

Výzva k podání nabídek

Tato výzva je výzvou k podání nabídek pro zadání veřejné zakázky v rámci dynamického nákupního systému **Marketingové služby**, ev. č. ve VVZ: Z2022-024054, ve smyslu § 141 odst. 1 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů.

Název veřejné zakázky

Video kampaň na osvětu odborného vzdělávání a možnostech uplatnění ve firmách KHK

Identifikační údaje zadavatele

Název	Centrum investic, rozvoje a inovací
Sídlo	Soukenická 54, 500 03 Hradec Králové
IČO	71218840
DIČ	CZ71218840
Zástupce	Mgr. et Mgr. Vendula Hájková, MBA, ředitelka

Kontaktní údaje

ID DS	9uekgyt
e-mail	vz@cirihk.cz

Elektronický nástroj

https://zakazky.cenakhk.cz/dns_display_5.html

V elektronickém nástroji jsou uveřejněny kompletní zadávací podmínky včetně všech jejich příloh.

1. Úvodní informace

Veřejná zakázka je zadávána v souladu s ustanovením § 141 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ nebo zákon“) v rámci zavedeného dynamického nákupního systému (dále jen „DNS“).

Této veřejné zakázky se mohou účastnit pouze dodavatelé zařazení do DNS. Dodavatelé, kteří nebyli zařazení do DNS, se nemohou této veřejné zakázky účastnit a podat nabídku. Tito dodavatelé však mohou podáním žádosti o účast podle ustanovení § 140 ZZVZ o zařazení požádat, a to kdykoliv po celou dobu trvání DNS.

Vybraný dodavatel realizuje předmět veřejné zakázky vždy v souladu s právními předpisy vztahujícími se k předmětu veřejné zakázky.

Podáním nabídky přijímá dodavatel zadávací podmínky veřejné zakázky. Předpokládá se, že se dodavatel se zadávacími podmínkami v plném rozsahu seznámil a že jim porozuměl.

Předmět plnění je součástí realizace projektu Smart Akcelerátor+ Královéhradeckého kraje I (CZ.02.01.02/00/22_009/0003506) spolufinancovaného Evropskou unií.

Elektronický nástroj

Tato veřejná zakázka je zadávána elektronicky prostřednictvím certifikovaného elektronického nástroje E-ZAK dostupného na adrese https://zakazky.cenakhk.cz/dns_display_5.html

Veškeré úkony včetně podání nabídky může dodavatel provést pouze elektronicky prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK. Podmínkou podání nabídky v elektronické podobě je dokončená registrace a přihlášení dodavatele v elektronickém nástroji E-ZAK.

Zadavatel upozorňuje, že podání nabídky prostřednictvím elektronického nástroje je samo o sobě považováno za úkon jednoznačně ztotožněný s registrovaným subjektem podávajícím nabídku v elektronickém nástroji. Zadavatel tedy nepožaduje podepisování předkládaných dokumentů jak fyzicky s následným skenováním, tak podepisováním prostřednictvím elektronického podpisu.

Zadavatel doporučuje vložit do elektronického nástroje soubor nebo soubory s nabídkou označené obchodní firmou dodavatele (nemusí se jednat o zcela přesný přepis obchodní firmy). Maximální velikost jednotlivých souborů vkládaných do elektronického nástroje je omezena na 50 MB. Počet vkládaných souborů omezen není.

Veškeré podmínky a informace týkající se použití elektronického nástroje jsou dostupné na adrese <https://zakazky.cenakhk.cz/>. Dotazy k použití elektronického nástroje mohou dodavatelé zasílat na kontaktní e-mail zástupce zadavatele vz@cirihk.cz.

2. Vymezení předmětu plnění veřejné zakázky

Předmětem veřejné zakázky je závazek zhotovitele spočívající v dodání videospotů pro kampaň na osvětu odborného vzdělávání a možnostech uplatnění ve firmách Královéhradeckého kraje:

- **1 x dlouhý spot.**
- V délce minimálně 4 minuty k využívání kariérovými a výchovnými poradci určený pro cílovou skupinu na základních a středních školách.
- **4 x krátké spoty:**

- 3 krátké spoty zaměřené na konkrétní obor/řemeslo (škola a firma)
- 1 krátký spot shrnující celý obsah.
Délka spotu cca 15 sekund či jiná dle zdůvodnění dodavatele.

Předmět veřejné zakázky je podrobně specifikován:

- přílohou č. 1 výzvy k podání nabídek (dále také jako „výzva“) – **návrh smlouvy o dílo**;
- přílohou č. 3 výzvy k podání nabídek (dále také jako „výzva“) – **specifikace kampaně**.

Klasifikace předmětu veřejné zakázky dle kódu CPV

Kategorie F 92111240-6 Výroba propagačního videa

3. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky a nabídková cena

Celková hodnota za celou dobu plnění veřejné zakázky činí **200.000,00 Kč včetně DPH**.

Překročení hodnoty maximální nabídkové ceny bude zadavatelem považováno za nesplnění podmínek účasti ve výběrovém řízení.

Nabídková cena dodavatele musí zahrnovat veškeré náklady na realizaci předmětu plnění zakázky. Nabídková cena je zároveň cena nejvýše přípustná a musí být platná po celou dobu plnění veřejné zakázky, nedojde-li k podstatné změně výchozích podmínek.

Dodavatel specifikuje nabídkovou cenu v členění uvedeném v krycím listu nabídky. Vzor krycího listu je přílohou č. 2 výzvy.

V případě, že je nabídková cena účastníka mimořádně nízkou, bude zadavatel postupovat obdobně § 113 zákona.

4. Hodnotící kritérium

Zadavatel provede hodnocení nabídek podle jejich ekonomické výhodnosti. Ekonomickou výhodnost nabídek bude zadavatel hodnotit na základě poměru nabídkové ceny a kvality, a to dle následujících dílčích kritérií:

- 1. Nabídková cena v Kč včetně DPH – 50 %**
- 2. Kvalita nabízeného řešení – 50 %**

Celkové hodnocení je součtem bodových hodnocení dílčích kritérií. U každé nabídky budou hodnoty dílčích kritérií vypočteny na dvě desetinná místa a následně sečteny. Nejvýhodnější nabídkou bude ta, která získá nejvyšší bodové hodnocení.

V případě shody bodového hodnocení u nabídek, které by byly podle hodnotícího kritéria hodnoceny jako nejvýhodnější, bude jako ekonomicky nejvýhodnější hodnocena nabídka vzešlá z náhodného losování mezi dotčenými účastníky. Dotčení účastníci mají právo být losování přítomni. O konání losování budou dotčení účastníci zadavatelem informováni v dostatečném předstihu.

4.1. Nabídková cena

V rámci kritéria **Nabídková cena v Kč včetně DPH** budou nabídky hodnoceny na základě celkové **nabídkové ceny v Kč včetně DPH** uvedené ve vyplněném krycím listu, který je součástí přílohy č. 2 této výzvy.

V rámci kritéria Nabídková cena v Kč bez DPH, pro které má nevhodnější nabídka minimální hodnotu kritéria, získá hodnocená nabídka bodovou hodnotu, která vznikne násobkem 100 a poměru hodnoty nevhodnější nabídky k hodnocené nabídce, a váhy daného kritéria:

$$\text{Počet bodů} = 100 \times \frac{\text{nejvhodnější nabídka}}{\text{hodnocená nabídka}} \times 50 \%$$

4.2. Kvalita nabízeného řešení

V rámci kritéria kvalita nabízeného řešení bude posuzován **koncept dlouhého spotu**. Předmětem hodnocení bude **kreativní koncept** zpracovaný na základě informací uvedených ve specifikaci kampaně, která je přílohou č. 3 této výzvy.

Jednotlivým nabídkám bude přiřazeno bodové hodnocení v závislosti na naplnění požadavků zadavatele na cíl kampaně. Každé ze subkritérií bude hodnoceno samostatně bodovou škálou 1 – 5 bodů. Všechna subkritéria mají stejnou váhu. Body budou každému subkritériu přidělovány zvlášť, maximálně může získat jedna nabídka 20 bodů. Nejvíce vyhovujícímu návrhu bude v rámci každého hodnoceného subkritéria přiděleno 5 bodů, ostatním nabídkám v daném subkritériu budou body přiděleny na základě srovnání s nevhodnějším návrhem na základě následující stupnice:

Nejvhodnější návrh	5 bodů
Není nejlepším návrhem, ale blíží se nevhodnější nabídce a zadavatel nemá k nabízenému řešení připomínky z hlediska naplnění cílů předmětu veřejné zakázky	4 body
Navrhované řešení je s nevhodnější nabídkou srovnatelné pouze částečně, zadavatel má drobné připomínky z hlediska naplnění cílů předmětu veřejné zakázky	3 body
Navrhované řešení je velmi málo srovnatelné s nevhodnější nabídkou, zadavatel má připomínky z hlediska naplnění cílů předmětu veřejné zakázky	2 body
Navrhované řešení není s nevhodnější nabídkou srovnatelné a nenaplní zadavatelem stanovené cíle předmětu veřejné zakázky	1 bod

Úspěšnost předložené nabídky bude hodnocena v následujících subkritériích:

4.2.1 Míra dosažení stanovených cílů kampaně dle požadavků zadavatele

Nejlépe hodnocen bude návrh, který odpovídá cílům kampaně, kterými je snaha představit cílové skupině možnosti studia na vytipovaných středních odborných školách v Královéhradeckém kraji, zvýšit jejich zájem o studium na těchto školách a představit jim možnosti uplatnění prostřednictvím konkrétně daných významných lokálních firem. Pro hodnocení míry dosažení tohoto subkritéria bude zohledněno, zda kampaň - zvyšuje povědomí, srozumitelně a komplexně informuje, inspiruje a motivuje k akci, podporuje při rozhodování (možnost využití nástrojů pro výběr školy např. www.mujzivotposkole.cz nebo testů osobnostních a profesních předpokladů), odpovídá na otázky týkající se budoucnosti.

4.2.2 Námět scénáře – atraktivita, nápad, estetické a vizuální prvky

Nejlépe bude hodnocen námět scénáře, který je originální a atraktivní formou oslovuje cílovou

skupinu. Pro hodnocení míry dosažení tohoto subkritéria bude zohledněno – originalita a nápaditost scénáře, struktura a plynulost scénáře, relevance pro cílovou skupinu, estetické a vizuálně atraktivní prvky, délka a tempo optimální vzhledem k online formě a cílové skupině.

4.2.3 Způsob (trefnost) oslovení cílové skupiny

Nejlépe bude hodnocen návrh, kterému se daří naladit na mentalitu cílové skupiny, oslovuje cílovou skupinu, která spot shlédne do konce, případně bude mít zájem sdílet na sociálních sítích. Pro hodnocení míry dosažení tohoto subkritéria bude zohledněna - trefnost oslovení, relevance s ohledem k cílové skupině, porozumění sdělení, vhodný jazyk, zájem o sdílení na sociálních sítích.

4.2.4 - Kvalita a podrobnost zpracování scénáře

Nejlépe bude hodnocen návrh, jehož scénář je zpracovaný kvalitně a dostatečně podrobně, detailně, aby bylo každému zřejmé, co tím je myšleno a nebylo třeba doplnění předkládaného návrhu.

Po provedení celkového součtu získaných bodů dle jednotlivých kritérií bude výsledná hodnota každé nabídky přepočtena poměrovým způsobem na 100 bodovou základnu s následným provážením váhového koeficientu dílčího hodnotícího kritéria, dle vzorce:

$$\text{Počet bodů} = 100 \times \frac{\text{hodnocená nabídka}}{\text{nejvhodnější nabídka}} \times 50 \%$$

Zadavatel upozorňuje, že všechny údaje, které jsou předmětem hodnocení, musejí být součástí nabídky dodavatele a dle § 46 odst. 2 zákona je není možné doplnit na základě žádosti o objasnění nabídky.

5. Doba a místo plnění veřejné zakázky

Dodavatel splní celý předmět veřejné zakázky v termínech dle specifikace, tedy dodá finální spoty nejpozději **do 31. 08. 2024**.

Místem plnění, je-li to vzhledem k charakteru plnění možné, je sídlo zadavatele.

6. Obchodní a další smluvní podmínky

Obchodní a další smluvní podmínky jsou stanoveny návrhem smlouvy, který je **přílohou č. 1 výzvy**. Návrh smlouvy je závazný. **Návrh smlouvy není povinnou součástí nabídky a dodavatel ji nemusí vložit do nabídky**. Smlouva bude uzavřena s vybraným dodavatelem v podobě dle zadávacích podmínek a doplněná o údaje z nabídky vybraného dodavatele.

Zadavatel upozorňuje dodavatele, že si od vybraného dodavatele před uzavřením smlouvy vyžádá předložení originálů nebo ověřených kopií dokladů o kvalifikaci v elektronické podobě, pokud již nebyly v předchozích zadávacích řízeních předloženy.

7. Prohlídka místa plnění

Vzhledem k CHARAKTERU PŘEDMĚTU PLNĚNÍ zadavatel neorganizuje prohlídku místa plnění.

8. Podmínky sestavení a podání nabídek

Nabídka dodavatele musí být zpracována v českém jazyce.

Zadavatel doporučuje předložení následujících dokumentů:

1. Krycí list nabídky včetně hodnoticí tabulky

Dodavatel na označených místech vyplní krycí list nabídky dle **přílohy č. 2 – krycí list nabídky**. V krycím listu bude uvedena nabídková cena v požadovaném členění.

2. Plná moc

V případě, že uživatel, který za dodavatele odesílá nabídku, předložil při registraci uživatelského účtu v elektronickém nástroji plnou moc, která v plném rozsahu nepokrývá veškeré jednání za dodavatele v rámci podání nabídky v tomto zadávacím řízení, předloží v nabídce doklad o oprávnění takové jednání učinit.

3. Kreativní koncept

Dodavatel předloží návrh dlouhého spotu, jenž bude předmětem hodnocení dle bodu 4.2 této výzvy a v souladu se specifikací kampaně.

9. Lhůta pro podání nabídek

Lhůta pro podání nabídek je uvedena v detailu veřejné zakázky na profilu zadavatele.

Lhůta pro podání nabídek může být zkrácena v souladu s § 141 odst. 2 zákona na základě souhlasu všech dodavatelů zařazených do příslušné kategorie DNS.

10. Otevírání nabídek v elektronické podobě

Otevřením nabídky v elektronické podobě se rozumí zpřístupnění jejího obsahu zadavateli. Nabídky v elektronické podobě otevírá zadavatel po uplynutí lhůty pro podání nabídek. Otevírání nabídek je neveřejné.

11. Závěrečná ustanovení

Zadavatel je oprávněn veřejnou zakázku kdykoliv zrušit, a to bez uvedení důvodu. Pokud zadavatel toto právo uplatní, nevzniká v souvislosti s tím dodavatelům vůči zadavateli jakýkoliv nárok.

Zadavatel může obdobně § 46 zákona požadovat objasnění nebo doplnění údajů v nabídce účastníka a obdobně § 113 objasnění mimořádně nízké nabídkové ceny.

Náklady spojené se změnou zadávacích podmínek vzniklé na straně dodavatelů zadavatel nehradí. Náklady na vypracování nabídky zadavatel nehradí. Předložené nabídky zadavatel nevrací.

12. Přílohy zadávací dokumentace

1. Návrh smlouvy o dílo
2. Krycí list nabídky
3. Specifikace kampaně

Za zadavatele v Hradci Králové

.....
Mgr. et Mgr. Vendula Hájková, MBA