

VÝZVA č. CCRVM-VZ/2017/2/01

k podání nabídek na

„Komunikační kampaň jaro/ léto - Východní Morava, kouzlo rozmanitosti“

Při zadání této zakázky zadavatel nespadá do působnosti zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen Zákon). Pro zadání zakázky je tedy použito směrnice o zadávání zakázek Centrály cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s. (dále jen CCRVM). Pokud ve výzvě a v přílohách výzvy jsou odkazy na znění Zákona, postupuje uchazeč podle příslušného ustanovení Zákona.

Identifikační údaje zadavatele:

Název: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s.
Zapsaná u KOS, oddíl O, vložka 338
Sídlo: J. A. Bati 5520, Zlín, PSČ 761 90
Právní forma: obecně prospěšná společnost
Identifikační číslo: 27744485
Zastoupená: PhDr. Danou Daňovou, ředitelkou
Telefon: 733 161 670
Email: dana.danova@vychodni-morava.cz

Osoba pověřená jednáním
ve věci realizace zakázky: Ing. Jan Stindl
Telefon: 733 161 676
Email: jan.stindl@vychodni-morava.cz

1. Předmět veřejné zakázky

Předmětem plnění veřejné zakázky je zajištění komunikační kampaně v období duben – srpen 2017, jejímž cílem je prezentovat turistický region Východní Morava. Plnění zahrnuje přípravu ideové platformy, návrh kreativního a textového ztvárnění komunikačního sdělení, návrh vizuálního řešení celé komunikace, příklady komunikačních kanálů pro jednotlivé cílové skupiny, geografické rozložení kampaně.

Předmětem zakázky je návrh a realizace jednotné komunikační kampaně na období jaro/ léto 2017 (duben – srpen).

Cílem kampaně je „ZAUJMOUT – PŘIVÉST – UDRŽET“. Tj. zvýšení návštěvnosti turistických atraktivit ve Zlínském kraji, zvýšení povědomí o Východní Moravě jako turistickém regionu. Také snaha o to, aby si návštěvníci Východní Moravu spojili právě se Zlínským krajem. Dále, s výše uvedeným související, zvýšení návštěvnosti a interakce na webových stránkách a sociálních sítích zaměřených na Východní Moravu a její propagaci.

Kreativní výzvou zamýšlené kampaně je držet se headlinu “Východní Morava, kouzlo rozmanitosti“ (preferováno je, aby ROZMANITOST byla kreativně prezentována).

Zaměření kampaně:

Komunikační kampaň zaměřená na sezonu jaro/ léto. Kampaň má upozornit na turistické cíle s tímto zaměřením:

1. Barokní památky/ stavby/ sakrální památky a osobnosti (navazuje na celorepublikovou kampaň CzechTourism)
2. Cyklo a pěší turistika = aktivní dovolená

Zamýšlený efekt kampaně:

- propagace turistických cílů (i těch méně známých) a atraktivit Východní Moravy,
- zvýšení povědomí o Východní Moravě jako atraktivní a dostupné destinaci,
- zvýšení povědomí o geografickém vymezení Východní Moravy (Východní Morava = Zlínský kraj),
- efektivní zacílení na konkrétní cílové skupiny – potenciální návštěvníky regionu.

Cílové skupiny:

- rodiny s dětmi (děti do 12 let),
- prázdná hnízda (mladé páry a senioři),
- aktivní turisté, cykloturisté a bikeři.

Předpokládané formáty kampaně:

- tisk,
- rádio,
- digitální media,
- sociální media,
- direct marketing.

Východiska pro komunikační kampaň:

Benefity:

- rozmanitý kraj – roviny, hory, horské hřebeny, folklor, tradice, gastronomie, památky, církevní památky/poutní místa, cyklostezky, vodní cesty, krásná příroda, ZOO, lázně, významné akce (Barum Rally, Filmový festival Zlín, Jízda králů, Holešovská Regata, atd.),
- finanční dostupnost,
- i když region nenabízí velehory ani moře, dá se zde prožít aktivní a příjemná dovolená/ pobyt, je co nabídnout.

Nevýhody:

- nedostatek poskytovaných služeb pro náročnou klientelu,
- přetížení některých turistických cílů, s nimiž je Východní Morava primárně.

Současný stav v segmentu on-line medií:

- www.vychodni-morava.cz,
- www.vmnakole.cz,
- vlastní facebookový profil „Kouzlo rozmanitosti“,
- instagramový účet „vychodni_morava“.

Strategické aspekty kampaně:

Vyvarovat se extrému, ale klást důraz na rozmanitost atraktivit, čistotu přírody, léčivé účinky lázeňství, adrenalinové zážitky na horských hřebenech, poznání (památky, poutní místa, apod.), folklor a tradice – zpět v čase a návrat k hodnotám, které dříve lidé vyznávali a ke kterým se dnes rádi vrací.

Tón komunikace:

- poutavý,
- lákavý.

Poselství pro cílové skupiny:

I když tu nejsou hory ani moře, Východní Morava nabízí: sportovní vyžití, aktivní pohyb, krásnou přírodu, zážitky, lázeňství a relaxaci, historii, hrady, zámky a muzea, folklor, tradici, gastronomii a zajímavé akce.

Odměna pro cílové skupiny:

Prožitek, pohyb, poznání, klidná místa, srdečný a vstřícný přístup místních.

Další požadavky:

Rozložení celkové ceny kampaně mezi domácí cestovní ruch a příjezdový cestovní ruch v následujícím poměru: domácí : příjezdový = 80 : 20. Zaměření příjezdového cestovního ruchu na Rakousko, přesněji na tyto spolkové země: Burgenland, Vídeň, Dolní Rakousy.

Zadavatel požaduje zpracování návrhu komunikačních nástrojů vč. zdůvodnění těchto navržených nástrojů z pohledu účinnosti a vytvoření návrhu komunikační kampaně od základu – idea, slogan, obsah komunikace, vymezení cílových skupin, návrh kreativy včetně grafického řešení a ideální nákup médií, který je vhodný pro dané cílové skupiny.

Veškeré návrhy materiálů musí být v souladu s logomanuálem Východní Moravy. Tyto manuály jsou ke stažení na <http://www.ccrvm.cz/doc/bannery-ke-stazeni>.

2. Doba a místo plnění veřejné zakázky, předpokládaná cena zakázky

2.1. Doba plnění: **od 1. 4. 2017 do 31. 8. 2017.**

2.2. Místo plnění: Česká republika, Polsko, Rakousko.

2.3. Předpokládaná maximální hodnota veřejné zakázky činí **970 000 Kč vč. DPH** a překročení této sumy vítězným uchazečem může vést ke zrušení zadávacího řízení. Cena bude uvedena v členění: bez DPH, výše DPH a celková cena s DPH.

2.4. Náklady na zpracování nabídky nese uchazeč.

3. Kvalifikační kritéria

Uchazeč musí splnit tato kvalifikační kritéria:

3.1. Předložení výpisu z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpisu z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán, a to ve formě prosté kopie.

3.2. Předložení výpisu z živnostenského rejstříku či jiného dokladu o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu zakázky, a to ve formě prosté kopie.

3.3. Předložit čestné prohlášení uvedené v příloze č. 2 podepsané uchazečem, je-li fyzickou osobou, či jeho statutárním zástupcem, je-li právnickou osobou.

3.4. Uvést minimálně dvě zakázky obdobného charakteru (obdobného ve smyslu cílů komunikace a se zaměřením na oblast cestovního ruchu) realizované zájemcem v posledních 3 letech s uvedením jejich finančního rozsahu, který musí být u každé takové zakázky alespoň 300 000 Kč vč. DPH a doby plnění, přičemž za zakázku realizovanou v posledních 3 letech se považuje zakázka v tomto období dokončená. Zájemce doloží potvrzení objednatele o tom, že zakázka byla provedena řádně. Postačí listiny ve formě prosté kopie.

3.5. Doklady prokazující splnění základních kvalifikačních předpokladů a výpis z obchodního rejstříku nesmějí být k poslednímu dni, ke kterému má být prokázáno splnění kvalifikace, starší 90 kalendářních dnů.

3.6. Zadavatel může požadovat po dodavateli, aby písemně objasnil předložené informace či doklady nebo předložil další informace či doklady prokazující splnění kvalifikace. Dodavatel je povinen splnit tuto povinnost v přiměřené lhůtě stanovené zadavatelem. Uchazeč pro tento účel uvede kontaktní osobu ve své nabídce. Skutečnosti rozhodné pro splnění kvalifikace mohou nastat v případě tohoto postupu po lhůtě stanovené pro podání nabídek.

3.7. Pokud do doby rozhodnutí o výběru nejvhodnější nabídky přestane dodavatel splňovat kvalifikaci, je dodavatel povinen nejpozději do 3 pracovních dnů tuto skutečnost zadavateli písemně oznámit a současně předložit potřebné dokumenty prokazující splnění kvalifikace v plném rozsahu. Zadavatel může na žádost dodavatele tuto lhůtu prodloužit nebo může zmeškání lhůty prominout. Povinnost podle předchozího odstavce se vztahuje obdobně na dodavatele, se kterým je v souladu s rozhodnutím zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky možné uzavřít smlouvu, a to až do doby uzavření smlouvy. V takovém případě musí dodavatel, s nímž zadavatel uzavírá smlouvu, předložit potřebné dokumenty prokazující splnění kvalifikace v plném rozsahu nejpozději při uzavření smlouvy.

3.8. Dodavatel, který nesplní kvalifikaci v požadovaném rozsahu nebo nesplní povinnost oznámit změny v kvalifikaci, bude zadavatelem vyloučen z další účasti v zadávacím řízení. Zadavatel písemně oznámí dodavateli své rozhodnutí o jeho vyloučení z další účasti v zadávacím řízení s uvedením důvodu.

3.9. Zadavatel je oprávněn požadovat, aby vybraný uchazeč před uzavřením smlouvy předložil originály nebo ověřené kopie dokladů prokazujících splnění kvalifikace (nebo jen některé z nich); v takovém případě je vybraný dodavatel povinen doklady před podpisem smlouvy předložit.

4. Způsob posouzení a hodnocení nabídek

Zadavatel posoudí nabídky uchazečů z hlediska splnění požadavků uvedených zadavatelem v zadávací dokumentaci. Nabídky, které tyto požadavky nesplňují, musí být vyřazeny.

V případě nejasností nabídky lze požádat uchazeče o písemné vysvětlení nabídky; k tomu se mu stanoví přiměřená lhůta.

Nabídky budou zadavatelem hodnoceny podle jejich ekonomické výhodnosti, a to dle následujících dílčích kritérií:

| Dílčí kritérium | | Váha v % |
|-----------------|------------------------------------|----------|
| 1. | Nabídková cena | 35 |
| 2. | Kvalita návrhu komunikační kampaně | 65 |

Důvodem pro přidělení 35% váhy pro nabídkovou cenu je, že ač je výše finančních prostředků vynaložených na plnění této veřejné zakázky pro zadavatele důležitá, je pro něj významnější, aby bylo zajištěno, že komunikační kampaň dosáhne účelu, kterým je naplnění cílů komunikace.

Proto se zadavatel rozhodl klást značnou váhu i na ostatní dílčí hodnotící kritéria, která jsou schopna výrazně ovlivnit dosažení účelu této veřejné zakázky.

4.1. Kritérium „Nabídková cena“

Nabídkovou cenu doplní zájemce do přílohy č. 1 této výzvy - Krycí list nabídky a do návrhu smlouvy.

Hodnocena bude celková nabídková cena za splnění předmětu veřejné zakázky s DPH. Nejvhodnější nabídka vzhledem k tomuto kritériu bude nabídka s nejnižší cenou.

Bodová hodnota nabídky v dílčím kritériu nabídková cena bude tedy propočtena dle následujícího vzorce:

$$100 \times \frac{\text{nejnižší nabídková cena}}{\text{cena hodnocené nabídky}} \times 0,35$$

4.2. Kritérium „Kvalita návrhu komunikační kampaně“

Za účelem hodnocení nabídek v tomto dílčím hodnotícím kritériu zpracuje uchazeč návrh komunikační kampaně, který bude obsahovat přesnou specifikaci možností propagace.

Návrh komunikační kampaně se stane nedílnou součástí smlouvy, která tvoří přílohu č. 3 této výzvy.

V rámci hodnocení kvality návrhu komunikační kampaně bude zadavatel jako nejvýhodnější posuzovat:

- co nejvyšší míru vhodnosti kampaně s ohledem na úroveň znalostí cílových skupin,
- obsah a styl reklamního sdělení, který má potenciál oslovit cílové skupiny a změnit jejich chování,
- u návrhu klíčového sdělení (sloganu) 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 Východní Morava a jeho soulad s cíli komunikační kampaně,

- úroveň práce se základními vizuálními a identifikačními prvky (tj. jasná a rychlá identifikovatelnost kampaně),
- úroveň grafického ztvárnění propojení kampaně (klíčového sdělení) a značky Východní Morava,
- úroveň schopnosti přitáhnout pozornost a předat cílové skupině komunikační sdělení,
- míru srozumitelnosti navrženého kreativního řešení (jako nejlepší bude hodnoceno takové řešení, které nejvíce vzbuzuje pozitivní emoce, vyvolává zájem o další informace o značce Východní Morava, a co nejvíce slouží k zapamatování komunikačního sdělení),
- návrh časového harmonogramu kampaně, v němž budou navrhované aktivity v definovaném období co nejefektivněji rozloženy,
- návrh rozdělení rozpočtu, který co nejefektivněji rozdělí stanovený rozpočet na navrhovanou komunikační kampaň.

Hodnocení nabídek v tomto dílčím kritériu proběhne tak, že hodnotící komise sestaví pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné. Nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Takto získané bodové ohodnocení se následně propočte váhou příslušného kritéria ($\times 0,65$), čímž se získá výsledná bodová hodnota přidělená jednotlivým nabídkám v tomto dílčím kritériu.

4.3. Celkové hodnocení nabídek

Hodnotící komise stanoví pořadí jednotlivých nabídek podle počtu získaných bodů v součtu za obě dílčí hodnotící kritéria.

Jako ekonomicky nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka, která získá nejvyšší počet bodů v součtu obou dílčích hodnotících kritérií.

Pokud dvě nebo více nabídek dosáhnou stejného celkového bodového ohodnocení, pak je pro pořadí nabídek rozhodující vyšší dosažená bodová hodnota v kritériu „Kvalita návrhu komunikační kampaně“.

5. Způsob a forma zpracování nabídky

5.1. Rozsah zpracování nabídky:

Nabídka bude strukturovaná následujícím způsobem:

- a) krycí list nabídky - viz příloha výzvy č. 1 - Krycí list nabídky,
- b) identifikace uchazeče (jméno (firma), sídlo, kontaktní adresa, IČ, DIČ, telefon, fax, statutární zástupce, bankovní spojení s uvedením čísla účtu),
- c) doklady dle bodu 3.1. a 3.2.,
- d) čestné prohlášení dle bodu 3.3. a informace a doklady dle bodu 3.4.,
- e) prohlášení zájemce, že souhlasí s podmínkami zadávacího řízení a že všechny údaje uvedené v nabídce jsou pravdivé,

- f) nabídka – návrh smlouvy bude podepsán uchazečem, je-li fyzickou osobou, či jeho statutárním zástupcem, je-li právnickou osobou nebo jinou náležitě zmocněnou osobou. V návrhu smlouvy bude uvedena cenová nabídka - cena bude uvedena v Kč, a to jak bez DPH, tak včetně DPH. Cenová nabídka bude rozdělena dle tabulky uvedené v předmětu výzvy

5.2 Požadavky zadavatele na zpracování nabídky:

- ⇒ Nabídka bude předložena v jednom originále a v jedné kopii v písemné a elektronické formě v českém jazyce.
- ⇒ Nabídka nesmí obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.
- ⇒ Všechny listy nabídky včetně příloh budou řádně očíslovány vzestupnou číselnou řadou. Zájemce závazně použije výše specifikovaného pořadí dokumentů.

6. Místo a lhůta pro podání nabídky

6.1. Lhůta pro podání nabídek do sídla zadavatele se stanovuje do **22. března 2017 do 10:00 hodin**. Nabídku uchazeč podá poštou nebo osobně (v pracovních dnech v době od 8:00 – 15:00, kancelář č. 317) na adresu: J. A. Bati 5520, 761 90 Zlín.

6.2. Nabídka musí být podána v uzavřené obálce označené názvem zakázky a popisem „Komunikační kampaň jaro/ léto - Východní Morava, kouzlo rozmanitosti“, na obálce uchazeč rovněž uvede svou kontaktní adresu.

6.3. Nabídky podané po lhůtě nebo poškozené tak, že se z nich obsah dá vyjmout, nebudou přijaty.

6.4. Každý dodavatel může podat pouze jednu nabídku. Jednu nabídku může podat i více dodavatelů společně. Pokud dodavatel podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími dodavateli, nebo je subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci, zadavatel všechny nabídky podané takovým dodavatelem vyřadí.

7. Platební a obchodní podmínky

7.1. Realizované služby budou poskytovateli služeb uhrazeny zadavatelem na základě faktury, která bude splňovat náležitosti daňového dokladu dle platných obecně závazných předpisů a bude označena textem: “Tento doklad je hrazen z dotace Zlínského kraje“. Pokud faktura nebude vystavena v souladu s platebními podmínkami nebo nebude splňovat požadované náležitosti, je zadavatel oprávněn fakturu poskytovateli služeb vrátit; vrácením pozbývá faktura splatnosti.

7.2. Splatnost faktur je 30 dní od doručení zadavateli.

7.3. Obchodní podmínky pro realizaci předmětné zakázky jsou uvedeny v příloze č. 3 této výzvy. Obchodní podmínky jsou pro uchazeče závazné pro zpracování jejich nabídky.

Veškeré náklady, které uchazeči vzniknou v souvislosti se zpracováním nabídky, nese uchazeč.

8. Podmínky, při jejichž splnění je možno překročit výši nabídkové ceny

Uchazeč je oprávněn účtovat jinou než ve smlouvě stanovenou výši DPH v souladu se zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, jestliže po uzavření smlouvy nabude účinnosti zákon, kterým bude výše DPH změněna.

9. Další podmínky

Vítězný uchazeč je povinen umožnit přístup kontrolním orgánům ve smyslu zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole, v platném znění, tedy zejména poskytnout všem subjektům provádějícím audit a kontrolu nezbytné informace týkající se dodavatelských činností souvisejících s akcí, umožnit jim přístup do objektů a na pozemky dotčené akcí a jeho realizací a provést kontrolu dokladů souvisejících s akcí. Dále je povinen uchovávat originály účetních dokladů a originály dalších dokumentů související s realizací akcí. Doklady budou uchovávány způsobem uvedeným v zákoně č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů.

Dodavatel je oprávněn po zadavateli písemně nebo elektronicky požadovat **dodatečné informace** k zadávacím podmínkám.

Žádost o dodatečné informace je uchazeč povinen doručit v písemné podobě nejpozději do 3 pracovních dnů před uplynutím lhůty stanovené pro podání nabídek. Podal-li uchazeč žádost o dodatečné informace ve shora stanovené lhůtě, doručí zadavatel vyzvaným uchazečům dodatečné informace k zadávacím podmínkám, včetně přesného znění žádosti, případně související dokumenty, nejpozději do 2 pracovních dnů ode dne doručení žádosti uchazeče a současně zveřejní totéž na svých webových stránkách.

10. Podmínky zadávacího řízení

10.1. Zadavatel si vyhrazuje právo zrušit zadávací řízení do okamžiku podpisu smlouvy s vybraným uchazečem.

10.2. Podané nabídky zadavatel uchazečům nevrací.

10.3. Uchazeči podáním nabídky nevznikají žádná práva na uzavření smlouvy na předmět nabídky. Zadavatel si vyhrazuje právo před rozhodnutím o vítězné nabídce ověřit informace uváděné uchazečem v nabídce.

10.4. Výběrem nejvhodnější nabídky nevzniká mezi zadavatelem a předkladatelem této nabídky právní vztah.

10.5. Zadavatel si vyhrazuje právo:

⇒ žádat od uchazečů vysvětlení nejasností v nabídce

⇒ S uchazečem, který předložil nejvhodnější nabídku, dále jednat o doplnění a úpravě podmínek smlouvy, a to pouze způsobem, který nepoškodí ostatní uchazeče

⇒ proporcionálně upravit termíny plnění, pokud nastanou nepředvídatelné okolnosti, zejména se prodlouží zadávací řízení, a to pouze způsobem, který nepoškodí ostatní uchazeče

10.4. Zadavatel si vyhrazuje právo neakceptovat žádnou z předložených nabídek.

10.5. Veškeré náklady, které uchazeči vzniknou v souvislosti se zpracováním nabídky, nese každý uchazeč samostatně.

10.6. Zadavatel nepřipouští varianty nabídek.

11. Seznam příloh výzvy k podání nabídky:

⇒ Příloha č. 1 – krycí list nabídky

⇒ Příloha č. 2 – čestné prohlášení uchazeče

⇒ Příloha č. 3 – obchodní podmínky

Ve Zlíně dne 2. 3. 2017

.....
PhDr. Dana Daňová
ředitelka