

## Výzva k podání nabídky na plnění veřejné zakázky malého rozsahu

Věc: **Veřejná zakázka malého rozsahu na vytvoření studie propojování podnikatelů**

Evid. č.: **VZ-2010/250/18**

Vážení,

dovoluji si Vás informovat o tom, že Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, zastoupená Pavlem Kosařem, ředitelem odboru Marketing a externí služby, pověřeným řízením ČCCR – CzechTourism (dále jen „Zadavatel“) zvažuje zadání veřejné zakázky malého rozsahu na vytvoření studie propojování podnikatelů (dále jen „Zakázka“).

Vzhledem k tomu, že předpokládaná cena plnění Veřejné zakázky je do 2 mil. Kč bez DPH, jedná se pouze o Veřejnou zakázku malého rozsahu ve smyslu ustanovení § 12 odst. 6 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách (dále jen „Zákon o VZ“), a tato Veřejná zakázka tak v souladu s ustanovením § 18 odst. 3 Zákona o VZ není zadávána v zadávacím řízení dle Zákona o VZ.

### 1. Identifikační údaje o Zadavateli

Název: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism  
příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj České republiky

Sídlo: Praha 2, Vinohradská 46, PSČ: 120 41

IČ: 492 77 600

Zastoupená: Pavlem Kosařem, ředitelem odboru marketingu a externích služeb,  
pověřeným řízením ČCCR – CzechTourism

Kontaktní osoba: Mgr. Karolína Čániová, oddělení koordinace veřejných zakázek,  
tel: 221 580 452, e-mail: [caniova@czechtourism.cz](mailto:caniova@czechtourism.cz)

### 2. Informace o předmětu zakázky

**Předpokládaná hodnota veřejné zakázky: 1 800 000 Kč (bez DPH)**

Předmětem této veřejné zakázky je akvizice podnikatelů pro zápis do katalogu turistických nabídek portálu Kudy z nudy, vypracování studie o propojování podnikatelů a prezentace této studie. Jedná se o zakázku realizovanou v rámci projektu Integrovaného operačního programu s názvem „Marketingové aktivity ke zvýšení povědomí o domácím cestovním ruchu“, registrační číslo: CZ.1.06/4.1.00/04.01361 a CZ.1.06/4.1.00/04.01362.

#### 2.1. Analýza podnikatelského prostředí na portálu Kudy z nudy a akvizice nových podnikatelů

Uchazeč nejprve **zmapuje stávající nabídky na portálu Kudy z nudy** (výsledkem bude přehledem zapojených podnikatelů a jejich turistických nabídek) a provede také analýzu geografického rozložení nabídek. Cílem této analýzy by mělo být také zjištění, které turisticky atraktivní nabídky na portále chybí, vytipovat jejich provozovatele a motivovat je k zápisu do katalogu portálu. Takto by mělo být osloveno a přidáno nejméně 200 nabídek v regionech a 50 v Praze. Před akvizicí uchazeč provede také srovnání portálu Kudy z nudy s obdobně zaměřenými portály a určí jeho hlavní konkurenční výhody, které by mohly podnikatele motivovat k zápisu a aktualizování jejich prezentace.

V této fázi uchazeč bude také zjišťovat, jak podnikatelé hodnotí svou prezentaci na portálu Kudy z nudy. Cílem je získat minimálně 200 vyplněných dotazníků (forma dotazování: telefon nebo e-mail) od podnikatelů inzerujících na portálu Kudy z nudy, která by se měla zaměřit na tyto body:

- Jak se podnikatelé o možnosti inzerce dozvěděli
- Jak dlouho na portále inzerují
- Jak probíhá jejich komunikace s portálem (např. zda pravidelně aktualizují svou prezentaci, poskytují ceny do soutěží, účastní se akcí pořádaných agenturou CzechTourism apod.)
- Jejich spokojenost s portálem, návrhy pro zlepšení

Celkem půjde o maximálně 10 otázek, z nichž maximálně dvě budou otevřené. Vyhodnocení tohoto průzkumu předá Uchazeč Zadavateli, a to včetně všech vyplněných dotazníků.

Analýza podnikatelského prostředí na Kudy z nudy, výsledky dotazníkového šetření a seznam nově oslovených podnikatelů se stanou součástí Studie propojování podnikatelů.

## 2.2. Vypracování Studie propojování podnikatelů

Nabídnout podnikatelům možnosti vzájemné spolupráce, která bude přínosná jak pro ně, tak pro turisty, takové mají být výstupy Studie propojování podnikatelů. Podnikatelé působící na jednom místě si nemusí konkurovat, vzájemná propagace jim může přinést větší ekonomický efekt. Dobrou příležitostí pro spolupráci představuje vytváření turistických balíčků. Ani to však samo o sobě nemusí fungovat: produkt musí mít atraktivní obsah, fungující organizační zázemí a odpovídající propagaci, aby přinesl slibované ekonomické výsledky.

Návrhy takto fungujících turistických balíčků zážitků budou obsahem Studie. Pod pojmem turistický balíček zážitků (dále jen turistický balíček) přitom Zadavatel chápe souhrnnou nabídku aktivit, kterou vytvoří několik podnikatelů. Tvoří jej program návštěvy určitého typu zařízení či bonifikační program při jejich návštěvě.

Vytvořené produkty (balíčky) mohou zahrnovat různé typy aktivit a mohou být zaměřeny na různé cílové skupiny. Cílem této Studie je připravit takový model, který počítá s vytvořením minimálně 3 turistických balíčků (společných produktů) pro minimálně 150 podnikatelů v regionech a 35 podnikatelů v Praze. Jeden balíček přitom bude mít celostátní působnost, další dva mohou být pouze regionální.

Studie propojování podnikatelů bude mít následující strukturu:

### ANALYTICKÁ ČÁST

- 1) Analýza portálu Kudy z nudy z hlediska jeho přínosu pro podnikatele
- 2) Analýza existujících turistických balíčků – popis turistických balíčků, jejich fungování, možnosti jejich propojování

### PROJEKTOVÁ ČÁST

- 3) Návrhy nových turistických balíčků zahrnující následující osnovu:
  - a) Popis turistického balíčku s důrazem na inovativnost a atraktivitu daného produktu
  - b) Výčet zapojených podnikatelů, nabízených aktivit a míst, kde je možné produkt získat
  - c) Technické zajištění (organizace)
  - d) Způsoby spolupráce s podnikateli
  - e) Kalkulace nákladů (na vznik a provoz, zdroje financování)
  - f) Marketingovou strategii
  - g) Analýzu rizik
  - h) Harmonogram realizace
  - i) Udržitelnost

## STRATEGICKÁ ČÁST

- 4) Vize rozvoje turistických balíčků v následujících letech (popis možných překážek a návrhy opatření, vytipování nových prodejních možností apod.)

Výstupem studie má být doporučení, na jaké bázi by se podnikatelé měli propojovat, jaké produkty budou vytvořeny a především to, jak by se takto vytvořené produkty měly dostat ke spotřebitelům. **Cílem v této fázi tedy není realizace takto navržených produktů v praxi.**

### 2.3 Presentace Studie

Navržené produkty musí reflektovat potřeby podnikatelů: uchazeč proto navrhne a zrealizuje sérii setkávání s provozovateli aktivit. Během těchto setkání, která proběhnou ve všech krajích České republiky, uchazeč představí možnosti participace na navržených produktech a také možnosti jejich propagace na portálu Kudy z nudy. V říjnu 2010 by měla být představena nová podoba portálu, která umožní podnikatelům komfortnější správu jejich prezentace a získávání pravidelných statistických přehledů o úspěšnosti jejich prezentace na portálu. Součástí programu setkávání tedy také bude představení těchto nových možností portálu s cílem motivovat podnikatele k aktivní prezentaci na portálu.

Pro tato setkání uchazeč navrhne a zrealizuje různé formy propagace (inzerce, vytištění letáků, CD apod.). Počet takto připravených materiálů musí být zvolen s ohledem na navržený počet podnikatelů, kteří se budou účastnit všech setkání. Setkání proběhnou vždy s minimální účastí 20 podnikatelů. Materiály budou vždy připraveny také v elektronické formě, aby je bylo možné zveřejnit na webových stránkách Zadavatele ([www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz) a [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz)).

Uchazeč také upozorní na úspěšné příklady fungování podnikatelské spolupráce s portálem Kudy z nudy a využije tyto příklady pro inzertní podklady. Takto připravené inzertní poklady mohou být Zadavatelem využity i v rámci jiných veřejných zakázek souvisejících s realizací projektu.

Všechny materiály přitom budou závazně respektovat pravidla uvedená v Grafickém manuálu kampaně a Manuálu brandu DCR, který Uchazeči předá Zadavatel, a budou vždy podléhat předchozímu schválení Zadavatele.

Data a místa konání setkávání s podnikateli bude Uchazeč závazně koordinovat se Zadavatelem a podléhají vždy jeho předchozímu schválení. Zadavatel předpokládá, že setkání proběhnou na podzim roku 2010.

Uchazeč bude podle pokynů Zadavatele prezentovat průběžné výsledky Studie také na akcích pořádaných Zadavatelem (např. Fórum podnikatelů apod.)

Prezenční listiny včetně fotodokumentace ze všech setkání, ukázky inzerce, monitoring tisku apod. budou součástí Studie. Studie bude vypracována v českém jazyce a bude Zadavateli předána jak v listinné, tak elektronické podobě (na CD).

### 2.4. Zadavatel v rámci této veřejné zakázky malého rozsahu požaduje:

- zmapování stávající situace všech zapojených podnikatelů v rámci aktivit Kudy z nudy (typy nabízených aktivit, geografické pokrytí nabídky aktivit v rámci ČR) vč. zjištění spokojenosti podnikatelů s portálem Kudy z nudy,
- vytipování turisticky atraktivních nabídek pro ČR/oblast,
- motivace nových podnikatelů pro inzerci na portále Kudy z nudy,
- návržení min. tří společných produktů pro podnikatele zapojené do portálu Kudy z nudy,
- realizace setkání s podnikateli, zjištění jejich potřeb, motivace pro zapojení do navržených produktů,

- kompletace Studie propojování podnikatelů: závěry a doporučení pro fungování společných produktů.

### 3. Doba a místo plnění Veřejné zakázky

Uchazeč započne s plněním zakázky ihned po podpisu Smlouvy. Zadavatel požaduje splnění zakázky, tj. předání díla, do 7. 2. 2011.

Místem plnění zakázky je území České republiky.

### 4. Obchodní podmínky Zadavatele

Obchodní podmínky Zadavatele jsou stanoveny v závazném vzoru Smlouvy na plnění Veřejné zakázky, který tvoří Přílohu č. 1 této výzvy. Uchazeč je povinen ve své nabídce předložit návrh Smlouvy, který bude zcela odpovídat Zadavatelem stanovenému závaznému vzoru Smlouvy. Uchazeč je oprávněn doplnit do vzoru Smlouvy pouze údaje, které jsou ve vzoru Smlouvy označeny jako nedoplněné. Návrh Smlouvy bude datován a podepsán osobou oprávněnou jednat jménem uchazeče, případně bude doložena ověřená plná moc osoby zmocněné k jednání jménem uchazeče.

### 5. Požadavek na prokázání kvalifikace

1. Uchazeč musí v rámci nabídky do této Veřejné zakázky prokázat splnění základních kvalifikačních předpokladů ve smyslu § 53 ZVZ, a to podpisem **čestného prohlášení**, které je přílohou č. 2 této výzvy.
2. Uchazeč je ve smyslu ustanovení § 54 písm. a) ZVZ a k prokázání profesních kvalifikačních předpokladů povinen předložit **výpis z obchodního rejstříku**, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán a dále
3. **Doklad o oprávnění k podnikání** podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci (živnostenský list, resp. výpis ze živnostenského rejstříku).

Doklady prokazující těchto kvalifikačních předpokladů musí být předloženy **v originále či v úředně ověřené kopii** a s výjimkou dokladu prokazujícího příslušné živnostenské oprávnění či licenci nesmí být starší než 3 měsíce.

### 6. Požadavek na zpracování nabídkové ceny, platební podmínky

Zadavatel požaduje dodržení maximální celkové výše ceny za realizaci do 1 800 000 Kč bez DPH. Uchazeč uvede ve své nabídce cenu v následujícím členění:

- a) cena za analýzu turistických nabídek na portálu Kudy z nudy
- b) cena za vypracování studie na propojování podnikatelů (návrhy turistických balíčků zážitků a možnosti jejich prodeje)
- c) cena za realizaci setkávání s podnikateli

Nabídková cena bude uvedena v rozdělení na nabídkovou cenu v Kč bez DPH, DPH a nabídkovou cenu v Kč včetně DPH.

Údaj o nabídkové ceně uchazeč zpracuje též do návrhu smlouvy na plnění veřejné zakázky. Veškeré údaje o nabídkové ceně musí být uvedeny v korunách českých.

DPH se pro účely této veřejné zakázky rozumí peněžní částka, jejíž výše odpovídá výši daně z přidané hodnoty vypočtené dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. DPH bude v nabídkách uvedena ve výši platné ke dni podání nabídky.

Při stanovení nabídkové ceny musí vzít uchazeč v úvahu veškeré náklady, jejichž vynaložení bude nezbytné ke splnění předmětu veřejné zakázky v jeho plném rozsahu. Cenu je možno překročit pouze v případě, že dojde ke změnám daňových právních předpisů, které budou mít prokazatelný vliv na výši Ceny, a to zejména v případě zvýšení sazby DPH. V případě, že dojde ke snížení sazby DPH, bude Cena hrazená Objednatelem snížena oproti Ceně stanovené touto Smlouvou.

Platební podmínky jsou stanoveny v závazném vzoru Smlouvy na plnění Veřejné zakázky.

## 7. Způsob hodnocení nabídek

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

Kritérium		Váha	
<b>Nabídková cena</b>		55 %	
<b>Kvalita zpracování Studie</b>		45 %	
	<i>Dílčí kritérium</i>		<i>Váha dílčího kritéria</i>
1.	Kvalita analýzy podnikatelských nabídek v turistické oblasti Jizerské hory na portále Kudy z nudy		30 %
2.	Kvalita metodiky zvolené pro zpracování Studie		60 %
3.	Kvalita nabízených výstupů Studie	10 %	

Za účelem hodnocení nabídek v kritériu „**Nabídková cena**“ zpracuje Uchazeč nabídkovou cenu způsobem uvedeným v bodě 6. Hodnocena bude nabídková cena za splnění celého předmětu veřejné zakázky bez DPH.

Při hodnocení bude použita bodovací stupnice v rozsahu 1 až 100 bodů. Nejvhodnější nabídka vzhledem k tomuto kritériu je nabídka uchazeče s nejnižší nabídkovou cenou, která obdrží v tomto kritériu celkový počet 100 bodů. Bodová hodnota ostatních nabídek bude stanovena násobkem 100 a poměru hodnoty nejvhodnější nabídky k hodnocené nabídce.

Hodnota nabídky v dílčím kritériu Nabídková cena bude tedy propočtena dle následujícího vzorce:

$$100 \times \frac{\text{hodnota nejvhodnější nabídky}}{\text{hodnota nabídky}}$$

Za účelem hodnocení nabídek v kritériu „**Kvalita zpracování Studie**“ zpracuje Uchazeč analýzu podnikatelského prostředí portálu Kudy z nudy v turistické oblasti Jizerské hory, popíše zvolenou metodiku zpracování Studie v souladu s bodem 2.2 této ZD a navrhne

Zadavatel bude hodnotit následující parametry:

- **30 % dílčí kritérium: Kvalita analýzy podnikatelských nabídek zveřejněných na portálu Kudy z nudy pro turistickou oblast Jizerské hory.** V analýze bude hodnocena přesnost a výstižnost charakteristiky turistických nabídek na portálu (počet nabídek a jejich typologie) a přesnost a výstižnost charakteristiky podnikatelských subjektů inzerujících na portále v této oblasti. Zadavatel bude dále hodnotit výstižnost srovnání aktivit nabízených na portále Kudy z nudy s reálnou nabídkou oblasti a dále seznam nových podnikatelů z dané oblasti, kteří budou osloveni pro inzerci na portálu.
- **60 % dílčí kritérium: Kvalita metodiky zvolené pro zpracování Studie:** Zadavatel bude hodnotit vhodnost zvolené metodiky sběru dat o turistických nabídkách, jejich zpracování a vyhodnocování v analytické části Studie. Dále bude hodnocena metodika tvorby nového

turistického produktu, a to v souladu s osnovou uvedenou v bodě 2.2 v projektové části Studie. V metodice strategické části Studie bude hodnocena především výstižnost popisu možných rizik a příležitostí, které mohou tvorbu turistických produktů v nejbližších letech ovlivňovat. Zadavatel bude v tomto subkritériu hodnotit jako výhodnější ty nabídky, které budou mít jednotlivé části metodiky rozpracovány v největší komplexnosti co do rozsahu a podrobností, tak aby si z tohoto popisu bylo možné udělat představu, jak bude uchazeč v jednotlivých bodech realizace Studie postupovat.

- **10 % dílčí kritérium: Kvalita nabízených výstupů Studie.** V tomto kritériu bude hodnocena kvalita nabízených výstupů z hlediska rozšíření povědomí o výsledcích Studie a jejího dalšího využití. Rozhodující přitom není např. prostý počet inzerátů nebo setkání s podnikateli při prezentaci Studie, ale efektivita nabízených výstupů – tedy postup, jak oslovit co největší počet podnikatelů a jak takto oslovené podnikatele motivovat k participaci na projektu.

Hodnocení nabídek v jednotlivých subkritériích dílčího kritéria proběhne tak, že hodnotící komise sestaví pořadí nabídek od nejvýhodnější k nejméně výhodné. Nejvýhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění konkrétního subkritéria ve vztahu k nejvýhodnější nabídce. Takto získané bodové hodnocení se následně propočte vahou příslušného subkritéria, čímž se získá výsledná bodová hodnota přidělená jednotlivým nabídkám v jednotlivých subkritériích (tzv. vážená hodnota subkritéria).

Vážené hodnoty dosažené uchazečem v jednotlivých subkritériích budou následně sečteny, čímž se získá údaj o tzv. celkové vážené hodnotě nabídky. Tato celková vážená hodnota nabídky bude následně modifikována (propočtena) dle následujícího vzorce:

$$100 \times \frac{\text{hodnocená celková vážená hodnota}}{\text{nejvyšší celková vážená hodnota}}$$

#### Sestavení celkového pořadí

1. Bodová hodnota nabídky vypočtená podle výše popsaného způsobu bude násobena vahou kritéria a v každém dílčím kritériu bude takto vypočtena redukováná bodová hodnota kritéria pro každou nabídku.
2. Součet redukovaných bodových hodnot ze všech dílčích kritérií určí výslednou bodovou hodnotu nabídky.
3. Celkové pořadí nabídek je dáno absolutní hodnotou bodové hodnoty nabídky tak, že nejvýhodnější je nabídka, která získá nejvyšší celkový počet bodů.
4. V případě rovnosti bodových hodnot dvou či více nabídek, rozhoduje o celkovém pořadí nabídek pořadí v kritériu nabídková cena a v případě shody i v tomto kritériu pak pořadí v kritériu s další největší procentuální vahou. Pokud i v tomto případě budou bodové hodnoty dvou či více nabídek shodné, rozhodne o pořadí nabídek los za účasti těch uchazečů, jejich nabídky získaly shodné bodové hodnoty.

## **8. Požadavky na obsah nabídky**

### **Uchazeč předloží:**

- 1) Návrh realizace projektu obsahující analýzu podnikatelských nabídek na portálu Kudy z nudy v turistickém regionu Jizerské hory včetně návrhu dalších podnikatelů dané oblasti, kteří by se mohli do katalogu zapojit, popis metodiky zvolené pro zpracování Studie a popis nabízených výstupů Studie,
- 2) nabídkovou cenu zpracovanou způsobem uvedeným v bodě 6 této výzvy, datovanou a podepsanou,
- 3) doklady k prokázání splnění kvalifikace dle bodu 5 této výzvy,
- 4) návrh Smlouvy ve dvou vyhotoveních, datovaný a podepsaný oprávněnou osobou.

## 9. Lhůta pro podání nabídek

Uchazeč je povinen předložit Zadavateli svoji nabídku na plnění zakázky, zpracovanou v souladu s touto výzvou, **nejpozději do 22. března do 16:00 hodin.**

## 10. Podmínky pro předložení nabídky

Nabídku na plnění zakázky je Uchazeč povinen doručit Zadavateli v listinné podobě nejpozději do konce lhůty pro podávání nabídek této výzvy, a to na adresu Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism, Vínohradská 46, 120 41 Praha 2, k rukám Karolíny Čániové. Nabídka bude doručena v zalepené obálce opatřené názvem, adresou a IČ Uchazeče a sdělením:

Veřejná zakázka

**Studie propojování podnikatelů**

**IOP č. 5 – Marketingové aktivity ke zvýšení povědomí o DCR**

**NEOTEVÍRAT**

Zadavatel stanoví, že jazykem řízení k zadání Veřejné zakázky malého rozsahu je český jazyk. Nabídku, včetně všech dokladů k prokázání kvalifikace, je Uchazeč povinen předložit v českém jazyce.

## 11. Další práva Zadavatele

Zadavatel si vyhrazuje právo:

- a) na zrušení řízení k zadání Veřejné zakázky malého rozsahu až do uzavření Smlouvy, a to i bez uvedení důvodu,
- b) dodatečně upřesnit nebo změnit zadávací podmínky,
- c) před rozhodnutím o výběru nejvhodnější nabídky ověřit skutečnosti deklarované Uchazečem v nabídce,
- d) umožnit Uchazeči do konce lhůty pro podávání nabídek stáhnutí podané nabídky,
- e) nehradit náklady na účast v Zadávacím řízení, nevracet Uchazečům nabídky,
- f) požadovat, aby všechny účetní doklady Dodavatele týkající se této veřejné zakázky byly archivovány minimálně do konce roku 2021, a aby k dokumentaci související s realizací byl umožněný přístup kontrolním orgánům minimálně do konce roku 2021,
- g) aby Uchazeč zajistil publicitu financování Veřejné zakázky z prostředků Strukturálních fondů na financování dodávky v souladu s pokyny Zadavatele.

V Praze dne 5. 3. 2010

S pozdravem

.....  
Pavel Kosař  
ředitel odboru Marketing a externí služby,  
pověřen řízením České centrály cestovního ruchu - CzechTourism

### **Přílohy:**

Příloha č. 1 Smlouva

Příloha č. 2 Čestné prohlášení

Příloha č. 3: Loga IOP, EU a MMR

Příloha č. 4: Logomanuál