

ZADÁVACÍ DOKUMENTACE VEŘEJNÁ ZAKÁZKA MALÉHO ROZSAHU

Zadavatel ve smyslu § 6, 27 a 31 zákona č.134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“)

tímto vyzývá k podání nabídky
na veřejnou zakázku malého rozsahu na služby

**„Marketingové a komunikační nástroje značky
Žijeme regionem v rámci projektu
Smart Akcelerátor 2.0“**





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Obsah

1. Úvodní informace	3
2. Identifikační údaje zadavatele	3
3. Název zakázky	3
4. Předmět plnění veřejné zakázky	4
5. Marketingové a komunikační cíle, cílové skupiny	7
6. Pevná hodnota zakázky	8
7. Doba a místo plnění veřejné zakázky	8
8. Požadavky zadavatele na kvalifikaci	8
9. Obchodní a platební podmínky	9
10. Zpracování jednoduchého kreativního konceptu	10
11. Hodnocení	11
12. Požadavky na způsob zpracování cenové nabídky	12
13. Závaznost požadavků zadavatele	13
14. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám	13
15. Lhůta a místo pro podávání nabídky, termín otevírání obálek	14
16. Výhrady zadavatele	14
17. Seznam příloh	15



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



1. Úvodní informace

V tomto výběrovém řízení se zadavatel neřídí zákonem č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“, vyjma zásad v § 6 ZZVZ a vyjma ustanovení v zadávací dokumentaci, kde zadavatel upozorní na citaci či odkaz ZZVZ).

Výběrové řízení probíhá v souladu s předpisem Rady Karlovarského kraje č. PR 06/2018 Pravidla pro zadávání veřejných zakázek Karlovarským krajem a jeho příspěvkovými organizacemi a v souladu s Pravidly pro žadatele a příjemce Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání.

Zadávací dokumentace je k dispozici pouze v elektronické podobě prostřednictvím certifikovaného elektronického nástroje E-ZAK dostupného na adrese https://ezak.kr-karlovarsky.cz/profile_display_120.html, listinnou podobu zadávací dokumentace zadavatel neposkytuje. Tato zadávací dokumentace slouží jako podklad pro vypracování nabídek dodavatelů.

Tato veřejná zakázka je součástí realizace projektu **Smart Akcelerátor 2.0**, registrační číslo projektu CZ.02.2.69/0.0/0.0/18_055/0013938, který je financován z Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání, Evropského sociálního fondu. Míra spolufinancování projektu EU 85 %, Karlovarský kraj 15 %. Příjemcem podpory je Karlovarský kraj, Karlovarská agentura rozvoje podnikání, příspěvková organizace vystupuje v rámci projektu jako partner s finančním příspěvkem (výkonná jednotka projektu).

2. Identifikační údaje zadavatele

Název: Karlovarská agentura rozvoje podnikání, příspěvková organizace
Sídlo: Závodní 278, 360 18 Karlovy Vary
IČO: 72053666
Zastoupená: Ing. Vlastimilem Veselým, ředitelem příspěvkové organizace
Profil zadavatele: https://ezak.kr-karlovarsky.cz/profile_display_120.html
Datová schránka: bry73k95n

Kontaktní osoba zadavatele:

Kontaktní osobou zadavatele ve věcech souvisejících se zadáváním této veřejné zakázky je **Ing. Martina Weissová**, e-mail: martina.weissova@karp-kv.cz. Kontaktní osoba zajišťuje veškerou komunikaci zadavatele s dodavateli (tím není dotčeno oprávnění jiné pověřené osoby zadavatele).

3. Název zakázky

Marketingové a komunikační nástroje značky Žijeme regionem v rámci projektu Smart Akcelerátor 2.0.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



4. Předmět plnění veřejné zakázky

Zadavatelem požadovaným předmětem plnění je poskytování služeb spočívajících v návrhu podoby a realizaci marketingových a komunikačních nástrojů a poskytnutí souvisejících jednorázových nebo opakujících se dodávek a služeb v rámci propagace značky Žijeme regionem. Kreativní tvorba komunikační kampaně v Karlovarském kraji bude vycházet z „Marketingové strategie pro Karlovarský kraj Smart Akcelerátor (1. kolo) – Posilování komunikace a marketingu inovačního ekosystému“.

Předmět plnění je členěn na jednotlivé níže uvedené nástroje:

A. Grafický manuál značky a vizuálního stylu

Návrh redesignu původního loga Žijeme regionem při zachování stávající barevnosti a stylu. Funkční, nezaměnitelné a relevantní logo, které bude snadno identifikovatelné. Na základě volby finálního redesignu zadavatelem, bude dopodrobna rozpracován grafický manuál značky a vizuálního stylu Žijeme regionem. Manuál musí pamatovat na to, že materiály budou vždy obsahovat prvky povinné publicity, případně loga Karlovarské agentury rozvoje podnikání a Karlovarského kraje.

Požadovaný minimální obsah manuálu značky:

Manuál bude obsahovat kromě loga také popis tonality značky, komunikační prvky, návrh systému vizuálních prvků (fotografie, ilustrace, infografika) a rovněž podobu jednotlivých nástrojů komunikace značky.

- Značka (základ, barevná provedení, značka na podkladových plochách, rozkreslení, ochranné zóny, povolené a zakázané varianty, mutace AJ, NJ, RU)
- Písmo (základní, doplňkové, princip sazby)
- Barevnost (základní a doplňkové barvy)
- Vizuální styl (ukázka aplikací, princip tvorby)
- Merkantilní tiskoviny (korespondence, obálky, vizitky, komplimentky, příp. razítka)
- Ostatní tiskoviny (zápisy z jednání, tiskové zprávy, oznámení, pozvánky)
- Komunikační a propagační materiály včetně propagačních předmětů (letáky, plakáty, brožury, OOH – billboard, bigboard, CLV, plachty, inzerce)
- Multimediální aplikace (bannery, emailový podpis, ppt prezentace)
- Prostorové aplikace značky (označení kanceláří, automobilů)

Komunikační část bude respektovat zásady manifestu kampaně Žijeme regionem.

Manuál musí splňovat následující požadavky:

- srozumitelnost i osobám, které nemají odbornost a praktickou zkušenost v oblasti grafiky,
- přehlednost, jednoduchost, intuitivní orientace v manuálu, logické řazení kapitol,
- vizuální identita musí být jednoznačná.

Verze manuálu:

- tištěná a elektronická ve formátu PDF



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



- součástí manuálu budou ai, gif, jpg, png, eps formáty všech použitých grafických prvků, jejich dílčích částí a definovaná písma

TVORBA MARKETINGOVÉHO/KOMUNIKAČNÍHO KONCEPTU

B. Obecné grafické práce, klíčový vizuál a jeho rozpracování do jednotlivých formátů pro individuální cílové skupiny včetně veškerého copywritingu dle zadavatelem schváleného komunikačního mixu

Komplexní zpracování grafiky, grafiky klíčových vizuálů pro jednotlivé cílové skupiny a jejich rozpracování do požadovaných formátů dle potřeb zadavatele. Nejčastěji se bude jednat o tištěné materiály, on-line užití atd.

C. Návrh komunikačního mixu pro jednotlivé cílové skupiny a vytipování konkrétních médií/rozpracování klíčového vizuálu do jednotlivých formátů dle schváleného komunikačního mixu pro jednotlivé cílové skupiny

Návrh komunikačních mixů pro konkrétní cílové skupiny a vytipování konkrétních médií včetně kalkulací a mediaplánů. Součástí předmětu plnění je i nákup médií a následná realizace reklamní kampaně v/na těchto médiích dle zadavatelem schváleného mediaplánu. Po odsouhlasení komunikačního mixu pro jednotlivé cílové skupiny požadujeme rozpracování konceptu do jednotlivých formátů, reklamních sdělení atd. Předpokládaný rozsah v rámci komunikačního mixu:

- klíčový vizuál
- inzerce v tištěných médiích (regionální tisk, obecní zpravodaje)
- OOH (formát billboard, bigboard, CLV, plachty apod.)
- online kampaně a sociální sítě
- reklamní spoty pro použití na internetu (1x 30 sec a 1x 14 sec)
- spoty do rádia (1x 30 sec)
- BTL materiály (letáky, plakáty, brožury, rollupy)
- PR články
- případně guerilla marketing

D. Nafocení fotografií pro kampaň a vytvoření databáze pro jejich použití

- dodání 100 ks fotografií (možnost kombinace nákupu fotografií z fotobanky (50 ks) a pořízení vlastních fotografií (50 ks), vše s ohledem na cílové skupiny projektu),
- nákup fotografií – prohledání a předvýběr ve vybraných fotobankách, následný nákup, který schválí zadavatel,
- tvorba vlastních fotografií bude realizována na území Karlovarského kraje, dokumentovány by měly být veřejně známé osobnosti Karlovarského kraje, tradiční obyvatelé Karlovarského kraje včetně jejich úspěchů,
- pořízení fotografií musí ilustrovat témata marketingové strategie či RIS3 strategie Karlovarského kraje, přesná témata budou specifikována zadavatelem po uzavření smlouvy,



- vlastní fotografování – návrh realizace fotografií dle příslušných témat a cílových skupin, domluva s příslušným subjektem, aranžé, fotografování, poskytnutí náhledů, postprodukce a úprava, předání vybraných fotografií.

E. Redesign webu www.zijemeregionem.cz

- na doméně www.zijemeregionem.cz,
- vlastní administrační prostředí, redakční systém, responzivita (PC, tablet, mobil)
- novinkový systém, 4 rychlé navigační boxy,
- infobox,
- patička s rychlými odkazy,
- grafika – sjednotit s grafickým ztvárněním výše uvedených komunikačních nástrojů,
- verze pro PC i mobilní web (responzivita),
- provázání se sociálními sítěmi,
- webové stránky by měly být založeny na platformě open source, ideálně WordPressu,
- interakce s návštěvníkem (akční tlačítka),
- jednoduché menu („hamburger menu“),
- originální velkoformátové fotografie, na kterých je web založen,
- portál s údaji z životních situací (informační charakter – akce konané v kraji, důležité kontakty atd.)

Zadavatel požaduje poskytnutí požadovaných formátů i všechna zdrojová data, aby se dalo s podklady dále pracovat v rozsahu licenčního ujednání. Realizace předmětu plnění veřejné zakázky bude probíhat v souladu s pokyny zadavatele, dále dle obecně závazných právních předpisů, ČSN, ostatních norem a metodik upravujících předmět plnění.

Předmět plnění veřejné zakázky musí být v souladu s:

- Marketingovou strategií pro Karlovarský kraj Smart Akcelérátor (1. kolo) – Posilování komunikace a marketingu inovačního ekosystému, dostupná na tomto odkazu: <http://www.ris3kvk.cz/download/documents/marketingova-strategie-a-komunikacni-plan.pdf> a zároveň je přílohou č. 5 zadávací dokumentace.
- Regionální inovační strategií Karlovarského kraje, dostupná na tomto odkazu: http://www.ris3kvk.cz/download/documents/RIS3_KK_verze_2018_05_31.pdf a zároveň je přílohou č. 5 zadávací dokumentace.
- Grafickým manuálem Karlovarské agentury rozvoje podnikání, příspěvkové organizace, který je přílohou č. 5 zadávací dokumentace.
- Grafickým manuálem Karlovarského kraje a Živého kraje – Destinační agentury pro Karlovarský kraj, z. s., který je přílohou č. 5 zadávací dokumentace.
- Grafickými podklady kampaně Žijeme regionem, dostupnými na tomto odkazu: <https://www.zijemeregionem.cz/>.
- Povinnou publicitou Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání (dále jen OP VVV), dostupná na tomto odkazu: <https://opvvv.msmt.cz/clanek/pravidla-pro-publicitu.htm>.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



5. Marketingové a komunikační cíle, cílové skupiny

Vybudování regionální značky orientované na posílení patriotismu obyvatel Karlovarského kraje. Představení potenciálu kraje jako kraje pro dobrý život – pozitivní vnímání kvality života v Karlovarském kraji (work/life balance, celková spokojenost se životem), udržení lidského kapitálu v kraji. Zároveň profilovat Karlovarský kraj jako místo vhodné pro podnikání jednotlivců, firem i pro inovace. Toto je úzce spojené s rozvojem potenciálu místního obyvatelstva a místních talentů ve spojení se silnými obory v kraji jako jsou turismus, lázeňství, výroba porcelánu a skla, zpracovatelský průmysl, případně zdravotní a sociální péče, těžba a dobývání, zemědělství, lesnictví a rybářství nebo zemědělství.

Cílem je:

- změnit a „zvednout“ pozitivní image Karlovarského kraje a představit potenciál, který kraj nabízí,
- připomenout lidem, prostřednictvím kampaně, vlastní kořeny tak, aby se mohli s těmito kořeny ztotožnit,
- podpořit v obyvatelích Karlovarského kraje hrdost k místu, kde žijí,
- podpořit v lidech pozitivní smýšlení o místu, kde žijí.

Cílové skupiny:

Mladí lidé – primární CS

- kteří zde žijí, případně i ti, kteří odešli mimo region kvůli studiu, práci, a to jak v rámci ČR, tak v rámci práce v příhraniční oblasti Německa, mladí lidé z jiných krajů zaměřeni na stěžejní obory, kteří mohou nalézt v Karlovarském kraji atraktivní místo pro život a práci,
- akční lidé, kteří se zde i přes horší situaci s možností zaměstnání v kraji rozhodli zůstat, podnikají, přebírají koncepty, které fungují ve větších městech a snaží se oživit atmosféru v kraji svými podnikatelskými aktivitami,
- absolventi vysokých škol, vyšších odborných škol, středních škol z kraje, ale i mimo krajských vzdělávacích pracovišť,
- studující v kraji vysokou školu, vyšší odbornou školu, střední školu.

Vzdělávací instituce – úzce spojené s primární CS

- školská zařízení a jejich management včetně ZŠ a MŠ,
- na tuto cílovou skupinu napojení rodiče žáků.

Místní firmy a podnikatelské subjekty

- existující i nově vznikající.

Potenciální investoři

- uvažující o vstupu s podnikáním do Karlovarského kraje.

Veřejné instituce

- obce a města v regionu,
- veřejné, neziskové organizace.

Každá cílová skupina vyžaduje specifickou formu komunikace.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



6. Pevná hodnota zakázky

Celková hodnota veřejné zakázky je **1 669 421,00 Kč bez DPH**.

Maximální celková cena je 2 020 000,00 Kč včetně DPH.

Cena se považuje za platnou po celou dobu plnění veřejné zakázky.

7. Doba a místo plnění veřejné zakázky

Předpokládaný termín zahájení plnění předmětu veřejné zakázky je ihned po ukončení výběrového řízení uzavřením smlouvy s vybraným účastníkem. Termín zahájení plnění předmětu veřejné zakázky může zadavatel změnit s ohledem na průběh výběrového řízení; dodavatel v takovém případě zahájí plnění později.

Předpokládaný termín zahájení plnění veřejné zakázky: 01/2020

Předpokládaný termín ukončení plnění veřejné zakázky: 11/2022

Místem plnění veřejné zakázky je sídlo zadavatele – Závodní 278, 360 18 Karlovy Vary.

8. Požadavky zadavatele na kvalifikaci

Prokázání splnění kvalifikace je předpokladem účasti dodavatele ve výběrovém řízení. Kvalifikaci splní dodavatel, který splnění níže uvedených požadovaných kvalifikačních požadavků prokáže tím, že předloží:

1) Čestné prohlášení podepsané oprávněnou osobou dodavatele, z něhož bude vyplývat následující:

- a) dodavatel nebyl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením výběrového řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 ZZVZ nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele; k zahlazeným odsouzením se nepřihlíží,
- b) dodavatel nemá v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek,
- c) dodavatel nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění,
- d) dodavatel nemá 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) dodavatel není v likvidaci,
- f) proti dodavateli nebylo vydáno rozhodnutí o úpadku, nebyla nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu nebo v obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

Je-li dodavatelem právnická osoba, musí podmínku podle bodu a) splňovat tato právnická osoba a zároveň každý člen statutárního orgánu.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Je-li členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí podmínku podle bodu a) splňovat:

- a) tato právnická osoba,
- b) každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a
- c) osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu dodavatele.

Účastní-li se výběrového řízení pobočka závodu:

- a) zahraniční právnické osoby, musí podmínku podle bodu a) splňovat tato právnická osoba a vedoucí pobočky závodu,
- b) české právnické osoby, musí podmínku podle bodu a) splňovat osoby uvedené v § 74 odst. 2 ZZVZ a vedoucí pobočky závodu.

2) Prostou kopii výpisu z obchodního rejstříku, pokud je v něm účastník zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán, ne starší 90 dnů ke dni uplynutí lhůty pro podání nabídek.

3) Prostou kopii dokladu o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícímu předmětu veřejné zakázky (tj. výpis ze živnostenského rejstříku, případně živnostenský list).

4) Seznam významných služeb poskytnutých účastníkem v posledních 3 letech

Seznam významných služeb poskytnutých účastníkem v posledních 3 letech před zahájením výběrového řízení s uvedením jejich rozsahu a doby poskytnutí. Tento seznam musí obsahovat údaje o objednateli (název, adresa, kontaktní osoba, u které je možno referenci ověřit), místu a termínu plnění a finančním objemu poskytnuté služby. Z tohoto seznamu bude jednoznačně vyplývat, že účastník v posledních 3 letech před zahájením výběrového řízení realizoval následující významné služby:

- a) minimálně 1 komunikační kampaň v rozsahu obdobném předmětu plnění této veřejné zakázky, tj. příprava komunikační, kreativní a mediální strategie, včetně grafického řešení ve finančním objemu souhrnně minimálně za 1 000 000,- Kč bez DPH financovaná prostřednictvím Evropských strukturálních a investičních fondů realizovaná pro veřejný sektor
- b) realizace minimálně 2 propagačních video spotů (reklamní spoty, image videa) o stopáži minimálně 20 sekund za každý video spot pro jednoho nebo více objednatelů v hodnotě nejméně 200 000,- Kč bez DPH za každý takový videospot.

Realizovaná zakázka musí být již plně ukončena. Za realizovanou zakázku není považována taková zakázka, jejíž plnění ke dni podání nabídek dosud probíhá.

Dodavatel předloží seznam formou čestného prohlášení.

9. Obchodní a platební podmínky

Účastník je povinen podat návrh smlouvy pokrývající celý předmět plnění veřejné zakázky.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Návrh smlouvy musí být ze strany účastníka podepsán statutárním orgánem nebo osobou prokazatelně oprávněnou zastupovat účastníka; v takovém případě doloží účastník toto oprávnění (plnou moc) v nabídce.

Účastník doplní příslušné údaje do přílohy č. 4 zadávací dokumentace „Návrh smlouvy“, přičemž není oprávněn činit další změny či doplnění návrhu smlouvy, s výjimkou údajů, které jsou výslovně vyhrazeny pro doplnění ze strany účastníka.

Účastník je povinen upravit návrh smlouvy v části identifikující smluvní strany na straně účastníka, a to v souladu se skutečným stavem, aby bylo vymezení účastníka dostatečně určité. V případě nabídky podávané společně několika dodavateli (jako jedním účastníkem) jsou dodavatelé oprávněni upravit počet stejnopisů smlouvy.

Vybraný dodavatel před podpisem smlouvy dodá rovněž elektronickou verzi smlouvy ve formátu .doc.

10. Zpracování jednoduchého kreativního konceptu

Zadavatel požaduje, aby každý účastník ve své nabídce předložil **minimálně tři kreativní koncepty** oslovující všechny následující cílové skupiny:

- 1) mladí lidé (viz kapitola 5)
- 2) vzdělávací instituce (viz kapitola 5)
- 3) volitelná (viz kapitola 5)

Výsledkem budou 3 ucelené kreativní koncepty.

Toto zpracování je jediným předmětem hodnotícího kritéria Kreativní řešení s váhou 100 %.

Koncepty musí reflektovat marketingové a komunikační cíle kampaně včetně cílových skupin.

Osnova konceptu:

- 1) návrh komunikační strategie, která nejlépe povede k naplnění stanovených cílů,
- 2) návrh nejvhodnějších témat pro komunikaci,
- 3) návrh vhodných komunikačních kanálů, včetně zdůvodnění pro jejich navrhované využití,
- 4) návrh kreativní strategie, včetně stanovení obsahu a stylu reklamního sdělení, návrh klíčového sdělení,
- 5) návrh grafického řešení komunikace, tj. vizualizace navržené komunikační a kreativní strategie formou návrhu tzv. klíčového vizuálu, sloganů a claimů, bodycopy,
- 6) návrh časového harmonogramu kampaně,
- 7) návrh budget splitu – rozdělení zadaného rozpočtu na komunikační kampaň.

Kreativní koncepty musí tvořit jednotný styl komunikace. Návrh grafického řešení musí být aplikovatelný pro praktické využití do všech komunikačních prostředků komunikace tak, aby bylo dosaženo maximální synergie a provázání marketingové komunikace.



11. Hodnocení

Nabídky budou hodnoceny v souladu s ustanovením § 116 odst. 4 ZZVZ, tj. zadavatel stanovil pevnou cenu a bude hodnotit pouze kvalitu nabízeného plnění. Pro zadavatele je důležité, aby komunikační kampaň dosáhla účelu, a proto se rozhodl klást největší důraz na kreativitu, která je schopna ovlivnit dosažení účelu této veřejné zakázky.

Hodnotící kritérium	Váha v %
Kreativita	100 %

Zadavatel bude v rámci tohoto kritéria hodnotit tato dílčí kritéria:

- 1) návrh komunikační strategie, která nejlépe povede k naplnění stanovených cílů,
- 2) návrh nejvhodnějších témat pro komunikaci,
 - výběr nejvhodnějších témat pro komunikaci v krátkodobém období, přičemž za nejvhodnější téma bude považováno to, které má největší potenciál, v rámci zvoleného období, oslovit co největší část cílových skupin a změnit jejich chování,
- 3) návrh vhodných komunikačních kanálů, včetně zdůvodnění pro jejich navrhované využití,
 - takový výběr komunikačních nástrojů, který má nejvyšší potenciál zasáhnout cílové skupiny, a zajistit zvýšení povědomí o značce Žijeme regionem,
- 4) návrh kreativní strategie, včetně stanovení obsahu a stylu reklamního sdělení, návrh klíčového sdělení,
 - obsah a styl reklamního sdělení, který má potenciál oslovit cílové skupiny a změnit jejich chování a zároveň jsou nejvhodnější k efektivní komunikaci s cílovými skupinami,
 - u návrhu klíčového sdělení (sloganu) nejvyšší úroveň potenciálu oslovit cílové skupiny, tj. v jakém rozsahu a čím je podložena schopnost klíčového sdělení – sloganu oslovit cílové skupiny tak, aby si vytvořily pozitivní vztah ke značce Žijeme regionem a jeho soulad s cíli komunikační strategie,
- 5) návrh grafického řešení komunikace, tj. vizualizace navržené komunikační a kreativní strategie formou návrhu tzv. klíčového vizuálu, sloganů a claimů, bodycopy,
 - nejvyšší úroveň práce se základními vizuálními a identifikačními prvky, u titulku nejvyšší míru schopnosti přitáhnout pozornost a výrazným způsobem komunikovat,
 - nejvyšší úroveň grafického ztvárnění propojení kampaně a značky Žijeme regionem,
 - nejvyšší úroveň schopnosti přitáhnout pozornost a předat cílové skupině komunikační sdělení,
 - nejvyšší míru srozumitelnosti navrženého kreativního řešení (kdy jako nejlepší bude hodnoceno takové řešení, které nejvíce vzbudí pozitivní emoce, vyvolá další zájem o další informace o Žijeme regionem a nejvíce slouží k zapamatování komunikačního sdělení),
- 6) návrh časového harmonogramu kampaně,
 - návrh časového harmonogramu kampaně, v němž budou navrhované aktivity v definovaném období nejefektivněji rozloženy,



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



7) návrh budget splitu – rozdělení zadaného rozpočtu na komunikační kampaň

- návrh rozdělení rozpočtu, který nejefektivněji rozdělí zadaný rozpočet na navrhovanou komunikační kampaň Žijeme regionem

Kritérium nelze vyjádřit číselně, a proto hodnotící komise použije bodovací stupnici v rozsahu 0 – 140 pro jednotlivé koncepty s tím, že za každé dílčí kritérium lze obdržet maximálně 20 bodů. Každý člen hodnotící komise přiřadí pro každý koncept v každém dílčím kritériu bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění kritéria.

Hodnotící komise se přitom bude řídit následujícím návodem:

Počet přiřazených bodů	Slovní vyjádření míry splnění kritéria
0	Kvalita je zcela nevyhovující.
5	Kvalita je špatná.
10	Kvalita je splněna jen s výhradami.
15	Kvalita je splněna velmi dobře.
20	Kvalita je splněna bez výhrad.

Každý koncept bude hodnocen zvlášť a může získat maximálně 140 bodů. Jeden účastník může získat za předloženou nabídku maximálně 420 bodů.

U každé nabídky budou body přiděleny jednotlivými členy hodnotící komise u všech dílčích kritérií sečteny a vyděleny počtem členů hodnotící komise, čímž vznikne bodový průměr nabídky.

Nejvýhodnější nabídka je ta, která získá nejvyšší celkový počet bodů. V případě rovnosti bodových hodnot dvou či více nabídek rozhodne o pořadí nabídek los. Losování se mohou účastnit účastníci, jejichž nabídky získaly shodné bodové hodnoty.

12. Požadavky na způsob zpracování cenové nabídky

Nabídky se podávají písemně v uzavřené obálce zřetelně označené nápisem: „**VEŘEJNÁ ZAKÁZKA – Marketingové a komunikační nástroje značky Žijeme regionem v rámci projektu Smart Akcelérátor 2.0 – NEOTVÍRAT – NABÍDKA**“, na které musí být uvedena adresa:

**Karlovarská agentura rozvoje podnikání, příspěvková organizace
Závodní 278
360 18 Karlovy Vary**

Na obálce musí být uvedena adresa, na niž je možné zaslat účastníkovi vyrozumění o tom, že jeho nabídka byla podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek (a tudíž nebude posuzována). Nabídka bude zpracována v českém jazyce, podepsána oprávněným zástupcem účastníka a zabezpečena proti manipulaci sešitím celé nabídky. Veškeré části nabídky budou po svázání



tvořit jeden celek. Zadavatel doporučuje, aby sešití bylo opatřeno přelepku s razítkem nebo provedeno provázkem s pečetí tak, aby byla vyloučena dodatečná manipulace s výtiskem nabídky. Nabídka bude předložena v 1 tištěném výtisku, vytištěna nesmazatelnou formou.

Zadavatel doporučuje seřazení nabídky do těchto oddílů:

- **Krycí list nabídky** (jako první list nabídky bude použit vyplněný formulář, který je přílohou č. 1 zadávací dokumentace)
- **Prokázání kvalifikace** (v tomto oddílu nabídky bude použito čestné prohlášení pro splnění základní kvalifikace, které je přílohou č. 2 zadávací dokumentace a další příslušné doklady k doložení splnění profesních kvalifikačních předpokladů)
- **Prohlášení k podmínkám zadávacího řízení a čestné prohlášení o pravdivosti údajů** (v tomto oddílu nabídky bude formulář „Prohlášení k podmínkám zadávacího řízení a čestné prohlášení o pravdivosti údajů“, který je přílohou č. 3 zadávací dokumentace)
- **Návrh smlouvy** (příloha č. 4) zpracovaný v souladu s podmínkami a požadavky zadavatele uvedenými v této výzvě. Návrh smlouvy musí být podepsán osobou (osobami) oprávněnou jednat jménem či za účastníka (v případě zmocněnce); v tomto případě musí být předložen originál nebo úředně ověřená kopie plné moci či pověření; předložení nepodepsaného návrhu smlouvy, popřípadě nepředložení plné moci, či pověření dle předchozí věty není předložením řádného návrhu smlouvy a nabídka účastníka bude v takovém případě neúplná.
- **Podrobný položkový rozpočet včetně harmonogramu**
- **Zpracované koncepty**
- **Případné další přílohy a doplnění nabídky**

13. Závaznost požadavků zadavatele

Informace a údaje uvedené v jednotlivých částech této zadávací dokumentace a v přílohách zadávací dokumentace vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky. Tyto požadavky je dodavatel povinen plně a bezvýhradně respektovat při zpracování své nabídky. Neakceptování požadavků zadavatele uvedených v této zadávací dokumentaci, vyjma požadavků doporučujících, bude považováno za nesplnění zadávacích podmínek s následným vyloučením dodavatele z výběrového řízení.

14. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám

Dotazy k zadávacím podmínkám mohou účastníci v písemné formě zasílat prostřednictvím [profilu](#) zadavatele EZAK. Zadavatel zveřejní dodatečné informace, včetně přesného znění žádosti, nejpozději do 3 pracovních dnů po doručení žádosti na profilu zadavatele EZAK. Dotazy mohou účastníci podávat nejpozději do 11. 12. 2019.

V žádosti o poskytnutí dodatečných informací musí být uvedeny identifikační a kontaktní údaje účastníka a název veřejné zakázky. Veškeré změny, doplnění či vysvětlení podmínek výběrového řízení bude zveřejněno na profilu zadavatele. EZAK.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



15. Lhůta a místo pro podávání nabídky, termín otevírání obálek

Nabídky mohou účastníci doručit osobně do kanceláře Karlovarské agentury rozvoje podnikání, příspěvkové organizace nebo zaslat doporučeně poštou na adresu Karlovarské agentury rozvoje podnikání, Závodní 278, 360 18 Karlovy Vary.

Nabídky musí být doručeny zadavateli do 17. prosince 2019 do 12:00 hodin. V případě doručení nabídky poštou je za okamžik předání považováno převzetí nabídky ze strany zadavatele. Za včasné doručení nabídky nese odpovědnost účastník.

Otevírání obálek s nabídkami se uskuteční dne 17. prosince 2019 ve 12:05 hodin v sídle Karlovarské agentury rozvoje podnikání, příspěvkové organizace, Závodní 278, 360 18 Karlovy Vary.

Při otevírání obálek mají právo být přítomni i zástupci účastníků.

16. Výhrady zadavatele

Účastník je oprávněn podat pouze jednu nabídku. Náklady spojené s účastí ve výběrovém řízení nese každý účastník sám. Předložené nabídky zadavatel nevrací.

Zadavatel si vyhrazuje právo dodatečně změnit či doplnit zadávací podmínky, popř. kdykoliv do uzavření smlouvy výběrové řízení zrušit, a to bez uvedení důvodu a bez náhrady.

Zadavatel nepřipouští varianty nabídky.

Zadavatel si vyhrazuje právo ověřit informace obsažené v nabídce účastníka u třetích osob a účastník je povinen mu v tomto ohledu poskytnout veškerou potřebnou součinnost.

Zadavatel si vyhrazuje právo uveřejnit na profilu zadavatele oznámení o výběru dodavatele, oznámení se považuje za doručené všem účastníkům výběrového řízení okamžikem jejich uveřejnění.

Zadavatel si vyhrazuje právo uveřejnit na profilu zadavatele oznámení o vyloučení účastníka výběrového řízení, oznámení se považuje za doručené všem účastníkům výběrového řízení okamžikem jejich uveřejnění.

Zadavatel si vyhrazuje právo uveřejnit na profilu zadavatele oznámení o zrušení výběrového řízení, oznámení se považuje za doručené všem účastníkům výběrového řízení okamžikem jejich uveřejnění.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



17. Seznam příloh

- 1) Krycí list nabídky
- 2) Vzor Čestného prohlášení o kvalifikaci
- 3) Prohlášení k podmínkám zadávacího řízení a čestné prohlášení o pravdivosti údajů
- 4) Návrh smlouvy
- 5) Podklady pro zpracování předmětu plnění

V Karlových Varech dne 4. prosince 2019

v.r.

Ing. Vlastimil Veselý

ředitel Karlovarské agentury rozvoje podnikání, příspěvkové organizace