



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE A POKYNY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

na veřejnou zakázku

Internetová kampaň OP ZAMĚSTNANOST

zadávanou v otevřeném nadlimitním řízení dle zákona č. 137/2006 Sb.,
o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“)

Zadavatel veřejné zakázky:

Česká republika – Ministerstvo práce a sociálních věcí
se sídlem Na Poříčním právu 376/1, 128 01 Praha 2
IČO: 00551023



Osoba oprávněná zastupovat zadavatele

PhDr. Arno Kraus, zastupující ředitel odboru kancelář náměstka pro řízení sekce ekonomiky
a evropských fondů

Kontaktní osoba zadavatele

Ing. Vendula Gergelová, oddělení veřejných zakázek
e-mail: vendula.gergelova@mpsv.cz
tel.: + 420 724 327 803



1.	KLASIFIKACE PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY	3
2.	PŘEDMĚT PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY	3
3.	VÝHRADY ZADAVATELE	7
4.	DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY	7
5.	POŽADAVKY NA PROKÁZÁNÍ SPLNĚNÍ KVALIFIKACE	8
6.	POŽADAVKY NA ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY	8
7.	NÁVRH SMLOUVY, PLATEBNÍ A OBCHODNÍ PODMÍNKY	9
8.	JINÉ POŽADAVKY ZADAVATELE NA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY	9
9.	ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK	9
10.	POKYNY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY	10
11.	POŽADAVEK NA POSKYTNUTÍ JISTOTY.....	11
12.	ZADÁVACÍ DOKUMENTACE A PODMÍNKY PŘÍSTUPU ČI POSKYTNUTÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE	11
13.	ZÁVAZNOST POŽADAVKŮ ZADAVATELE.....	11
14.	DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM A PROHLÍDKA MÍSTA PLNĚNÍ	11
15.	LHŮTA, MÍSTO A ZPŮSOB PRO PODÁNÍ NABÍDEK	12
16.	TERMÍN OTEVÍRÁNÍ OBÁLEK S NABÍDKAMI	12
17.	ZADÁVACÍ LHŮTA	12
18.	PŘÍLOHY ZADÁVACÍ DOKUMENTACE.....	13



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

1. KLASIFIKACE PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Druh veřejné zakázky: veřejná zakázka na služby
Druh zadávacího řízení: otevřené nadlimitní řízení

Název	CPV
Reklamní kampaně	79341400-0
Přímý marketing	79342100-4
Propagační služby	79342200-5

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky: 1 800 000,- Kč bez DPH

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky vychází z požadovaného objemu služeb a výkonu kampaně, které zadavatel stanovil dle svých dosavadních zkušeností v rámci realizace internetových kampaní v letech 2010 – 2015.

2. PŘEDMĚT PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

2.1. OBECNÉ VYMEZENÍ PŘEDMĚTU PLNĚNÍ

Předmětem této veřejné zakázky je kompletní tvorba, realizace a vyhodnocení internetové kampaně na populárních českých internetových stránkách a na Facebooku. Bližší specifikace populárních českých internetových stránek je uvedena v bodě 2.2.1. Internetová kampaň bude probíhat min. 10 týdnů v období od 1. října do 31. prosince 2016.

Cílem kampaně je informovat o možnostech Operačního programu Zaměstnanost mezi potenciálními žadateli a o přínosech OP Zaměstnanost mezi širokou veřejností.

OP Zaměstnanost je neinvestiční dotační program financovaný z Evropského sociálního fondu. Za jeho realizaci v ČR odpovídá Ministerstvo práce a sociálních věcí. Projekty jsou zaměřeny na rozvoj trhu práce zejména prostřednictvím poskytování profesního vzdělávání, rekvalifikací a poradenských či sociálních služeb. Informace o operačním programu jsou uvedeny na <http://www.esfcr.cz>, ke komunikaci s veřejností rovněž slouží profil <https://www.facebook.com/vetsisance>.

Veřejná zakázka je hrazena z prostředků technické pomoci OP Zaměstnanost, projektu „Publicita a komunikace OPZ/ESF“, reg. číslo CZ.03.5.125/0.0/0.0/15_012/0002751.

2.2. BLIŽŠÍ SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ

Internetová kampaň bude obsahovat 2 části:

- 1) Bannerová kampaň
- 2) Kampaň na podporu profilu na Facebooku

Dodavatel sestaví podrobné mediální plány internetové kampaně, zajistí kompletní realizaci kampaně a její následné vyhodnocení.



Grafické ztvárnění kampaně bude v souladu s pravidly publicity a vizuální identity OP Zaměstnanost, viz Obecná část pravidel pro příjemce OP Zaměstnanost, kapitola 19 (ke stažení na <http://www.esfcr.cz>). Grafické ztvárnění kampaně bude vytvořeno po odsouhlasení veškerých návrhů a formátů zadavatelem.

Dodavatel je povinen zajistit internetovou kampaň v souladu s mediálními plány předloženými v nabídce uchazeče. Změny v mediálních plánech lze provádět pouze po odsouhlasení každé takové změny zadavatelem a pouze při dodržení všech požadavků stanovených v zadávací dokumentaci¹ a zachování garantovaného výkonu uvedeného v nabídce². Při provádění schválených změn musí dodavatel vypracovat a zadavateli zaslat aktualizovaný mediální plán ke schválení.

2.2.1 Bannerová kampaň

Cíl: informovat o možnostech OP Zaměstnanost potenciální žadatele

- potenciální žadatelé = subjekty, které mohou podat projekt v rámci výzev pro předkládání projektových žádostí a stát se příjemci finanční podpory, např. nestátní neziskové organizace, zaměstnavatelé, osoby samostatně výdělečně činné, poradenské, vzdělávací a výzkumné instituce, profesní a podnikatelská sdružení, poskytovatelé služeb, organizační složky státu a jejich příspěvkové organizace, územní samosprávné celky a jimi zřizované organizace, sociální partneři
- potenciální žadatelé mohou být z celé ČR
- potenciální žadatelé jsou rovněž uvedeni v harmonogramu výzev na rok 2016, viz sloupec „typ příjemce“, který je ke stažení na <http://www.esfcr.cz>

Požadovaný výkon:

- dosah (Net Reach) min. 80 % cílové skupiny (věk 20+, v rámci internetové populace),
- garantovaný počet zobrazení min. 20 000 000.

Kampaň bude **odkazovat** na příslušné části webu www.esfcr.cz týkající se OP Zaměstnanost, které určí zadavatel.

Formát kampaně:

- Požadovány jsou **bannery větších rozměrů**. Minimální rozměr každého banneru musí být: kratší strana musí mít minimálně 100 pixelů a zároveň delší strana musí mít minimálně 240 pixelů.

Bannery budou umístěny na **českých internetových stránkách** (weby, vyhledávače, zpravodajské servery, komunikační platformy apod.).

- Umístěny budou na pozicích **viditelných** po otevření stránky bez nutnosti rolovat.
- Umístěny budou na stránkách **min. 5 provozovatelů**.
- Minimálně polovina zvolených internetových stránek bude v ČR patřit mezi **20 nejnavštěvovanějších**.
 - o Do 20 nejnavštěvovanějších stránek se počítají jednotlivé stránky, i když mají stejného provozovatele.
 - o Do 20 nejnavštěvovanějších stránek se počítají stránky, na kterých lze umístit inzerci.

¹ Zejména v kapitole 2.2.

² U bannerové kampaně počet zobrazení a dosah, u kampaně na podporu profilu na Facebooku počet kliknutí, viz dále.



- Jako zdroj budou využita data zpracovávaná v rámci projektu NetMonitor (www.netmonitor.cz/verejne-vystupy), konkrétně je třeba vycházet z hodnoty „návštěvy za měsíc - all“ na kartě „TOTAL - Média“, zpracované za říjen, listopad nebo prosinec 2015 (tedy za měsíce, ve kterých bude probíhat kampaň v roce 2016).
- V mediálním plánu bannerové kampaně, nebo v jeho příloze, je třeba splnění těchto požadavků jasně doložit, tedy uvést počet provozovatelů internetových stránek a uvést, které internetové stránky patří mezi 20 nejnavštěvovanějších.
- Zvolené internetové stránky svým obsahem nesmí být v rozporu s dobrými mravy a nesmí navádět ke krutosti, bezohlednosti, být rasisticky či xenofobně orientované a nesmí urážet obvyčejné lidské cítění.

2.2.2 Kampaň na podporu profilu na Facebooku

Cíl: informovat o přínosech OP Zaměstnanost širokou veřejnost

- široká veřejnost = obyvatelé ČR, kterých se projekty OPZ týkají spíše nepřímo, nemusí se jich aktivně účastnit
- přínosy programu jsou na profilu <https://www.facebook.com/vetsisance> prezentovány zejména prostřednictvím konkrétních projektů, jejich aktivit a lidí, kterým pomáhají

Požadovaný výkon:

- garantovaný počet kliknutí: min. 50 000.

Kampaň bude v rámci Facebooku **propagovat profil** <https://www.facebook.com/vetsisance>.

Na profilu bude rovněž zajištěna realizace **soutěže**:

- v průběhu doby realizace kampaně (na podporu profilu na Facebooku) proběhnou 4 min. týdenní kola formou jednoduché otázky spojené s tematikou OPZ/ESF,
- návrh otázek musí být vždy schválen zadavatelem,
- v rámci každého kola soutěže bude vylosován 1 výherce, který obdrží cenu spojenou s uplatněním na pracovním trhu,
- každé kolo soutěže bude o jinou cenu v minimální hodnotě 700 Kč s DPH, návrh ceny musí být vždy schválen zadavatelem,
- dodavatel zajistí kompletní organizační a technické zajištění soutěže včetně nastavení a zveřejnění jejích pravidel, nákup cen, realizace soutěže, vylosování výherce a distribuce cen výhercům³.

2.3. POŽADAVKY NA MEDIÁLNÍ PLÁNY V NABÍDCE

2.3.1 Mediální plán bannerové kampaně

Plán bude obsahovat:

- u každého **banneru** specifikaci:
 - místa uveřejnění (www)
 - formátu (v pixelech), typu a pozice (na stránce)
 - termínu zveřejnění (od-do)
 - ceny

³ Přístup na profil na Facebooku zajistí zadavatel.



- garantovaného počtu zobrazení
- základní **analýzu** internetových stránek, na kterých budou bannery umístěny⁴:
 - provozovatel
 - měsíční návštěvnost (reální uživatelé, page views)
 - dosah (Net Reach 20+), frekvence zásahu, afinita
- **náhledy** pozic na všech stránkách
- **seznam** 20 nejnavštěvovanějších stránek v ČR (viz kap. 2.2.1)
- **shrnutí** dokládající naplnění požadavků zadavatele obsahující:
 - celkové náklady na nákup mediálního prostoru
 - identifikaci internetových stránek, které patří mezi 20 nejnavštěvovanějších
 - musí tvořit minimálně polovinu stránek uvedených v mediálním plánu
 - počet provozovatelů internetových stránek
 - min. 5
 - celkový garantovaný výkon kampaně
 - celkový počet zobrazení
 - celkový dosah (Net Reach 20+)
- případné další relevantní informace

2.3.2 Mediální plán kampaně na podporu profilu na Facebooku

Plán bude obsahovat:

- podrobný harmonogram (včetně 4 min. týdenních kol soutěže)
- garantovaný počet kliknutí (min. 50 000)
- odhadovaný počet navýšení fanoušků stránky
- odhadovaný počet zobrazení
- náklady na nákup mediálního prostoru
- popis formátů reklamy
- případné další relevantní informace

2.4. POŽADAVKY NA VYHODNOCENÍ KAMPANĚ

Po ukončení internetové kampaně předloží dodavatel zadavateli závěrečnou zprávu s vyhodnocením kampaně, a to do 10 pracovních dní od ukončení kampaně. Závěrečná zpráva bude obsahovat výčet veškerých činností realizovaných poskytovatelem dle požadavků zadavatele.

Obsah **závěrečné zprávy**:

- podrobná post-buy analýza bannerové kampaně, vyhodnocení dat z Google Analytics na www.esfcr.cz⁵, náhledy stránek se všemi bannery,
- vyhodnocení kampaně na podporu profilu na Facebooku⁶ týkající se dosaženého počtu kliknutí, fanoušků a zobrazení, přehled nejúspěšnějších příspěvků, náhledy kampaně,
- kompletní podklady k realizované soutěži,
- slovní vyhodnocení kampaně,
- případné další relevantní informace či informace dle požadavků zadavatele.

⁴ Uváděné údaje je třeba doplnit zdrojem a datem. Údaje musí vycházet z ověřitelných zdrojů, posledních dostupných v době zpracovávání nabídky.

⁵ Přístup zajistí zadavatel. Konfiguraci účtu, cílů kampaně a vyhodnocení dat zajistí dodavatel.

⁶ Přístup na profil na Facebooku zajistí zadavatel. Sledování a vyhodnocení dat zajistí dodavatel.



Zadavatel se k závěrečné zprávě vyjádří zpravidla do 10 pracovních dní od obdržení. Po vypořádání připomínek budou zadavateli předány následující podklady:

- závěrečná zpráva v listinném vyhotovení podepsaná statutárním orgánem dodavatele,
- CD či DVD nosič či flash disk se závěrečnou zprávou a použitými bannery.

Po předání těchto podkladů zadavateli může dodavatel vystavit fakturu za poskytnuté služby.

3. VÝHRADY ZADAVATELE

- Zadavatel nepřipouští variantní řešení nabídky.
- Zadavatel si vyhrazuje právo ověřit informace obsažené v nabídce uchazeče u třetích osob a uchazeč je povinen mu v tomto ohledu poskytnout veškerou potřebnou součinnost.
- Zadavatel je oprávněn jakékoliv informace či doklady poskytnuté uchazečem použít, je-li to nezbytné pro postup podle ZVZ či pokud to vyplývá z účelu ZVZ.
- Zadavatel si vyhrazuje právo poskytnout informace o průběhu zadávacího řízení podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (např. nahlížení do protokolu z jednání) či použít informace či doklady poskytnuté uchazečem v rámci nabídky na veřejnou zakázku. Uchazeč je ve své nabídce povinen jasně označit ty informace, které považuje za důvěrné, nebo jsou předmětem obchodního tajemství.

4. DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Doba plnění veřejné zakázky

Předpokládané zahájení plnění: 1. 10. 2016

Předpokládané ukončení plnění: 31. 12. 2016

Internetová kampaň bude probíhat min. 10 týdnů v období od 1. října 2016 do 31. prosince 2016. Realizace bude probíhat v souladu s mediálními plány předloženými v nabídce uchazeče (viz bod 2.3 této zadávací dokumentace).

Pokud nebude naplněn minimální požadovaný výkon kampaně realizací kampaně v souladu s mediálními plány, je dodavatel povinen kampaň na vlastní náklady prodloužit/rozšířit s tím, že kampaň musí být ukončena nejpozději do 31. ledna 2017. Způsob prodloužení/rozšíření kampaně musí být schválen zadavatelem.

Místo plnění veřejné zakázky

Místo plnění není zadavatelem nijak omezeno. Uchazeč je oprávněn provádět předmět plnění i v rámci svého sídla.

Zadavatel si pouze vyhradil, že výstup předmětu plnění bude předán na adrese pracoviště zadavatele Kartouzská 4, [150 00 Praha 5](#).



5. POŽADAVKY NA PROKÁZÁNÍ SPLNĚNÍ KVALIFIKACE

Zadavatel požaduje dle § 51 odst. 1 zákona po uchazečích předložení dokladů a informací k prokázání splnění kvalifikace. Požadavky zadavatele na prokázání kvalifikace jsou stanoveny v Příloze č. 1 této zadávací dokumentace.

6. POŽADAVKY NA ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

- 6.1. Uchazeč ve své nabídce stanoví **nabídkovou cenu celou částkou za celý předmět plnění** veřejné zakázky v souladu se zadávacími podmínkami.
- 6.2. Nabídková cena musí být v nabídce uvedena jako celková cena (hodnota) předmětu zakázky v Kč **bez DPH, i s DPH. Výše DPH** musí být vyčíslena zvlášť. Odpovědnost za správnost stanovení sazby DPH nese uchazeč. DPH bude v nabídkách uvedena ve výši platné ke dni podání nabídky.
- 6.3. Nabídková cena bude uvedena v českých korunách.
- 6.4. Nabídková cena bude definována jako nejvýše přípustná a musí obsahovat veškeré náklady nutné a uznatelné k realizaci předmětu zakázky.
- 6.5. Nabídková cena bude v nabídce členěna následovně:
 - cena za nákup mediálního prostoru v rámci bannerové kampaně
 - cena za nákup mediálního prostoru v rámci kampaně na podporu profilu na Facebooku,
 - celková cena za nákup mediálního prostoru, přičemž celková cena za nákup mediálního prostoru musí tvořit **min. 75 %** celkové nabídkové ceny zakázky,
 - cena za doprovodné služby (produkce, kreativa, grafické a copywriterské práce, realizace soutěže, zpracování závěrečné zprávy, agenturní provize atd.),
 - celková nabídková cena.

Položka rozpočtu		v Kč bez DPH	samostatně DPH (sazba ... %)	v Kč s DPH
A	<i>nákup mediálního prostoru - bannerová kampaň</i>			
B	<i>nákup mediálního prostoru - kampaň na podporu profilu na Facebooku</i>			
C	nákup mediálního prostoru celkem (A + B; min 75 % z E)			
D	doprovodné služby			
E	CELKOVÁ NABÍDKOVÁ CENA (C + D)			

Objektivní podmínky, za nichž je možno překročit výši nabídkové ceny:

Zadavatel nepřipouští překročení nabídkové ceny vyjma změny sazeb DPH. Nabídkovou cenu je možno překročit v případě, že během realizace předmětu veřejné zakázky dojde ke změně výše sazby DPH, která se uplatňuje na předmět veřejné zakázky ke dni uskutečnění zdanitelného plnění.



7. NÁVRH SMLOUVY, PLATEBNÍ A OBCHODNÍ PODMÍNKY

- Uchazeč je povinen předložit v nabídce jediný **návrh smlouvy**, a to na celý předmět plnění veřejné zakázky. K tomuto účelu využije návrh smlouvy, který je Přílohou č. 2 této zadávací dokumentace.
- Uchazeč není oprávněn činit změny či doplnění návrhu smlouvy, vyjma údajů, u nichž vyplývá z jejich obsahu povinnost doplnění (vynechaná či zažlucená místa). V případě nabídky podávané společně několika dodavateli je uchazeč oprávněn upravit návrh smlouvy nad rámec předchozí věty pouze s ohledem na tuto skutečnost.
- Návrh smlouvy musí být ze strany uchazeče podepsán osobou oprávněnou zastupovat uchazeče (statutárním orgánem nebo osobou k tomu statutárním orgánem zmocněnou v souladu se způsobem jednání jménem uchazeče; originál či úředně ověřená kopie zmocnění musí být v takovém případě součástí návrhu smlouvy uchazeče).
- Závazné platební podmínky jsou uvedeny v návrhu smlouvy, který tvoří Přílohu č. 2 této zadávací dokumentace.

8. JINÉ POŽADAVKY ZADAVATELE NA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Subdodavatelský systém

V souladu s ustanovením § 44 odst. 6 zákona zadavatel požaduje, aby uchazeč v nabídce specifikoval části veřejné zakázky, které má v úmyslu zadat jednomu či více subdodavatelům, a aby uvedl identifikační údaje (§ 17 písm. d) zákona) a kontaktní údaje každého subdodavatele. Uchazeč tak učiní prohlášením, v němž popíše subdodavatelský systém spolu s uvedením, jakou část této veřejné zakázky bude konkrétní subdodavatel realizovat (např. uvedením druhu služeb a procentuálního (%) finančního podílu na veřejné zakázce).

Součástí seznamu subdodavatelů budou (i) subdodavatelé, jejichž prostřednictvím prokazuje uchazeč splnění části kvalifikace, a dále (ii) všichni ostatní subdodavatelé, kteří se budou podílet na plnění předmětu veřejné zakázky.

Vzor prohlášení k subdodavatelskému systému zadavatel poskytuje jako Přílohu č. 4 této zadávací dokumentace – Seznam subdodavatelů (vzor). Seznam subdodavatelů bude podepsán osobou oprávněnou zastupovat uchazeče. Uchazeč není oprávněn měnit a doplňovat Seznam subdodavatelů na jiných než výslovně označených místech a jiným než stanoveným způsobem.

Změna nebo doplnění nového subdodavatele bude, po uzavření smlouvy s vybraným uchazečem, probíhat postupem dle závazného textu návrhu smlouvy.

9. ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK

Základním kritériem hodnocení pro zadání veřejné zakázky je **nejnižší nabídková cena**.

Způsob hodnocení:

Předmětem hodnocení bude celková nabídková cena za plnění předmětu veřejné zakázky v Kč bez DPH.



V případě hodnocení nabídek podle základního hodnotícího kritéria nejnížší nabídkové ceny provede hodnotící komise hodnocení nabídek podle výše nabídkových cen v Kč bez DPH jednotlivých uchazečů tak, že sestaví pořadí uchazečů od prvního k poslednímu dle výše nabídkové ceny v Kč bez DPH, nejvýhodnější nabídkou je pak ta s nejnížší nabídkovou cenou v Kč bez DPH.

10. POKYNY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

- Uchazeč může podat pouze jednu nabídku.
 - Nabídka bude zpracována v českém jazyce.
 - Za účelem efektivní kontroly nabídek při otevírání obálek s nabídkami a následně při posouzení a hodnocení nabídek je vhodné, aby uchazeč předložil nabídku **ve 2 vyhotoveních** (tj. 1 originál a 1 kopie). Za účelem odlišení originálu nabídky je nutné originál nabídky označit jako „**Originál**“ a další výtisk jako „**Kopie**“.
 - Za originál nabídky bude považována pouze listinná forma nabídky označená jako „Originál“. V nabídce (ve vyhotovení nazvaném „Originál“) musí být dále vložen **nosič s elektronickou podobou nabídky ve formátu pdf (návrh smlouvy i ve formátu *.doc)**.
 - Všechny listy nabídky včetně příloh budou řádně očíslovány vzestupnou číselnou řadou a nabídka bude zajištěna proti neoprávněné manipulaci.
 - Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.
 - Požadavky zadavatele na formální podobu nabídky mají doporučující charakter.
 - Uchazeč použije pořadí dokumentů specifikované v následujících bodech těchto pokynů pro zpracování nabídky:
 - **Titulní strana nabídky**, na které bude uveden alespoň název veřejné zakázky, název veřejné zakázky a dále označení „originál“ nebo „kopie“ a název (obchodní firma) uchazeče. V případě podání společné nabídky dle § 69 odst. 4 zákona pak budou na titulní straně uvedeni všichni dodavatelé podávající společnou nabídku.
 - **Obsah nabídky**. Nabídka bude opatřena obsahem s uvedením čísel stránek u jednotlivých oddílů (kapitol).
 - **Krycí list nabídky**. Pro sestavení krycího listu uchazeč použije Přílohu č. 3 této zadávací dokumentace – Krycí list nabídky (vzor).
 - **Seznam subdodavatelů**, s jejichž pomocí chce plnění veřejné zakázky uskutečnit v souladu s § 44 odst. 6 zákona, k čemuž uchazeč využije Přílohu č. 4 této zadávací dokumentace – Seznam subdodavatelů (vzor).
 - **Návrh smlouvy** podepsaný osobou oprávněnou zastupovat uchazeče, k čemuž závazně využije Přílohu č. 2 této zadávací dokumentace – Návrh smlouvy (vzor). V případě podání společné nabídky dle § 69 odst. 4 zákona budou účastníky smlouvy se zadavatelem na straně uchazeče všichni dodavatelé podávající společnou nabídku.
- Pokud jedná jménem či za uchazeče zmocněnec na základě plné moci, musí být v nabídce za návrhem smlouvy předložena platná plná moc v originále nebo v úředně ověřené kopii.
- **Stanovení nabídkové ceny** – zpracované dle požadavků této zadávací dokumentace.



- **Dokumenty k prokázání kvalifikace.** Požadavky na prokázání kvalifikačních předpokladů a způsob jejich prokázání jsou stanoveny v Příloze č. 1 této zadávací dokumentace – Kvalifikační dokumentace.
- **Doklady v souladu s § 68 odst. 3 zákona** (vzor čestného prohlášení je Přílohou č. 5 této 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 (dle § 68 odst. 3 písm. a) zákona).
 - Má-li uchazeč formu akciové společnosti, **seznam vlastníků akcií**, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek (dle § 68 odst. 3 písm. b) zákona).
 - **Prohlášení** uchazeče dle § 68 odst. 3 písm. c) zákona o tom, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního právního předpisu v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou.
- Ostatní doklady a prohlášení vztahující se k předmětu plnění veřejné zakázky (další zadavatelem požadované přílohy a dokumenty).

11. POŽADAVEK NA POSKYTNUTÍ JISTOTY

Zadavatel jistotu nepožaduje.

12. ZADÁVACÍ DOKUMENTACE A PODMÍNKY PŘÍSTUPU ČI POSKYTNUTÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Zadávací dokumentace vč. všech příloh je uveřejněna v souladu s § 48 zákona na profilu zadavatele: https://mpsv.ezak.cz/profile_display_2.html.

13. ZÁVAZNOST POŽADAVKŮ ZADAVATELE

Informace a údaje uvedené v jednotlivých kapitolách této zadávací dokumentace a v přílohách zadávací dokumentace vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky (s výjimkou požadavků zadavatele na formální podobu nabídky, které mají doporučující charakter). Tyto požadavky je uchazeč povinen plně a bezvýhradně respektovat při zpracování své nabídky. Neakceptování požadavků zadavatele uvedených v této zadávací dokumentaci bude považováno za nesplnění zadávacích podmínek s následkem vyloučení uchazeče ze zadávacího řízení.

14. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM A PROHLÍDKA MÍSTA PLNĚNÍ

Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám je možno podat a doručit písemně (e mail, pošta) nejpozději 6 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek.



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám musí být doručena na adresu zadavatele: Na Poříčním právu 376/1, Praha 2, kontaktní osoba: Ing. Vendula Gergelová, tel: +420 724 327 803, e-mail: vendula.gergelova@mpsv.cz.

Dodatečné informace k zadávacím podmínkám včetně přesného znění požadavku budou poskytnuty stejným způsobem, kterým byla poskytnuta zadávací dokumentace a uveřejněny na profilu zadavatele, a to nejpozději do 4 pracovních dnů ode dne doručení požadavku uchazeče dle § 49 odst. 2 zákona.

Prohlídka místa plnění veřejné zakázky nebude vzhledem k charakteru veřejné zakázky uskutečněna.

15. LHŮTA, MÍSTO A ZPŮSOB PRO PODÁNÍ NABÍDEK

Lhůta pro podání nabídek:

Datum: 12. 7. 2016

Hodina: 10:00

Adresa pro podání nabídek: Na Poříčním právu 376/1, 128 01 Praha 2 (podatelna)

Uchazeč podá nabídku v souladu s § 69 zákona. Nabídku může uchazeč doručit po celou dobu lhůty pro podání nabídek vždy v pracovních dnech na podatelnu zadavatele⁷ na výše uvedené adrese. Doručení nabídky musí být v řádně uzavřené obálce, **označené názvem veřejné zakázky, napsím „NABÍDKA – NEOTEVÍRAT“** a dále na obálce musí být **uvedeny identifikační údaje uchazeče (název společnosti a adresa sídla uchazeče)**, na niž je možné zaslat vyrozumění podle § 71 odst. 5 zákona.

16. TERMÍN OTEVÍRÁNÍ OBÁLEK S NABÍDKAMI

Otevírání obálek s nabídkami se uskuteční **ihned po uplynutí lhůty pro podání nabídek** v sídle zadavatele, tj. na adrese Na Poříčním právu 376/1, 128 01 Praha 2.

Otevírání obálek s nabídkami se může zúčastnit jeden zástupce uchazeče, který podal nabídku. Zástupce uchazeče se prokáže plnou mocí účastnit se jednání podepsanou osobou oprávněnou za uchazeče jednat a následně rovněž prokáže svou totožnost dokladem totožnosti. Je-li tento zástupce statutárním orgánem uchazeče, předloží výpis z obchodního rejstříku v prosté kopii a rovněž prokáže svou totožnost dokladem totožnosti.

17. ZADÁVACÍ LHŮTA

Délka zadávací lhůty dle § 43 zákona: 180 kalendářních dnů.

Zadávací lhůta začíná běžet okamžikem skončení lhůty pro podání nabídek a končí dnem doručení oznámení zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky. Zadávací lhůta se prodlužuje uchazečům,

⁷ **Provozní doba podatelny MPSV**
(vyjma dnů pracovního klidu)
7.³⁰ - 17.⁰⁰ hod. - pondělí a středa
7.³⁰ - 16.¹⁵ hod. - úterý a čtvrtek
7.³⁰ - 15.⁰⁰ hod. - pátek



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

s nimiž může zadavatel uzavřít smlouvu, až do doby uzavření smlouvy podle § 82 odst. 4 zákona nebo do zrušení zadávacího řízení.

18. PŘÍLOHY ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Příloha č. 1 – Kvalifikační dokumentace

Příloha č. 2 – Návrh smlouvy (vzor)

Příloha č. 3 – Krycí list nabídky (vzor)

Příloha č. 4 – Seznam subdodavatelů (vzor)

Příloha č. 5 – Čestné prohlášení v souladu s § 68 odst. 3 zákona (vzor)

V Praze dne 18. 5. 2016

PhDr. Arno Kraus v.r.

zastupující ředitel odboru kancelář náměstka
pro řízení sekce ekonomiky a evropských fondů