin, obsažené aditiva, pracovní síla atd.).
- Umožňuje se intuitivně a rychleji orientovat v nabídce výrobků (pokud hledám kvalitní výrobek a nechci číst složení, původ a další informace a potom si to všechno vyhodnotit a rozhodnout se).

a) Funkční benefity:

- Zjednodušuje výběr kvalitních výrobků.
- Kvalitní suroviny výrobků.
- Důraz na kvalitu zpracování a výroby (hygienické a výrobní požadavky).
- Šíře sortimentu pod značkou Klasa pro celou rodinu.
- Značkové potraviny.

b) Emoční benefity:

- Důvěra v kvalitu jídla.
- Osvědčenost výrobků.
- Výrobky, na které můžeme být pyšní.
- Oblíbenost/známost výrobků - některé lovebrands.
- Výrobci, kteří svou produkci s láskou opečovávají.
- Tradice, podpora tradiční produkce – původní a zajímavé produkty.
- Chuť.

2. 4. Marketingový problém, který by reklama měla pomoci řešit

Základním marketingovým problémem je skutečnost, že čeští spotřebitelé jsou při nákupu potravin primárně orientováni pouze na cenu bez toho, aby tuto poměřovali odpovídající kvalitou potravin, případně neumí kvalitu dostatečně definovat a tedy i rozpoznat.

Stávajícím problémem značek kvality je, že pouze menší část respondentů preferuje nákup potravin se značkou kvality, jsou to spíše ženy hospodyně ve středním věku. Mladší cílové skupiny označením kvality nevěří, starší cílové skupiny se orientují více na cenu. Současně při stávající obrovské záplavě značek zaručujících kvalitu, se spotřebitel přestává orientovat a v konečném důsledku stále méně a méně jakékoli značce důvěřuje. Klesá tak důvod věřit značkám kvality i značce KLASA samotné. Spotřebitel tak postrádá důvod připlácet si za kvalitní potraviny nesoucí značku kvality. Je tedy pravděpodobné, že na potraviny s garancí kvality se programově orientuje pouze tato desetina, ostatní spotřebitelé se při nákupu řídí značkami kvality jen příležitostně. Samotná znalost značek kvality neznamena automaticky jejich podporu a to vše především z důvodu velkého množství nejrůznějších označení kvality, ve kterých se spotřebitel špatně orientuje, a hůře se mu rozlišují a

zároveň také z důvodu nejednoznačnosti a ploché znalosti znaků, výjimečných vlastností těchto kvalitních výrobků odlišujících je od průměru.

2. 5. Řešení marketingového problému

Cílem první etapy komunikace značky v letech 2006-2008 bylo seznámit cílovou skupinu s existencí značky KLASA a rychle vybudovat její znalost. V druhé etapě komunikace 2009 – 2011 se komunikace zaměřila na fyzické a produktové hodnoty značky s cílem naučit spotřebitele rozeznávat kvalitativní rozdíly mezi jednotlivými potravinami a zároveň jim ulehčovat výběr a nákup těchto potravin.

Cílem další etapy komunikace 2015+ byl posun komunikační strategie do úrovně spotřebitelských benefitů značky, aby spotřebitel jasně pochopil, proč se mu vyplatí preferovat a kupovat kvalitní potraviny a to zejména ty označené značkou KLASA a ostatními státem garantovanými značkami kvality Regionální potravina, ZTS, CHZO, CHOP, BIO. Komunikace značky se zaměřila na edukaci o spotřebitelských benefitech a byla maximálně zacílena do spotřebitelských okamžiků, které jsou pro výběr a nákup potravin nejdůležitější. V rámci této edukace byla značka KLASA využita jako „arbitr“ kvality, aby spotřebitel jasně pochopil, proč se mu vyplatí preferovat a kupovat kvalitní potraviny a že neudělá chybu, když si koupí ty označené některou se značek kvality. Symbolem komunikace se stal panáček Klasáček, milý a nenucený společník přátelského charakteru, který vzdělával spotřebitele, vysvětloval na co je dobré a důležité se při výběru a nákupu zaměřit.

Na základě této kampaně došlo k zásadnímu obratu ve spotřebitelských preferencích, ke změně spotřebitelského chování a k novému trendu nákupu kvalitnějších potravin v České republice. Na tyto výsledky navazuje i komunikace pro období let 2018 – 2020.

Výsledkem synergické komunikace po roce 2020 bude stav, kdy státem garantované značky kvality – KLASA, Regionální potravina, ZTS, CHZO, CHOP, BIO budou vnímány jako potvrzení kvality výrobku a spotřebitel bude dávat takto označeným potravinám automaticky přednost a zároveň bude preferovat ostatní kvalitní produkci.

2. 6. Co chceme sdělit v následujícím období

„Při nákupu jasně vím, proč se mi vyplatí koupit kvalitní výrobek (označený značkou kvality).“

Cílem komunikace tedy bude spotřebitele seznámit s odpovědí na otázku „Co je tou kvalitou, která se mi vyplatí, a jak ji jednoduše poznám“.

Výsledkem úspěšné komunikace bude stav, kdy zákazník při nákupu preferuje potraviny s garantovanou kvalitou a vytváří tlak na prodejce, aby měli ve svých prodejnách co největší šíři takových produktů k dispozici.

2. 6. 1. Požadované kvalifikované výsledky kampaně

➤ Široká veřejnost

- Zvýšit úroveň edukace veřejnosti v otázce kvality potravin a jejich spotřebitelských přínosech s využitím značky kvality jako garanta projektu.
- Ovlivnit nákupní chování zaměřením komunikace na téma jakosti a kvality potravin.
- Udržet spontánní znalost značky KLASA na stávající úrovni.
- Udržet podpořenou znalost značky KLASA na stávající úrovni.

➤ Výrobci

- Zajistit komunikační předpoklady pro zvýšení prodejnosti kvalitních potravin.
- Zvýšit zájem výrobců o propůjčení označení loga KLASA, případně dalších značek kvality.

➤ Distributoři a prodejci potravin KLASA

- Zvýšit zalistování a prodej kvalitních potravin s označením kvality v klíčových obchodních řetězcích České republiky.

➤ Odborná veřejnost + média v České republice

- Zvýšit zájem odborné veřejnosti o problematiku kvality potravin, a to jak na národní, tak na regionální úrovni.
- Zvýšit zájem novinářské veřejnosti o problematiku kvality potravin, a to jak na národní, tak na regionální úrovni.

2. 7. Komu to chceme sdělit - definice cílových skupin

PRIMÁRNĚ:

- Široká veřejnost – z populace 25-60 let.
- Ženy hospodyně 25 – 50 let, které se více (než ostatní segmenty) nechávají při nákupu ovlivnit značkami kvality. Cílem je využít této cílové skupiny pro přesvědčení široké veřejnosti (WOM).
- Mladí do 25 let.

Personalita spotřebitele:

- Pečuje o sebe, zajímá ho, co jí.
- Myslí na budoucnost, myslí v souvislostech.
- Není tak bohatý, aby si mohl dovolit kupovat levné věci.
- Má odpovědnost k sobě a k okolí.
- Je trendy/chce být trendy/chce být vnímán, že je trendy.
- Je to vlastenec, patriot, je hrdý na české výrobky, české podniky, českou pracovní sílu.

- Je pečující, starající se.
- Rodinné hodnoty jsou pro něj na prvním místě.

SEKUNDÁRNĚ:

- Výrobci – současní i potencionální držitelé značky.
- Distributoři a prodejci potravin KLASA.
- Odborná veřejnost a média v České republice.
- Zákonodárné orgány, orgány státní správy a samosprávy.
- Zástupci Evropského parlamentu a Evropské komise.

2. 8. Jak to chceme sdělit

Formou prezentace značek kvality a držitelů značek kvality/výrobců a jejich výrobků na jednotlivých výstavách a veletrzích.

3. DOBA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Doba plnění veřejné zakázky: 3 roky od účinnosti rámcové dohody.

4. MÍSTO PLNĚNÍ

Místem plnění je Česká republika, Spolková republika Německo, Francouzská republika

5. PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky	55 000 000 Kč bez DPH
--	------------------------------

6. POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

Nabídková cena bude uvedena ve struktuře tabulky jednotkových cen dle Přílohy A ZD (po vyplnění bude tvořit Přílohu č. 2 Rámcové dohody – Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury). Účastník je povinen uvést ceny pro každé dílčí plnění uvedené v tabulce jednotkových cen. Zadavatel upozorňuje, že účastník je povinen ocenit všechny položky uvedené v tabulce jednotkových cen tak, aby zohledňovaly veškeré ekonomické náklady nutné na pořízení konkrétní položky. **Uvedení nulové nabídkové ceny (u kterékoli položky) povede k vyřazení nabídky ze zadávacího řízení.**

Účastník není oprávněn zasahovat (ve formě úprav) do předmětu dílčího plnění nebo specifikace dílčího plnění uvedeného v tabulce jednotkových cen, není-li v konkrétním případě uvedeno v tabulce nebo v této zadávací dokumentaci výslovně jinak. Účastník je povinen vyplnit cenové části tabulky, tj. cenu za konkrétní plnění bez DPH, případně sazbu DPH a cenu s DPH, kde jsou požadovány.

Nabídkové ceny budou uvedeny v české měně.

Způsob hodnocení jednotlivých nabídkových cen je popsán v čl. 11 této ZD.

Jednotkové ceny uvedené účastníkem v tabulce jednotkových cen (Příloha č. 2 Rámcové dohody) budou pro účastníka závazné po celou dobu plnění této veřejné zakázky. Jednotkové ceny plnění jsou po celou dobu plnění nejvýše přípustné a obsahují veškeré náklady účastníka nezbytné k realizaci nabízeného plnění.

Pro účely Rámcové dohody platí, že nebude-li pro konkrétní dílčí reklamní službu, resp. soubor reklamních služeb v Příloze č. 2 příslušné Rámcové dohody stanovena dílčí jednotková cena, bude cena takových služeb určena dle povahy a předpokládaného rozsahu těchto služeb postupem dle ZZVZ.

7. OBCHODNÍ PODMÍNKY

7.1 Dodavatel, resp. účastník je povinen ve své nabídce podat návrh Rámcové dohody dle přílohy č. 2 ZD, přičemž není oprávněn činit jiné změny či doplnění návrhu dohody, s výjimkou údajů, které jsou výslovně vyhrazeny pro doplnění ze strany dodavatele.

Návrh Rámcové dohody bude přiložen včetně příloh.

7.2 Účastník zadávacího řízení v návrhu Rámcové dohody uvede jméno osoby, svého zaměstnance, která bude určena jako kontaktní osoba pro plnění všech služeb vyplývajících z tohoto zadávacího řízení.

7.3 Účastník je oprávněn zajišťovat plnění předmětu veřejné zakázky prostřednictvím poddodavatelů.

8. PODMÍNKY A POŽADAVKY ZADAVATELE NA OBSAH A ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

Účastník zadávacího řízení musí nabídku zpracovat na kompletní zajištění předmětu plnění. Varianty nabídky jsou nepřípustné.

8.1 Požadavky na obsah nabídky s návrhem předmětu plnění veřejné zakázky:

8.1.1 Zajištění výstavní expozice kvalitních potravin na veletrhu Země živitelka

Nabídka musí obsahovat celkové finanční náklady sestavené na základě přiloženého architektonického návrhu výstavní expozice na výstavě Země živitelka. K detailnímu vykreslení požadavků účastník využije podrobných pokynů a grafických podkladů, které jsou obsaženy v popisu a grafických podkladech expozice, které tvoří přílohu č. 5 a přílohu č. 6 zadávací dokumentace. Nabídka musí obsahovat nabídkovou cenu za kompletní realizaci expozice A1.1, uvedenou v tabulce jednotkových cen „A1 Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ (příloha č. 2 rámcové smlouvy). Nabídka musí obsahovat i podrobnou kalkulaci nabídkové ceny za kompletní realizaci expozice v položkovém rozpočtu Země živitelka, který tvoří přílohu č. 7 zadávací dokumentace, a po vyplnění bude tvořit přílohu č. 3 Rámcové smlouvy.

Účastník uvede nabídkovou cenu za kompletní realizaci výstavní expozice Země živitelka v požadované podobě, ve formě nabídkové ceny za kompletní realizaci expozice, která bude součástí karty „A1. Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ tabulky jednotkových cen (příloha č. 2 Rámcové smlouvy). Tato nabídková cena bude obsahovat jak náklady navržené podoby expozice Země živitelka, tak všechny ostatní mandatorní náklady spojené s realizací výstavní expozice Země živitelka.

8. 1. 2 Architektonický návrh výstavní expozice

Nabídka musí obsahovat 2D a 3D architektonický návrh výstavní expozice, jejíž účel je čistě kontraktní. Zadavatel hledá možnost, jak se prezentovat na zahraničním veletrhu tzn. expozice by měla reflektovat současné trendy z oblasti výstavářství a to především využitím atypických prvků, ve stylu moderního designu při zachování maximální funkčnosti expozice. Pro posouzení potenciálu uchazeče navrhnout moderní výstavní expozici požaduje zadavatel od uchazeče předložení nového návrhu výstavní expozice, která musí splňovat tyto mandatorní prvky:

- Architektonický návrh expozice s uplatněním moderních výstavářských prvků a vizuálních prvků související s vhodnou prezentací kvalitních potravin na zahraničním veletrhu.
- Realizace stánku o rozloze 166,25 m² (17,5 m x 9,5 m), ostrovní expozice.
- Podlahová krytina: např. plovoucí podlaha nebo jiné podlahové materiály (koberec, linoleum).
- Příslušenství, tj. nábytek, vybavení kuchyňky, jednacích místností (stoly, židle, barové židle, uzamykatelné skřínky pro výrobce, zadavatele a personál, věšáky na kabáty, odpadkové koše atd.).
- Označení výstavního stánku s uplatněním log značek kvality (KLASA, RP, Bio, chráněná evropská označení).
- Grafika vnější i vnitřní části expozice (zasedací místnost).
- Dílčími úseky expozice budou: 18 x pracovní informační pult pro výrobce s uzamykatelnými skřínkami (každá skříňka bude mít jiný zámek) a dvě barové židle, 1 x stůl a dvě židle u každého výrobce, 1x informační pult pro zadavatele (rozměr délka pultu min 2 m) a dvě barové židle.
- Každý pult bude vybaven elektrickou zásuvkou.

- **Celkový počet výrobců je 18 – různorodá produkce (mléčné výrobky, uzeniny, raw výrobky,...).**
- **Celkový počet chladících vitrín pro výrobce je 9 ks.**
- **Celkový počet prezentačních míst pro nechlazené výrobky je 9 ks;** (Zadavatel očekává návrh moderní varianty prezentace vzorků).
- **Prezentační pult každého výrobce** bude označen logem výrobce (uvést slepým textem).
- **Informační pult pro zadavatele** (celoplošná grafika) se dvěma židlemi, kde bude probíhat ochutnávka oceněných potravin všech přítomných výrobců v rámci expozice po celou dobu výstavy a také informování odborné veřejnosti.
- Jednací prostor s 4 čtvercovými stoly a židlemi pro min. 16 osob, vybavený všesákem, v případě uzavřeného jednacího prostoru použití grafiky zhotovené v souladu s prezentací kvalitních potravin.
- Samostatná kuchyňka s následujícím vybavením: lednice pro catering, regály v dostatečném počtu, dřež, rychlovarná konvice, kávovar-presso, myčka, přiměřený počet kompletních sad nádobí, příbory, přiměřený počet sad nápojového skla (pivo, nealko, sklenice na červené a bílé víno a destiláty), všesák.
- Zakomponování dvou nosných sloupů haly do návrhu expozice kvalitních potravin (viz příloha č. 8a a 8b Umístění sloupů).
- **Zázemí pro výrobce umístěný v rámci expozice, sloužící k příp. uskladnění jejich zboží vč. prezentačních materiálů s dostatečným množstvím polic pro všechny vystavovatele, všesáky na oblečení, uzamykatelné skříňky pro zadavatele, příp. realizátora, 9 x lednice pro výrobce.**

Preferencí zadavatele je, aby architektonický návrh expozice obsahoval finální podobu grafiky stánku (návrh polepů), která by měla odpovídat zaměření výstavní expozice, tj. výrazně označena, že se jedná o národní expozici České republiky a dále prezentace výrobců, kteří jsou držiteli značek kvality, včetně umožnění prezentace takto oceněných potravin.

Součástí architektonického návrhu bude i podrobný položkový rozpočet expozice, který musí obsahovat i podrobnou kalkulaci nabídkové ceny za kompletní realizaci expozice v položkovém rozpočtu Země živitelka (viz příloha č. 7), který uchazeč případně doplní o položky (dle jeho architektonického návrhu), které neobsahuje Položkový rozpočet Země živitelky. Tato nabídková cena bude obsahovat jak náklady navržené nové podoby expozice, tak všechny ostatní mandatorní náklady spojené s realizací výstavní expozice.

Uvedená cena nebude předmětem hodnocení cenové nabídky. Bude sloužit pouze pro porovnání s cenovou nabídkou expozice dle čl. 8. 1. 1 a k vyhodnocení efektivity vynaložených finančních prostředků mezi variantami řešení.

8. 2 Další požadavky na zpracování nabídky

Lhůta pro podání nabídek:	30. 5. 2019 do 10:00 hod
----------------------------------	---------------------------------

Adresa pro podání nabídek:

<https://zakazky.szif.cz/vz00000035>

Dodavatel může podat nabídku výhradně elektronickými prostředky prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK na výše uvedené adrese. Zadavatel nepřipouští podání nabídky v listinné podobě ani v jiné elektronické formě.

Nabídky v elektronické podobě zadavatel otevře po uplynutí lhůty pro podání nabídek. Otevírání nabídek bude probíhat bez účasti veřejnosti.

Nabídky doručené zadavateli po uplynutí stanovené lhůty nebudou posuzovány a hodnoceny.

Nabídky se podávají v českém jazyce. Doklady ve slovenském jazyce a doklad o vzdělání v latinském jazyce se předkládají bez překladu.

Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.

Zadavatel doporučuje předložit nabídku v následující struktuře:

- Krycí list nabídky (účastník použije Přílohu č. 1 ZD)
- Kvalifikace – (doklady prokazující splnění způsobilosti dle bodu 10. ZD)
- Nabídková cena v členění dle bodu 6. ZD
- Vyplněný návrh rámcové dohody včetně příloh dle Přílohy č. 2 této ZD
- Ostatní údaje, které tvoří nabídku

Nabídkové ceny související s nabídkou, budou účastníkem specifikovány za jednotlivá dílčí plnění v tabulce jednotkových cen „ Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“, která tvoří Přílohu A zadávací dokumentace a vyplněná bude tvořit přílohu č. 2 Rámcové dohody pro plnění veřejné zakázky.

9. DALŠÍ ZADÁVACÍ PODMÍNKY

9. 1 Zadavatel může vyloučit účastníka zadávacího řízení, který je akciovou společností, nebo má právní formu obdobnou akciové společnosti a nemá vydány výlučně zaknihované akcie. U vybraného dodavatele ověří naplnění tohoto důvodu pro vyloučení na základě informací uvedených v obchodním rejstříku. Pokud z informací v obchodním rejstříku vyplývá naplnění tohoto důvodu, zadavatel vybraného dodavatele ze zadávacího řízení vyloučí.

9. 2 Poddodavatelé

V případě, že část veřejné zakázky bude plněna formou poddodávky, požaduje zadavatel uvést v nabídce účastníka, jaká konkrétní část plnění veřejné zakázky bude plněna prostřednictvím poddodavatele. V případě, že dodavatel prokázal splnění části technické kvalifikace a profesní způsobilosti (s výjimkou kritéria podle § 77 odst. 1 ZZVZ)

prostřednictvím poddodavatele, tak součástí nabídky budou dokumenty prokazující splnění kvalifikace dle § 83 odst. 1 a 2 ZZVZ.

9.3 Ověření informací

Zadavatel může v souladu s ustanovením § 39 odst. 5 ZZVZ ověřovat věrohodnost údajů, dokladů, vzorků nebo modelů poskytnutých účastníkem a může si je opatřovat také sám.

- 9.4 Dodavatel, který je zapsán v Obchodním rejstříku, musí mít ve sbírce listin Obchodního rejstříku uveřejněny účetní závěrky, a to alespoň za poslední tři roky uplynulé před více než 12 měsíci, pokud dodavatel existuje po dobu kratší než 3 roky, musí mít uveřejněny ve sbírce listin Obchodního rejstříku účetní závěrky pouze za dobu své existence před více než 12 měsíci. V případě nesplnění této podmínky zadavatel vyloučí tohoto účastníka zadávacího řízení.

10. POŽADAVKY NA PROKÁZÁNÍ KVALIFIKACE

Kvalifikovaným pro plnění veřejné zakázky je dodavatel, který prokáže splnění:

- a) základní způsobilosti podle § 74 ZZVZ (specifikováno v bodě 10.1.),
- b) profesní způsobilosti podle § 77 odst. 1 a 2 písm. a) ZZVZ (specifikováno v bodě 10.2.)
- c) technické kvalifikace podle § 79 odst. 2 písm. b) a d) ZZVZ (specifikováno v bodě 10.3.)

Zadavatel neumožňuje prokázání kvalifikace prostřednictvím čestného prohlášení dle § 86 ZZVZ.

10.1 Základní způsobilost

Způsobilým **není** dodavatel (účastník), který:

- a) byl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením zadávacího řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 ZZVZ nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele; k zahlázeným odsouzením se nepřihlíží; jde-li o právnickou osobu, musí tuto podmínku **tato právnická osoba a zároveň každý člen statutárního orgánu**, a je-li členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí tuto podmínku splňovat **tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu dodavatele**; účastní-li se zadávacího řízení pobočka závodu zahraniční právnické osoby, musí uvedenou podmínku splňovat **tato právnická osoba a vedoucí pobočky závodu**; účastní-li se zadávacího řízení pobočka závodu české právnické osoby, musí uvedenou podmínku splňovat **tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu dodavatele a vedoucí pobočky závodu**,
- b) má v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek,

- c) má v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění,
- d) má v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti,
- e) je v likvidaci, proti němuž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku, vůči němuž byla nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu nebo obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

Dodavatel prokazuje splnění základní způsobilosti ve vztahu k České republice v souladu s § 75 odst. 1 ZZVZ předložením:

- a) **výpisu z evidence Rejstříku trestů** pro bod 10. 1. písm. a) zadávací dokumentace; je-li dodavatelem právnická osoba, musí tuto podmínku splňovat tato právnická osoba a zároveň každý člen statutárního orgánu. Je-li členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí tuto podmínku splňovat tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu ve statutárním orgánu dodavatele,
- b) **potvrzení příslušného finančního úřadu** ve vztahu k bodu 10. 1. písm. b) zadávací dokumentace,
- c) písemného **čestného prohlášení ve vztahu ke spotřební dani** ve vztahu k bodu 10. 1. písm. b) zadávací dokumentace,
- d) **písemného čestného prohlášení ve vztahu k veřejnému zdravotnímu pojištění** k bodu 10. 1. písm. c) zadávací dokumentace,
- e) **potvrzení příslušné okresní správy sociálního zabezpečení** ve vztahu bodu 10. 1. písm. d) zadávací dokumentace,
- f) **výpisu z obchodního rejstříku**, nebo předložením písemného čestného prohlášení v případě, že není v obchodním rejstříku zapsán, ve vztahu k bodu 10. 1. písm. e) zadávací dokumentace.

10. 2 Profesní způsobilost

Dodavatel prokazuje splnění profesní způsobilosti ve vztahu k České republice předložením

- a) výpisu z obchodního rejstříku nebo jiné obdobné evidence, pokud jiný právní předpis zápis do takové evidence vyžaduje dle § 77 odst. 1 ZZVZ,
- b) dokladu o oprávnění k podnikání v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, dle § 77 odst. 2 písm. a) ZZVZ, **zejména** živnostenského oprávnění na činnost: „Zprostředkování obchodu a služeb“, „Poradenská a konzultační činnost, zpracování odborných studií a posudků“, „Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení“, „Služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy“ nebo „Provozování kulturních, kulturně vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí“.

10. 3 Technická kvalifikace

A.

Zadavatel zohlednil při návrhu zadávacích podmínek zejména riziko, aby vybraný dodavatel byl schopen poskytovat svá plnění řádně, včas a na vysoké odborné úrovni a za tomu odpovídajících finančních podmínek. Tomu odpovídá požadavek na předložení seznamu významných služeb v objemech, které vzhledem k předpokládané hodnotě příslušné veřejné zakázky nebudou ve vztahu k účastníkům diskriminační.

Požadavek na předložení významných služeb má garantovat, že účastník má zkušenost s realizací vybrané části reklamní kampaně a tuto dokáže průběžně financovat z vlastních zdrojů, protože platby od zadavatele je možné realizovat až po realizaci dílčích realizačních smluv, což u některých projektů může být i v řádu měsíců.

Účastník zadávacího řízení prokáže splnění technické kvalifikace dle § 79 odst. 2 písm. b) ZZVZ předložením seznamu minimálně **1 významné služby** realizované v posledních 3 letech před zahájením zadávacího řízení včetně uvedení ceny a doby jejího poskytnutí a identifikace objednatele včetně jeho kontaktních údajů, na kterých je možné ověřit poskytnutí plnění ze strany účastníka.

Za významnou službu se považují služby obdobného obsahu jako je předmět plnění této veřejné zakázky, tj. realizace obdobných projektů v oblasti návrhů a realizace výstavních expozic, a to:

- služba, jejímž předmětem byl zejména návrh a realizace jedné výstavní expozice (bez nákupu plochy) ve finančním objemu minimálně 3 000 000,- Kč (slovy: tři miliony korun českých) bez DPH za jeden kalendářní rok, případně za období 12-ti po sobě jdoucích kalendářních měsíců; službou dle tohoto bodu se rozumí poskytování služeb pro jednoho objednatele (klienta) jedním dodavatelem bez ohledu na to, zda byly dodavatelem poskytovány na základě jedné či více smluv.

Zadavatel stanoví, že pro splnění této kvalifikace požaduje předložení seznamu realizovaných významných služeb s uvedením jejich zadavatele (objednatele), názvu významné služby, popisu a rozsahu významné služby, odměny a doby realizace významné služby včetně kontaktních údajů objednatele, na kterých je možné ověřit poskytnutí plnění ze strany účastníka.

B.

Vzhledem k rozsahu požadovaného plnění veřejné zakázky a s tím spojených nároků na odbornost dodavatelů je nutno zajistit, aby dodavatelé měli pro plnění zakázky k dispozici realizační tým s patřičnými znalostmi a zkušenostmi. Vzhledem k předpokládané hodnotě veřejné zakázky zadavatel stanovil podmínku minimálně středoškolského vzdělání pro vedoucího realizačního týmu, kdy středoškolské vzdělání a délka praxe má garantovat teoretické a praktické předpoklady pro vedení realizačního týmu a po stránce odborné poskytování služeb na té nejvyšší úrovni.

Účastník zadávacího řízení prokáže splnění technické kvalifikace dle § 79 odst. 2 písm. d) ZZVZ předložením osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci účastníka nebo vedoucích zaměstnanců účastníka zadávacího řízení nebo osob v obdobném postavení a osob odpovědných za poskytování příslušných služeb.

Způsob prokázání kvalifikace:

Vedoucí realizačního týmu

- Středoškolské vzdělání
- Minimálně 5 let praxe v oblasti výstavnictví.
- Doložení alespoň 1 reference z oblasti výstavnictví v minimálním finančním objemu 3 000 000 Kč (slovy: tři miliony korun českých) bez DPH za jeden kalendářní rok, případně za období 12 ti po sobě jdoucích kalendářních měsíců; službou dle tohoto bodu se rozumí poskytování služeb v oblasti výstavnictví pro jednoho objednatele (klienta) jedním dodavatelem bez ohledu na to, zda byly dodavatelem poskytovány na základě jedné či více smluv.

Dodavatel prokáže splnění této technické kvalifikace předložením profesního životopisu a dokladu o vzdělání vedoucího realizačního týmu. Účastník může předložit rovněž doklad o nejvyšším dosaženém vzdělání v latinském jazyce bez nutnosti překladu do českého jazyka.

Profesní životopis vedoucího realizačního týmu bude předložen ve formě čestného prohlášení obsahující minimálně níže uvedené údaje:

1. jméno a příjmení,
2. dosažené vzdělání,
3. dosavadní praxe v oblasti výstavnictví s ohledem na výše uvedené požadavky zadavatele,
4. uvedení projektů obdobného charakteru jako je tato zakázka s uvedením charakteru činnosti této osoby,
5. uvedení podílu osoby na realizaci této zakázky,
6. vlastnoruční podpis uváděné osoby,
7. čestné prohlášení o pravdivosti výše uvedených údajů.

10. 4 Společná ustanovení ke kvalifikaci

10. 4. 1. Forma dokladů

Dodavatel prokáže splnění kvalifikace ve všech případech příslušnými doklady dle čl. 10.1 až 10.3 této ZD předloženými v prostých kopiích. Doklady prokazující základní způsobilost a výpis z obchodního rejstříku musí prokazovat splnění požadovaného kritéria způsobilosti nejpozději v době 3 měsíců přede dnem zahájení zadávacího řízení.

Před uzavřením smlouvy si zadavatel od vybraného dodavatele vždy vyžádá předložení originálů nebo úředně ověřených kopií dokladů prokazujících splnění kvalifikace, pokud již nebyly v zadávacím řízení předloženy. Povinností dodavatele je dle § 122 odst. 3 ZZVZ doklady předložit bez zbytečného odkladu.

Dodavatel může nahradit požadované doklady jednotným evropským osvědčením pro veřejné zakázky ve smyslu § 87 ZZVZ.

Splnění základní a profesní způsobilosti může prokázat dodavatel také předložením **výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů** v souladu s § 228 odst. 1 a 3 ZZVZ v tom rozsahu, v jakém údaje ve výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů prokazují splnění kritérií profesní způsobilosti a základní způsobilosti. Výpis ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů nesmí být k poslednímu dni, ke kterému má být prokázána základní nebo profesní způsobilost, starší než tři měsíce. Dodavatel může také splnění kvalifikace prokázat předložením **certifikátu** vydaného v rámci systému certifikovaných dodavatelů podle § 234 odst. 1 a 3 ZZVZ. Certifikát nesmí být k poslednímu dni, ke kterému má být prokázána kvalifikace, starší jednoho roku.

10. 4. 2 Prokazování kvalifikace prostřednictvím jiných osob

Dodavatel může prokázat určitou část technické kvalifikace, profesní způsobilosti s výjimkou kritéria podle § 77 odst. 1 ZZVZ prostřednictvím jiných osob. Dodavatel je v takovém případě povinen zadavateli předložit:

1. doklady prokazující splnění profesní způsobilosti podle § 77 odst. 1 ZZVZ jinou osobou,
2. doklady prokazující splnění chybějící části kvalifikace prostřednictvím jiné osoby,
3. doklady o splnění základní způsobilosti podle § 74 ZZVZ jinou osobou a
4. písemný závazek jiné osoby k poskytnutí plnění určeného k plnění veřejné zakázky nebo k poskytnutí věcí a práv, s nimiž bude dodavatel oprávněn disponovat v rámci plnění veřejné zakázky, a to alespoň v rozsahu, v jakém jiná osoba prokázala kvalifikaci za dodavatele.

10. 4. 3 Společná nabídka

V případě **společné účasti dodavatelů** prokazuje základní způsobilost a profesní způsobilost podle § 77 odst. 1 ZZVZ ve spojení s § 82 ZZVZ každý dodavatel samostatně.

10. 4. 4 Prokázání kvalifikace získané v zahraničí

Podmínky určuje ustanovení § 81 ZZVZ.

10. 4. 5 Změny v kvalifikaci

Dojde-li po předložení dokladů nebo prohlášení o kvalifikaci ke změně kvalifikace účastníka zadávacího řízení, je účastník zadávacího řízení v souladu s ustanovením § 88 ZZVZ povinen tuto změnu zadavateli **do 5 pracovních dnů** oznámit a **do 10 pracovních dnů** od oznámení této změny předložit nové doklady nebo prohlášení ke kvalifikaci. Povinnost podle věty první účastníku zadávacího řízení nevzniká, pokud je kvalifikace změněna takovým způsobem, že

- a) podmínky kvalifikace jsou nadále splněny
- b) nedošlo k ovlivnění kritérií hodnocení nabídek

11. ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK DLE HODNOTÍCÍCH KRITÉRIÍ

Hodnocení nabídek bude provedeno v souladu s ustanovením § 114 ZZVZ. Zadavatel bude ekonomickou výhodnost nabídky hodnotit na základě nejvýhodnějšího poměru nabídkové ceny a kvality.

V souladu s § 115 ZZVZ stanovil zadavatel pro tuto veřejnou zakázku následující dílčí hodnotící kritéria:

ID	Název dílčího hodnotícího kritéria	Váha %
A	Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury	60
B	Kvalita architektonického návrhu výstavní expozice	40

Jednotlivým dílčím hodnotícím kritériím jsou zadavatelem stanoveny váhy v procentech podle jejich důležitosti tak, že jejich součet je celkem 100.

Hodnocení podle bodové metody provede komise tak, že body přidělené v rámci dílčích hodnotících kritérií vynásobí příslušnou vahou daného kritéria.

Účastník není oprávněn podmínit jím navrhované údaje, které jsou předmětem hodnocení, další podmínkou. Podmínění nebo uvedení několika rozdílných hodnot je důvodem pro vyřazení nabídky a vyloučení účastníka ze zadávacího řízení. Obdobně bude zadavatel postupovat v případě, že dojde k uvedení hodnoty, která je předmětem hodnocení, v jiné veličině či formě než zadavatel stanovil.

Předmět a způsob hodnocení v rámci jednotlivých dílčích hodnotících kritérií je popsán dále v této části zadávací dokumentace.

11.1 A. Hodnocení nabídkové ceny za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury

Zadavatel bude hodnotit cenu za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury v těchto subkritériích:

Název subkritéria	Váha %
A 1. 1 Cena za realizaci expozice na veletrhu ZŽ	50
A 1. 2 Cena za služby zajištění podpory	25
A 1. 3 Cena za služby zajištění projektového řízení	25

V rámci tohoto dílčího hodnotícího kritéria bude hodnotící komise hodnotit nabídkové ceny bez DPH (zjištěné v souladu s čl. 11. 1. 1, 11. 1. 2, 11. 1. 3, zadávací dokumentace) v rámci každého subkritéria tak, že za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury přidělí hodnotící komise body od 0 do 100, přičemž nejvyšší počet bodů obdrží nabídka s nejnižší nabídkovou cenou za předmětné dílčí plnění (v rámci konkrétního subkritéria) spočívající ve výkonech agentury. Každé následující nabídce přidělí zadavatel bodové ohodnocení (zaokrouhлено na jedno desetinné místo), které vyjadřuje míru splnění předmětného subkritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce, dle vzorce:

$$\frac{\text{nejnižší nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury}}{\text{hodnocená nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury}} \times \text{váha konkrétního hodnoceného subkritéria}$$

U každé nabídky budou následně sečteny body, které daná nabídka získala v rámci všech subkritérií dílčího hodnotícího kritéria nabídkové ceny za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury. Nabídce, která získá v součtu nejvyšší počet bodů, bude přiřazeno jako nejvhodnější nabídce v daném dílčím kritériu sto (100) bodů. Dalším nabídkám bude přiřazena bodová hodnota, která bude vypočtena jako násobek 100 a poměru bodů, které získala v součtu hodnocená nabídka k bodům, které získala nabídka nejvhodnější (zaokrouhлено na jedno desetinné místo) x 60% (váha dílčího hodnotícího kritéria „nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“).

Účastník má povinnost specifikovat všechny položky jednotkových cen v Tabulce jednotkových cen „A Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“, která tvoří přílohu č. A zadávací dokumentace a po vyplnění bude tvořit přílohu č. 2 Rámcové dohody pro plnění veřejné zakázky.

11. 1. 1 Hodnocení ceny subkritéria „A1.1 Cena za realizaci expozice na veletrhu ZŽ“

V rámci subkritéria A 1. 1 Cena za realizaci expozice na veletrhu ZŽ bude hodnotící komise hodnotit cenu bez DPH v Kč za dílčí plnění uvedené v tabulce jednotkových cen „Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ která je v předmětu hodnotícího subkritéria označena A1.1, a to způsobem popsáným výše v čl. 11. 1. Nabídková cena za dílčí plnění hodnocená v subkritériu „A 1. 1. „Cena za realizaci expozice na veletrhu ZŽ“ bude tvořena součtem cen uvedených v Položkovém rozpočtu Země živitelka (Příloha č. 7 zadávací dokumentace).

V podrobnostech viz dále tabulka „Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ tabulky jednotkových cen, která tvoří přílohu č. A zadávací dokumentace a po vyplnění bude tvořit přílohu č. 2 Rámcové dohody.

11. 1. 2 Hodnocení ceny subkritéria „A 1. 2 Cena za služby zajištění podpory“

V rámci subkritéria A 1. 2 Cena za služby zajištění podpory bude hodnotící komise hodnotit součet jednotkových cen bez DPH v Kč za dílčí plnění uvedená v tabulce jednotkových cen „ Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“, která jsou v předmětu hodnotícího subkritéria označena A 1. 2, a to způsobem popsáním výše v čl. 11. 1. Nabídková cena za dílčí plnění hodnocená v subkritériu „A1.2 Cena za služby zajištění podpory“ bude tvořena součtem cen uvedených v tabulce jednotkových cen „ Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ u těch položek, které jsou předmětem hodnotícího subkritéria A 1. 2 (barva modrá).

V podrobnostech viz dále tabulka „Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ tabulky jednotkových cen, která tvoří přílohu č. A zadávací dokumentace a po vyplnění bude tvořit přílohu č. 2 Rámcové dohody.

11. 1. 3 Hodnocení ceny subkritéria „A 1. 3 Cena za služby zajištění projektového řízení“

V rámci subkritéria A 1. 3 Cena za služby zajištění projektového řízení bude hodnotící komise hodnotit součet jednotkových cen bez DPH v Kč za dílčí plnění uvedená v tabulce jednotkových cen „ Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“, která jsou v předmětu hodnotícího subkritéria označena A 1. 3, a to způsobem popsáním výše v čl. 11. 1. Nabídková cena za dílčí plnění hodnocená v subkritériu „A 1. 3 Cena za služby zajištění projektového řízení“ bude tvořena součtem cen uvedených v tabulce jednotkových cen „ Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ u těch položek, které jsou předmětem hodnotícího subkritéria A 1. 3 (barva hnědá).

V podrobnostech viz dále tabulka „ Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury“ tabulky jednotkových cen, která tvoří přílohu č. A zadávací dokumentace a po vyplnění bude tvořit přílohu č. 2 Rámcové dohody.

11. 2 B Hodnocení kvality architektonického návrhu výstavní expozice

V rámci tohoto dílčího hodnotícího kritéria bude zadavatel hodnotit kvalitu architektonického návrhu výstavní expozice z hlediska úrovně naplnění cíle, jímž je jasná identifikace národní expozice ČR na zahraničním veletrhu, plná funkčnost pro přítomné výrobce s ohledem na charakter veletrhu (kontraktační) a zároveň vytvoření takové výstavní expozice, která má největší potenciál oslovit návštěvníky. V rámci hodnocení kvality architektonického návrhu výstavní expozice bude zadavatel posuzovat:

- Úroveň kreativního zpracování a ztvárnění grafického návrhu expozice z hlediska toho, jestli odpovídá zaměření výstavy (kontraktační potravinářský veletrh) a účelu národní expozice, prezentace potravin se značkami kvality.

- Úroveň identifikovatelnosti expozice z hlediska prezentace producentů potravin se značkami kvality na mezinárodním veletrhu.
- Vhodnost prostorového uspořádání stánku s ohledem na zabezpečení provozu, tzn. zázemí stánku (kuchyň a sklad pro výrobce), zajištění podmínek pro jednání VIP hostů. Úroveň zajištění funkčnosti expozice z hlediska kontaktu výrobců s možnými obchodními partnery a zajištění informačních služeb pro odbornou veřejnost.
- Úroveň originality a atraktivnosti expozice s ohledem na využití ploch stěn k vizuálnímu kontaktu s návštěvníky výstavy

Hodnotící komise bude, v rámci tohoto kritéria, hodnotit každý návrh výše uvedeným postupem, kdy napřed tento posoudí pomocí jednotlivých hodnotících kritérií s přihlédnutím k jejich vzájemným souvislostem a posléze komise přidělí počet bodů s využitím tabulky bodového hodnocení dle článku 11. 3. Jako nejvhodnější nabídka bude vyhodnocen takový návrh expozice, který bude nejlépe odpovídat zadavatelem vymezeným komunikačním cílům, cílovým skupinám, požadovaným kvalifikovaným výsledkům kampaně, uvedeným v kapitole 2, a zejména pak v článku 2. 6. 1 a preferencím zadavatele, pokud jsou uvedeny v článku 8. 1. 2.

11. 3 Bodové hodnocení v rámci dílčího hodnotícího kritéria B.

Hodnocení nabídek v rámci dílčího hodnotícího kritéria B. Kvalita architektonického návrhu výstavní expozice bude provedeno následujícím způsobem:

Pro hodnocení kritérií, která nelze vyjádřit číselně, tj. hodnotící kritérium B. Kvalita architektonického návrhu výstavní expozice, bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce bude na základě rozhodnutí hodnotící komise přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího hodnotícího kritéria. Na výši bodové hodnoty se komise buď shodne jednomyslně, nebo bude zjištěna jako aritmetický průměr součtu bodů přidělených od všech členů komise. Hodnotící komise sestaví pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, označí nabídku s nejvyšším počtem bodů jako nejvhodnější a přiřadí ji 100 bodů. Každé následující nabídce pak přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce.

Na základě míry naplnění dílčího hodnotícího kritéria B., zadavatel resp. jím jmenovaná hodnotící komise, přiřadí jednotlivým nabídkám příslušný počet bodů, a to následujícím způsobem:

Bodová hodnota odrážející úspěšnost předmětné nabídky	Zdůvodnění přidělení počtu bodů
„Nejvhodnější nabídka“ 100 bodů	<u>Nejvhodnější nabídka</u> (odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci subkritéria) s ohledem na předmět hodnocení popsany v části 11 zadávací dokumentace pro dílčí kritérium

„vysoká“ 99 až 75 bodů	Nabízené plnění je <u>srovnatelné (kvalitativně)</u> s <u>nejvhodnější nabídkou</u> a zadavatel <u>nemá k nabízenému plnění připomínky</u> z hlediska naplnění preferencí zadavatele, nabídka <u>naplňuje sledované cíle částečně</u> v porovnání s <u>nejvhodnější nabídkou</u> .
„nadprůměrná“ 74 až 50 bodů	Nabízené plnění je s <u>nejvhodnější nabídkou srovnatelné (kvalitativně)</u> <u>pouze částečně</u> , zadavatel má k nabízenému plnění <u>drobné připomínky</u> z hlediska naplnění preferencí zadavatele a nabídka <u>naplňuje sledované cíle částečně</u> v porovnání s <u>nejvhodnější nabídkou</u> .
„průměrná“ 49 až 25 bodů	Nabízené plnění je s <u>nejvhodnější nabídkou srovnatelné (kvalitativně)</u> <u>pouze částečně</u> , zadavatel má k nabízenému plnění <u>podstatné připomínky</u> z hlediska naplnění preferencí zadavatele a nabídka <u>naplňuje sledované cíle pouze omezeně</u> v porovnání s <u>nejvhodnější nabídkou</u> .
„podprůměrná“ 24 až 0 bodů	Nabízené plnění <u>není srovnatelné (kvalitativně)</u> s <u>nejvhodnější nabídkou</u> , zadavatel má k nabízenému plnění <u>velké množství zásadních připomínek</u> z hlediska naplnění preferencí zadavatele a nabídka <u>nevyhovuje sledovaným cílům</u> v porovnání s <u>nejvhodnější nabídkou</u> .

Nejvhodnější nabídka získá sto (100) bodů. Další nabídky získají bodovou hodnotu, která bude vypočtena jako násobek 100 a poměru bodů, které získala hodnocená nabídka k bodům, které získala nabídka nejvhodnější (zaokrouhleno na jedno desetinné místo) x 40% (váha dílčího hodnotícího kritéria „Kvalita architektonického návrhu výstavní expozice“).

12. DŮLEŽITÉ TERMÍNY ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

Lhůta pro podání nabídek:	30. 5. 2019 do 10:00 hod
Adresa pro podání nabídek:	https://zakazky.szif.cz/vz00000035

Dodavatel může podat nabídku výhradně elektronickými prostředky prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK na výše uvedené adrese. Zadavatel nepřipouští podání nabídky v listinné podobě ani v jiné elektronické formě.

Nabídky v elektronické podobě zadavatel otevře po uplynutí lhůty pro podání nabídek. Otevírání nabídek bude probíhat bez účasti veřejnosti.

13. VYSVĚTLENÍ, ZMĚNA NEBO DOPLNĚNÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

13. 1 Tato zadávací dokumentace obsahuje veškeré údaje pro zpracování nabídky. Zadávací dokumentace v kompletní podobě včetně příloh je uveřejněna na profilu zadavatele:

Součástí zadávací dokumentace jsou:

- a) Příloha č. 1: Krycí list nabídky
- b) Příloha č. 2: Rámcová dohoda
- c) Příloha č. 3: Regionální potravina logomanuál
- d) Příloha č. 4: Klasa logomanuál
- e) Příloha č. 5: Popis expozice Země živitelka
- f) Příloha č. 6: Architektonický návrh expozice Země živitelka
- g) Příloha č. 7: Položkový rozpočet Země živitelka
- h) Příloha č. 8a a 8b: Umístění sloupů
- i) Příloha A: Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury

13.2 Žádost o vysvětlení zadávací dokumentace

Zadavatel poskytne vysvětlení zadávací dokumentace na základě písemné žádosti ve smyslu ustanovení § 98 ZZVZ. Písemná forma žádosti o vysvětlení zadávací dokumentace musí být doručena do datové schránky zadavatele (ID datové schránky jn2aiqd) k rukám kontaktní osoby Mgr. Lenky Rychlovské.

Zadavatel vysvětlení uveřejní, odešle nebo předá včetně přesného znění žádosti bez identifikace tohoto dodavatele, a to nejméně 5 pracovní dnů před skončením lhůty pro podání nabídek. Zadavatel nebude povinen vysvětlení poskytnout, pokud nebude žádost o vysvětlení doručena včas, a to alespoň 3 pracovní dny před uplynutím shora uvedené lhůty.

Vysvětlení zadávací dokumentace včetně přesného znění žádosti uveřejní zadavatel v zákonné lhůtě 3 pracovních dní na svém profilu zadavatele na adrese:

<https://zakazky.szif.cz/>

Zadavatel je oprávněn uveřejnit na profilu zadavatele za podmínek ustanovení § 98 odst. 1 ZZVZ vysvětlení zadávací dokumentace i z vlastního podnětu. Dle ustanovení § 99 ZZVZ může takto rovněž uveřejnit změnu nebo doplnění zadávací dokumentace.

13. 3 Zadavatel je oprávněn uveřejnit na profilu zadavatele za podmínek ustanovení § 98 odst. 1 ZZVZ vysvětlení zadávací dokumentace i z vlastního podnětu. Dle ustanovení § 99 ZZVZ může takto rovněž uveřejnit změnu nebo doplnění zadávací dokumentace.

14. OSTATNÍ

Tento dokument „Zadávací dokumentace“ není dokumentem ve smyslu vymezení pojmů dle § 28 odst. 1 písm. b) ZZVZ, jedná se o shodný zavedený název dokumentu.

15. Zadávací lhůta

Zadavatel nestanovuje zadávací lhůtu pro toto zadávací řízení.

16. VYHRAZENÁ ZMĚNA ZÁVAZKU

Zadavatel si v souladu s § 100 odst. 1 ZZVZ vyhrazuje možnost změny závazku z rámcové dohody na veřejnou zakázku, která bude uzavřena s vybraným dodavatelem, a to v případě, že budou splněny následující podmínky:

- a) Předmět plnění nového závazku nebylo možno předvídat nebo specifikovat tak, aby zadavatel od účastníků v rámci zadávacího řízení obdržel vzájemně porovnatelné cenové nabídky, nebo nabídky v souladu se zákonem č. 320/2001 Sb. - Zákon o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole).
- b) pokud možno, musí být pro kalkulaci nabídkové ceny nového plnění použity položky z Nabídkových cen za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury (Příloha A ZD a příloha č. 2 Rámcové dohody), přičemž jejich výše nesmí být překročena.
- c) pokud není možno pro kalkulaci nabídkové ceny nového plnění použít položky z Nabídkových cen za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury (Příloha A ZD a příloha č. 2 Rámcové dohody), navrhne dodavatel nabídkovou cenu, přičemž na výzvu zadavatele předloží odůvodnění výše nabídkové ceny jako ceny obvyklé v porovnání s cenovou hladinou u srovnatelné konkurence daného plnění.
- d) cena za nákup zboží nebo reklamních služeb od třetích stran bude účtována Zadavateli bez přírážky nebo agenturní provize. Dodavatel se zavazuje vynaložit součinnost při získávání slev v souvislosti s nákupem zboží nebo reklamních služeb od třetích stran.

Změna závazku se může týkat rozsahu poskytovaných služeb a s tím související změny ceny.

17. PŘÍLOHY

- Příloha č. 1 Krycí list nabídky
- Příloha č. 2 Rámcová dohoda
- Příloha č. 3 Regionální potravina logomanuál
- Příloha č. 4 Klasa Logomanuál
- Příloha č. 5 Popis expozice Země živitelka
- Příloha č. 6 Architektonický návrh expozice Země živitelka
- Příloha č. 7 Položkový rozpočet Země živitelka
- Příloha č. 8a a 8b Umístění sloupů

Příloha A Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury

V Praze dne 29. 4. 2019

elektronicky podepsáno

Mgr. Jan Havlíček
ředitel Sekce správních činností
otisk úředního razítka