

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE K VEŘEJNÉ ZAKÁZCE ZADÁVANÉ DLE ZÁKONA Č. 137/2006 SB., O VEŘEJNÝCH ZAKÁZKÁCH, VE ZNĚNÍ POZDĚJŠÍCH PŘEDPISŮ (DÁLE JEN „ZÁKON“)

1. NÁZEV VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Název veřejné zakázky:	Rámcová smlouva na nákup inzerce v tištěných, online médiích a outdoorových plochách
------------------------	---

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

2. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE ZADAVATELE

Obchodní firma nebo název:	Fond dalšího vzdělávání (FDV)
Sídlo:	Na Maninách 20, 170 00 Praha 7
IČO:	004 05 698
Osoba oprávněná jednat jménem či za zadavatele:	Mgr. Veronika Pelíšková MBA, zástupce ředitele odboru projektové kanceláře, pověřená zastupováním ředitele FDV
Kontaktní osoba:	Mgr. Lenka Lelitovská +420 776 514 419 lenka.lelitovska@fdv.mpsv.cz

3. KLASIFIKACE PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Druh veřejné zakázky: veřejná zakázka na služby

Druh zadávacího řízení: otevřené řízení

název	CPV
Reklamní kampaně	79341400-0
Propagační služby	79342200-5

4. PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky: 5 785 000,- Kč bez DPH

5. VYMEZENÍ PŘEDMĚTU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předmětem veřejné zakázky je dodání inzerce v tisku, online médiích a outdoorových plochách v rámci propagační kampaně projektu „Stáže ve firmách – vzdělávání praxí“, která si klade za cíl informovat občany ČR o hlavní myšlence projektu a jeho průběžných výsledcích.

Inzerce v tištěných médiích

U inzerce v tištěných médiích uchazeč nabídne ceny vybraných formátů inzerce v médiích s požadovanou čteností.

Zadavatel požaduje uvést ceny následujících rozměrů inzerátů pro každý titul v níže uvedených kategoriích tištěných médiích: 1/4 strany, 1/2 strany.

Pozice inzerátů v tištěném médiu: od 4. strany dál, a to v hlavních rubrikách vybraného titulu

Předpokládané množství odběru tištěné inzerce: 30 inzerátů v celé době trvání veřejné zakázky.

Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy do června 2014.

Inzerce bude obsahovat prvky povinné publicity, loga projektu, popis projektu a bude mít jednotný vizuální styl.

Minimální čtenost, která tato média musí splňovat:

- Celostátní deníky s čteností minimálně 300 000 (zadavatel požaduje, aby uchazeč v nabídce uvedl jeden seriózní titul a jeden bulvární titul),
- Deníky zdarma s čteností minimálně 65 000,
- Celostátní suplementy s čteností minimálně 1 000 000,
- Časopisy pro ženy s čteností minimálně 130 000,
- Časopisy životního stylu pro ženy s čteností minimálně 125 000,
- Ekonomické časopisy s čteností minimálně 40 000,
- Zpravodajské týdeníky s čteností minimálně 159 000.

Při určování titulů v jednotlivých vybraných kategoriích bude uchazeč vycházet z dat výzkumu Media projekt, který je k dispozici na webových stránkách Unie vydavatelů - <http://www.unievydavatelu.cz/Upload/1109.pdf>, a to za období 4. Q. 2012 až 1. Q. 2013.

Nabídnuté médium v dané kategorii musí minimální čtenost splnit samo o sobě. Pro dosažení požadované minimální čtenosti nelze média v kategorii sčítat.

Inzerce v online médiích

U inzerce v online médiích uchazeč nabídne ceny inzerce v médiích s požadovanou minimální RU (reálnými uživateli).

U online inzerce požaduje zadavatel uvést cenu za 1 týdenní bannerovou kampaň včetně výroby banneru dle technických požadavků jednotlivých serverů. Kreativní řešení banneru dodá zadavatel.

Zadavatel požaduje následující formáty bannerů pro online inzerci: Leaderboard (případně Megaboard pokud Leaderboard vybraný web nenabízí), a to dle požadavků jednotlivých serverů. Počet slidů (vrstev) u bannerů typu Leaderboard (případně Megaboard) požaduje zadavatel v počtu 2 až 3 slidy (vrstvy).

Pozice: vždy na Home page vybrané rubriky, tak jak je uvedeno na <http://www.netmonitor.cz/verejne-vystupy>, a to konkrétně za měsíc květen 2013, soubor Veřejná správa XLS, záložka CELKEM kategorie.

Předpokládané množství odběru bannerové inzerce: 12 x týdenní kampaň. Odběr inzerce bude probíhat v období od podpisu smlouvy do června 2014.

Kategorie serverů, jejichž požadovanou inzertní plochu požaduje zadavatel nacenit a minimální RU (reální uživatelé), které musejí splňovat:

- Zpravodajství – RU minimálně 1 000 000,
- Ekonomika, finance, právo – RU minimálně 240 000,
- Magazíny zaměřené na ženy a módu – RU minimálně 300 000,
- Těhotenství a rodičovství – RU minimálně 169 000.

Při určování jednotlivých serverů bude uchazeč vycházet ze statistických informací o RU serverů, které jsou k dispozici na <http://www.netmonitor.cz/verejne-vystupy>, a to konkrétně za měsíc květen 2013, soubor Veřejná správa XLS, záložka CELKEM kategorie.

Nabídnuté médium v dané kategorii musí minimální čtenost splnit samo o sobě. Pro dosažení požadované minimální čtenosti nelze média v kategorii sčítat.

Inzerce na outdoorových plochách

Uchazeč nabídne ceny za měsíční pronájem 1 plochy (včetně tiskové produkce), a to outdoorových ploch dle požadavků zadavatele. Požadujeme následující typ ploch v těchto obdobích:

Reklamní lavičky

Cenu za 1 plochu „Lavička“ uvede Uchazeč včetně ceny za tiskovou produkci. Tisková data dodá zadavatel dle požadavků dodavatele.

Předpokládaný počet odběru ploch je 400 kusů. Odběr inzerce bude probíhat první měsíc od podpisu smlouvy nejdříve však v lednu 2014.

Plochy musí být umístěné na dopravních uzlech, přestupních stanicích a hlavních nádražích ve městech nad 100 000 obyvatel.

Seznam krajů, ve kterých Zadavatel požaduje plochy „Lavičky“ a předpokládaný počet ploch „Lavičky“ v těchto krajích:

Kraj	počet ploch
Vysočina	50
Plzeňský	30
Pardubický	50
Liberecký	40
Královehradecký	50
Karlovarský	30
Jihočeský	40
Středočeský	50
Ústecký	60

Celkový předpokládaný počet ploch „Lavičky“ je 400.

Zda uchazeč navrhne, aby byly QS fólie na autobusech, trolejbusích, případně tramvajích ve stejných městech jako plochy „Lavičky“ nebo v jiných městech, záleží na jeho rozhodnutí.

Výlepové plochy na autobusech a trolejbusích MHD (rozměr QS folie – 220 x 60 cm)

Odběr inzerce bude probíhat první dva měsíce od podpisu smlouvy nejdříve však v únoru 2014.

Plochy musí být umístěné na autobusech a trolejbusích hlavních městských tahů (tedy těch, které jezdí centrem měst v uvedených krajích) ve městech nad 100 000 obyvatel. Tam, kde jezdí tramvaje, je možné plochy umístit i na ně.

Cenu za měsíční pronájem 1 plochy „QS folie“ uvede Uchazeč včetně ceny za tiskovou produkci. Seznam krajů, ve kterých Zadavatel požaduje plochy „QS fólie“, a předpokládaný počet ploch „QS fólie“ v těchto krajích:

Kraj	počet ploch
Vysočina	25
Plzeňský	15
Pardubický	25
Liberecký	20
Královehradecký	25
Karlovarský	15
Jihočeský	20
Středočeský	25
Ústecký	30

Celkový předpokládaný počet ploch „QS fólie“ je 200.

Pronájem vysílacího času na LCD obrazovkách v MHD

Uchazeč uvede cenu CPT (= cena za 1 000 opakování) za měsíční pronájem 1 LCD obrazovky. Obsah vysílání dodá zadavatel. Odběr inzerce bude probíhat první dva měsíce od podpisu smlouvy nejdříve však v lednu a únoru 2014.

Délka spotu bude maximálně 30 sekund.

Předpokládaný počet vozů je 350.

Seznam krajů, ve kterých Zadavatel požaduje pronájem vysílacího času v LCD obrazovkách v MHD (v každém z uvedených krajů požaduje zadavatel minimálně 20 LCD obrazovek):

Kraj
Vysočina
Plzeňský
Pardubický
Liberecký
Královehradecký
Karlovarský
Jihočeský
Středočeský
Ústecký

Zadavatel bude inzertní i outdoorové plochy odebírat na základě vlastního zvážení. Nemusí odebrat všechny druhy uchazečem nabídnutých ploch.

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.

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení tiskových a online médií, která bude zadavateli v rámci plnění předmětu veřejné zakázky nabízet. Toto označení bude sloužit pouze po představu zadavatele. Rámcová smlouva s vybraným uchazečem bude uzavřena bez obchodního označení jednotlivých médií (specifikace bude stanovena na základě rozřazení médií do kategorií).

Podrobný popis plnění je uveden v příloze č. 1 Návrh smlouvy.

6. OBCHODNÍ PODMÍNKY, VČETNĚ PLATEBNÍCH PODMÍNEK, PŘÍPADNĚ TÉŽ OBJEKTIVNÍCH PODMÍNEK, ZA NICHŽ JE MOŽNO PŘEKROČIT VÝŠI NABÍDKOVÉ CENY

Závazné obchodní podmínky včetně platebních podmínek jsou uvedeny v návrhu smlouvy, který tvoří přílohu č. 1 této zadávací dokumentace.

Uchazeč je povinen doložit do nabídky podepsaný návrh smlouvy pokrývající zajištění plnění předmětu veřejné zakázky. Uchazeč je oprávněn doplnit do návrhu smlouvy pouze údaje, které jsou označeny jako nedoplněné [DOPLNÍ UCHAZEČ] apod., 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; prostá 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.

7. ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Informace a údaje uvedené v této zadávací dokumentaci a v přílohách zadávací dokumentace vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky. Tyto požadavky je uchazeč povinen plně a bezvýjimečně respektovat při zpracování své nabídky a ve své nabídce je akceptovat. Neakceptování požadavků zadavatele uvedených v této zadávací dokumentaci a v přílohách zadávací dokumentace bude považováno za nesplnění zadávacích podmínek s následkem vyloučení uchazeče z další účasti v zadávacím řízení.

Zadávací dokumentace včetně všech příloh je uveřejněna v souladu s § 48 zákona neomezeným a přímým dálkovým přístupem na profilu zadavatele, tj. na internetové adrese:

<http://fdv.profilzadavatele.cz/>

8. POŽADAVKY NA VARIANTY NABÍDEK

Zadavatel nepřipouští varianty nabídek.

9. POŽADAVKY NA ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

Uchazeč stanoví nabídkovou cenu za celý předmět plnění veřejné zakázky v souladu se zadávacími podmínkami. Uchazeči předloží ve své nabídce nabídkovou cenu ve formě:

Inzerce v tištěných médiích

Charakteristika média	Jednotka - formát	Nabídková cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v % za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH za jednotku
Celostátní deníky s čteností minimálně 300 000 (seriózní titul)	¼ strany			
Celostátní deníky s čteností minimálně 300 000 (seriózní titul)	½ strany			
Celostátní deníky s čteností minimálně 300 000 (bulvární titul)	¼ strany			
Celostátní deníky s čteností minimálně 300 000 (bulvární titul)	½ strany			
Deníky zdarma s čteností minimálně 65 000	¼ strany			
Deníky zdarma s čteností minimálně 65 000	½ strany			
Celostátní suplementy s čteností minimálně 1 000 000	¼ strany			
Celostátní suplementy s čteností minimálně 1 000 000	½ strany			
Časopisy pro ženy s čteností minimálně 130 000	¼ strany			
Časopisy pro ženy s čteností minimálně	½ strany			

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

130 000				
Časopisy životního stylu pro ženy s čteností minimálně 125 000	¼ strany			
Časopisy životního stylu pro ženy s čteností minimálně 125 000	½ strany			
Ekonomické časopisy s čteností minimálně 40 000	¼ strany			
Ekonomické časopisy s čteností minimálně 40 000	½ strany			
Zpravodajské týdeníky s čteností minimálně 159 000	¼ strany			
Zpravodajské týdeníky s čteností minimálně 159 000	½ strany			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Inzerce v online médiích

Charakteristika média	Jednotka - formát	Nabídková cena v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Nabídková cena v Kč s DPH
Zpravodajství – RU minimálně 1 000 000	1 týdenní bannerová kampaň			
Ekonomika, finance, právo – RU minimálně 240 000	1 týdenní bannerová kampaň			
Magazíny zaměřené na ženy a módu – RU minimálně 300 000	1 týdenní bannerová kampaň			
Těhotenství a rodičovství – RU minimálně 169 000	1 týdenní bannerová kampaň			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet jednotkových cen)	-----			

Inzerce na outdoorových plochách

Charakteristika plochy	Lokalizace kraje	Jednotka - Časové rozpětí	Nabídková cena v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Nabídková cena v Kč s DPH
Lavička	Vysočina	1 měsíc			
Lavička	Plzeňský	1 měsíc			
Lavička	Pardubický	1 měsíc			
Lavička	Liberecký	1 měsíc			
Lavička	Královehradecký	1 měsíc			
Lavička	Karlovarský	1 měsíc			
Lavička	Jihočeský	1 měsíc			
Lavička	Středočeský	1 měsíc			
Lavička	Ústecký	1 měsíc			

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Výleповá plocha MHD	Vysočina	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Plzeňský	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Pardubický	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Liberecký	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Královehradecký	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Karlovarský	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Jihočeský	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Středočeský	1 měsíc			
Výleповá plocha MHD	Ústecký	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Vysočina	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Plzeňský	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Pardubický	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Liberecký	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Královehradecký	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Karlovarský	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Jihočeský	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Středočeský	1 měsíc			
Vysílací čas na LCD obrazovkách v MHD	Ústecký	1 měsíc			
Celková nabídková cena za typ kampaně (prostý součet)	-----	-----			

jednotkových cen)					
-------------------	--	--	--	--	--

Zadavatel nepřipouští, aby uchazeč uvedl cenu v jiné než předepsané struktuře. Zpracování ceny v jiné než předepsané struktuře bude hodnoceno jako nesplnění podmínek zadávacího řízení.

Nabídková cena uchazeče bude uvedena v příloze č. 1 Návrh smlouvy a v příloze č. 2 Krycí list nabídky.

Nabídková cena navržená uchazečem bude zahrnovat veškeré náklady uchazeče nezbytné pro řádné plnění veřejné zakázky. Nabídková cena bude zpracována v souladu se zadávacími podmínkami a bude stanovena jako cena nejvýše přípustná. Zadavatel nepřipouští překročení nabídkové ceny vyjma změny sazeb DPH.

Nabídková cena bude uvedena v CZK.

Uchazeč nesmí u žádné položky uvést nulovou cenu. Současně je uchazeč povinen ocenit všechny položky

10. JINÉ POŽADAVKY ZADAVATELE NA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

10.1. Doklady požadované v souladu s § 68 odst. 3 zákona, které musí být součástí nabídky

- 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 (Fond dalšího vzdělávání) podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za dodavatele;
- má-li dodavatel formu akciové společnosti, seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za dodavatele;
- prohlášení uchazeče o tom, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního právního předpisu v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za dodavatele.

Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona je přílohou č. 3 této zadávací dokumentace.

10.2. Subdodavatelé

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

10.3. Doba plnění

Předpokládaným termínem zahájení plnění veřejné zakázky je den podpisu rámcové smlouvy (dále také jen „smlouva“) s vybraným uchazečem, přičemž předpokládané datum uzavření smlouvy je bez zbytečného odkladu po ukončení tohoto zadávacího řízení. Předmět veřejné zakázky bude vykonáván na základě smlouvy uzavřené mezi zadavatelem a vybraným uchazečem na dobu určitou, a to na dobu do 30. 6. 2014, či na dobu, dokud úhrada odměn za plnění veřejné zakázky nedosáhne maximálně přípustné výše stanovené v příloze č. 1 Návrh rámcové smlouvy (předpokládaná hodnota veřejné zakázky).

10.4. Místo plnění

Místem plnění bude sídlo zadavatele, sídlo vybraného uchazeče a v rámci plnění požadované inzerce celé území ČR.

10.5. 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).

10.6. 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, užité 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.

11. POŽADAVKY NA KVALIFIKACI

Podrobná specifikace požadavků zadavatele na kvalifikaci je uvedena v kvalifikační dokumentaci, která tvoří přílohu zadávací dokumentace. Kvalifikační dokumentace upravuje podrobným způsobem vymezení a způsob prokázání kvalifikačních předpokladů.

12. ZPŮSOB HODNOCENÍ NABÍDEK

Základním kritériem hodnocení je nejnižší nabídková cena dle ustanovení § 81 odst. 1 písmeno b) zákona.

Určení vah jednotlivých typů kampaně:

Typ kampaně	Váha
Celková nabídková cena za typ kampaně - inzerce v tištěných médiích	40%
Celková nabídková cena za typ kampaně - inzerce v online médiích	30%
Celková nabídková cena za typ kampaně - inzerce na outdoorových plochách	30%

Zadavatel bude hodnotit součet celkové výše nabídkové ceny za typ kampaně v Kč bez DPH uvedený uchazečem v návrhu smlouvy dle ustanovení bodu 9 této zadávací dokumentace přepočítaný vahou daného typu kampaně, tedy dle následujícího vzorce:

$$\frac{\text{nejnižší nabídková cena dané typu kampaně}}{\text{nabídková cena dané typu kampaně}} \times 100$$

Následně bude počet bodů dosažený každým uchazečem přepočten vahou kritéria dané kampaně. Výsledné číslo bude zaokrouhleno na 2 desetinná místa. Jako výhodnější bude hodnocena nabídka toho uchazeče, jehož nabídka bude v těchto dílčích hodnotících kritériích nižší oproti nabídkám ostatních uchazečů.

Na základě součtu výsledných hodnot u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší bodové hodnoty.

13. POŽADAVEK NA POSKYTNUTÍ JISTOTY

Zadavatel jistotu nepožaduje.

14. PODMÍNKY A POŽADAVKY PRO ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

Nabídka bude předložena v jednom originále a v jedné kopii v písemné formě, v českém jazyce. Originál bude označen jako „Originál“ a kopie nabídky bude označena jako „Kopie“. Kopie musí být úplnou kopií originální nabídky. V případě rozporu je rozhodující originální vyhotovení nabídky.

Dodavatel ve své nabídce uvede své identifikační údaje v souladu s ust. § 68 odst. 2 zákona a ust. § 17 písm. d) zákona, a to v rozsahu:

- a) v případě právnické osoby: obchodní firma nebo název, sídlo, právní forma, identifikační číslo osoby (dále jen "IČO"), bylo-li přiděleno,
- b) v případě fyzické osoby: obchodní firma nebo jméno a příjmení, místo podnikání, popřípadě místo trvalého pobytu, IČO, bylo-li přiděleno,

a dále uchazeč ve své nabídce uvede: DIČ, jméno a příjmení osoby oprávněné jednat za uchazeče, telefon, e-mail (pro komunikaci v průběhu procesu zadávání zakázky) a URL adresu (viz příloha č. 2 – Krycí list nabídky). Součástí krycího listu nabídky bude také prohlášení uchazeče, že není subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci.

Součástí nabídky musí být písemný návrh smlouvy podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče (*Pokud jedná jménem či za uchazeče jiná osoba odlišná od osoby oprávněné jednat, musí být součástí návrhu smlouvy plná moc opravňující tuto osobu k jednání.*). Písemný návrh smlouvy musí akceptovat návrh smlouvy uvedený v příloze č. 1. **Od návrhu smlouvy, který je součástí zadávací dokumentace, se nelze odchýlit.** Údaje uvedené v návrhu smlouvy se nesmí lišit od údajů uvedených v jiné části nabídky uchazeče. V případě rozporů je pak vždy rozhodující písemný návrh smlouvy.

Součástí nabídky musí být rovněž dokumenty dle ustanovení § 68 odst. 3 zákona: **Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona je přílohou č. 3 této zadávací dokumentace.**

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce předložil konkrétní označení tiskových a online médií, která bude zadavateli v rámci plnění předmětu veřejné zakázky nabízet. Toto označení bude sloužit pouze po představu zadavatele. Rámcová smlouva s vybraným uchazečem bude uzavřena bez obchodního označení jednotlivých médií (specifikace bude stanovena na základě rozřazení médií do kategorií).

Součástí nabídky budou rovněž další dokumenty požadované zákonem a zadavatelem, včetně dokladů a informací prokazujících splnění kvalifikace.

Součástí předložené nabídky musí být kompletní elektronická verze nabídky včetně podepsaného návrhu smlouvy ve formátu *.pdf, přiložená k originálu nabídky. Návrh smlouvy bude rovněž přiložen v editovatelné podobě ve formátu *.doc. Elektronická verze dokumentů bude uložena na nepřepisovatelném CD. V případě rozporů mezi tištěnou a elektronickou podobou návrhu smlouvy je rozhodující písemný návrh smlouvy.

Nabídka nebude obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl. Všechny listy nabídky budou řádně očíslovány vzestupnou číselnou řadou a nabídka bude zajištěna proti neoprávněné manipulaci.

Je-li zadavatelem vyžadováno prohlášení, musí být opatřeno datem a podepsáno osobou oprávněnou za uchazeče podepisovat, přičemž v nabídce musí být doloženo oprávnění této osoby za uchazeče podepisovat.

15. DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM

Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám je možno doručit písemně nejpozději 6 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek dle ustanovení § 49 zákona.

Dodatečné informace k zadávacím podmínkám budou vyřízeny dle ustanovení § 49 odst. zákona. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám včetně přesného znění požadavku budou uveřejněny na profilu zadavatele.

16. KOMUNIKACE MEZI ZADAVATELEM A DODAVATELEM

Zadavatel požaduje, aby součástí nabídky uchazeče bylo uvedení kontaktní osoby uchazeče (jméno, e-mail, telefon) v příloze č. 2 Krycí list nabídky. Elektronický kontakt této osoby (e-mail) bude sloužit pro komunikaci v rámci zadávacího řízení, zejména pro zaslání a příjem žádosti dle ustanovení § 59 odst. 4 zákona a 76 odst. 3 zákona.

Veškeré ostatní písemnosti v rámci zadávacího řízení (rozhodnutí o vyloučení, rozhodnutí o výběru nejvhodnější nabídky, oznámení o uzavření smlouvy apod.) budou zadavatelem odesílány prostřednictvím datové schránky či prostřednictvím držitele poštovní licence.

17. DALŠÍ PODMÍNKY ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

Zadavatel stanovuje délku zadávací lhůty na 120 dnů.

Prohlídka místa plnění veřejné zakázky nebude vzhledem k povaze předmětu plnění veřejné zakázky uskutečněna.

18. LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK

Místo pro podání nabídek: sídlo zadavatele

Nabídky budou doručeny v zapečetěné obálce, kterou uchazeč označí nápisem:

„Rámcová smlouva na nákup inzerce v tištěných, online médiích a outdoorových plochách - NEOTVÍRAT“

Na obálce uchazeč dále uvede své identifikační údaje, tj. obchodní firmu nebo název, sídlo či korespondenční adresu, na které je možno zaslat oznámení podle § 71 odst. 6 a 7 zákona.

Nabídku je možno podávat osobně nebo prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu sídla zadavatele.

Osobní podání nabídky lze učinit na recepci zadavatele v době: Po – Pá od 9:00 do 15:00 hod., v poslední den lhůty pro podání nabídek potom do 13:00 hodin.

V případě podání nabídky poštou je nezbytné, aby byla nabídka zadavateli doručena do konce lhůty pro podání nabídek. Za okamžik podání/doručení nabídky se považuje její fyzické převzetí recepcí zadavatele na výše uvedené adrese.

Lhůta pro podání nabídek končí dne 5. 11. 2013 v 13:00 hodin.

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

19. OTEVÍRÁNÍ OBÁLEK S NABÍDKAMI

Otevírání obálek s nabídkami se uskuteční **dne 5. 11. 2013 v 13:15 hodin** v zasedací místnosti zadavatele (uchazeči budou vyzvednuti z recepcie zadavatele).

Otevírání obálek s nabídkami se mají právo účastnit zástupci dodavatelů, jejichž nabídky byly řádně doručeny do konce stanovené lhůty. Z organizačních důvodů je omezen počet zástupců každého uchazeče na jednu fyzickou osobu, která se musí prokázat dokladem opravňujícím jednat jménem či za uchazeče, který nabídku podal (výpis z obchodního rejstříku a občanský průkaz, popř. plnou moc nebo pověření v originále nebo úředně ověřené kopii, apod.).

20. DALŠÍ ČÁSTI ZADÁVACÍ DOKUMENTACE - PŘÍLOHY

- Příloha č. 1: Návrh smlouvy
- Příloha č. 2: Krycí list nabídky
- Příloha č. 3: Vzor seznamu a prohlášení dle § 68 odst. 3 zákona
- Příloha č. 4: Kvalifikační dokumentace

V Praze dne 13. 9. 2013

Mgr. Veronika Pelíšková, MBA, v. r.
pověřená zastupováním ředitele FDV

Za správnost: Mgr. Miroslav Hoša