

## VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY NA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY MALÉHO ROZSAHU

---

**Věc:** Veřejná zakázka malého rozsahu  
**Název:** Integrovaná marketingová kampaň – projekt EDEN  
**Ev. číslo:** VZ – 2012/300/1

V Praze, dne 17. 1. 2012

Vážení,

rádi bychom Vás informovali o tom, že Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, zastoupená Ing. Rostislavem Vondruškou, generálním ředitelem České centrály cestovního ruchu – CzechTourism (dále jen „Zadavatel“) zvažuje zadání veřejné zakázky malého rozsahu na realizaci Integrované marketingové kampaně projektu EDEN v České republice (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. 3 Zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách (dále jen „ZVZ“), a tato veřejná zakázka tak v souladu s ustanovením § 18 odst. 3 ZVZ není zadávána v zadávacím řízení dle ZVZ.

### 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:** Ing. Rostislavem Vondruškou, generálním ředitelem ČCCR – CzechTourism  
**Kontaktní osoba:** Renáta Šigutová, oddělení koordinace veřejných zakázek,  
tel: 221 580 621, e-mail: [sigutova@czechtourism.cz](mailto:sigutova@czechtourism.cz)

### 2. Informace o předmětu Veřejné zakázky

#### Předpokládaná hodnota veřejné zakázky: 1 100 000 Kč bez DPH.

Předmětem zakázky bude efektivní propagace značky EDEN a českých finalistů této soutěže z ročníků 2009, 2010 a 2011. Českými finalisty jsou následující regiony: České Švýcarsko, Orlické hory a Podorlicko, Králický Sněžník, Bystřicko, Posázaví, Polabí, Křivoklátsko, Slovácko, Žatecko a Mikroregion Kahan. Komunikována budou témata jednotlivých ročníků, tedy Cestovní ruch a chráněná území, Voda jako turistický cíl a Obnova hmotného dědictví. Cílem je zvýšení povědomí o nabídce vítězných destinací a zvýšení atraktivity značky EDEN v rámci domácího cestovního ruchu a na vybraných cílových trzích (Německo, Polsko, Rakousko, Maďarsko, Slovensko).

Komplexní marketingová kampaň musí obsahovat více různorodých propagačních a prezentačních aktivit, které budou společně naplňovat marketingovou strategii Zadavatele. V kampani budou vítězné destinace prezentovány jako ideální destinace vhodné k návštěvě a zvolené komunikační nástroje budou zahrnovat především komplex online marketingových aktivit pro úspěšnou propagaci v cestovním ruchu a public relations aktivity pro získání silné a efektivní pozice na poli domácího cestovního ruchu, ale také na trzích vybraných evropských zemí (viz výše). Kampaň bude probíhat v období od 1. 3. do 31. 8. 2012.

Hlavními nástroji kampaně bude bannerová reklamní kampaň na cestovatelských webových portálech a PR kampaň ve vybraných magazínech, které se věnují cestovnímu ruchu. Mezi zvolené komunikační nástroje budou zahrnuty především dlouhodobě, intenzivně a jednoznačně cílené online marketingové aktivity, dále pak PR články a inzerci v tisku s důrazem na barterovou spolupráci (př. výhodné cenové nabídky). Bannerová reklamní kampaň bude odkazovat na tématické stránky zadavatele ([www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz) a [www.eden-czechtourism.cz](http://www.eden-czechtourism.cz)), které v rámci plnění předmětu zakázky projdou optimalizací, včetně překladu klíčových částí do 4 světových jazyků (slovenština, polština, němčina, maďarština). Součástí propagace budou dále 3 imageové brožury a propagační materiály s logem EDEN. Zadavatel uvítá návrhy dalších možných způsobů propagace ze strany uchazeče. Jakákoli mediální propagace v rámci kampaně bude předně komunikována se Zadavatelem.

#### **Konkrétní aktivity spojené s přípravou, koordinací kampaně a její hlavní výstupy:**

- návrh a realizace komplexní marketingové kampaně v roce 2012: 1
- návrh vhodných nástrojů komunikace a stanovení jednotného grafického stylu, vč. zajištění fotografií pro tuto kampaň
- návrh grafického vizuálu pro inzerci
- PR: minimálně 10 výstupů v podobě PR článků, 35 výstupů v podobě printové inzerce, další formy propagace
- výroba tří tématických imageových brožur formátu DL v celkovém nákladu 20 000 ks.
- výroba propagačních předmětů s logem EDEN v následujících nákladech: samolepky s logem EDEN (20 000 ks.), plakáty (450 ks.) a další drobné dárky – např. kuličková pera (350 ks.)
- online: bannerová kampaň
- sestřihání krátkého klipu propagujícího české vítěze soutěže EDEN (30 vteřin), který bude umístěn na webových stránkách [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), [www.eden-czechtourism.cz](http://www.eden-czechtourism.cz), [www.youtube.cz](http://www.youtube.cz) a dalších sociálních sítích. Podklady dodá Zadavatel.
- optimalizace české verze webových stránek soutěže EDEN ([www.eden-czechtourism.cz](http://www.eden-czechtourism.cz)) po dvou měsících provozu, včetně překladu klíčových částí do 4 světových jazyků (slovenština, polština, němčina, maďarština) v celkovém rozsahu max. 15 normo stran.
- realizace 1 press tripu pro zahraniční novináře, který představí vítěze posledního ročníku soutěže region Slovácko
- průběžný monitoring kampaně
- závěrečné vyhodnocení kampaně

Všechny grafické návrhy budou Zadavateli předloženy k odsouhlasení a budou povinně obsahovat logo Czech Republic (zahraniční trhy), popřípadě CzechTourism (domácí trh) a logo EDEN. Prezentace loga Czech Republic/CzechTourism bude v souladu s manuálem jeho užití. Logo Czech Republic je k dispozici na této adrese: <http://www.czechtourism.cz/edice/logo-ceska-republika/>, logo EDEN potom na adrese <http://www.eden-czechtourism.cz/ke-stazeni/>. Logo CzechTourism obdrží vítězný uchazeč po podpisu smlouvy na plnění předmětu této zakázky.

#### **Cílové skupiny:**

- aktivní mladí lidé disponující vlastním finančním příjmem, 21-35 let,
- moderní, zajištěné partnerské dvojice, střední generace,
- rodiny s dětmi
- lidé v postproduktivním věku s dostatečnými finančními příjmy

#### **Základní pojmy:**

##### **European Destinations of Excellence – EDEN**

Soutěž o evropskou excelentní destinaci EDEN vypisuje Evropská komise každoročně již od roku 2006. Od té doby se do ní zapojilo již více než dvacet evropských zemí. Cílem je především propagace méně tradičních

turistických destinací v duchu filozofie udržitelného rozvoje cestovního ruchu, s důrazem na rozmanitost, autentičnost a originalitu. Česká republika se do projektu dosud zapojila třikrát. Ústředními tématy byly:

- Cestovní ruch a obnova hmotného dědictví (2009)
- Voda jako turistický cíl (2010)
- Obnova hmotného dědictví (2011)

### **Udržitelný cestovní ruch:**

Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu lze definovat jako takový, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí. Je to koncepce rozvoje a plánování cestovního ruchu, jehož cílem je ochrana a zachování životního prostředí ve všech jeho aspektech a respektování životního stylu místních obyvatel.

Zdroj: Výkladový slovník CR, autoři textu: Prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc., Ing. Martina Pásková, PhD.

### **3. Doba a místo plnění zakázky**

Uchazeč započne s plněním zakázky bez zbytečného odkladu po uzavření smlouvy na plnění zakázky. Předpokládaný termín plnění zakázky: 1. 3. 2012 - 31. 8. 2012. Přičemž při fakturaci je nezbytné, aby se vybraný uchazeč zavázal k předložení tzv. závěrečné zprávy, a to do 5. 9. 2012.

Místem plnění zakázky, tj. místem realizace kampaně bude zejména internet (webové stránky s turistickým obsahem), tisk (PR články, cílená inzerce, DL brožury) a další v závislosti na aktivitě/ akci (po domluvě se Zadavatelem). Veškeré písemné výstupy a průběžné monitorovací zprávy bude vybraný uchazeč povinen předávat Zadavateli v sídle Zadavatele (Praha, Vinohradská 46, 120 41 Praha 2.), nebude-li mezi Zadavatelem a vybraným uchazečem v konkrétním případě sjednáno něco jiného.

### **4. Požadavek na prokázání kvalifikace**

#### **4.1 Základní kvalifikační předpoklady**

Uchazeč předloží **podepsané čestné prohlášení** o splnění základních kvalifikačních předpokladů ve smyslu § 53 zákona. Toto čestné prohlášení je přílohou č. 2 této výzvy.

#### **4.2 Profesní kvalifikační předpoklady**

Zadavatel požaduje, aby uchazeč za účelem prokázání splnění profesních kvalifikačních předpokladů k plnění zakázky ve smyslu ustanovení § 54 zákona předložil:

- a) **výpis z obchodního rejstříku**, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán, v prosté kopii ne starší, v okamžiku podání nabídky, 3 měsíců, dále
- b) doklad o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu zakázky, zejména **doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění** či licenci a to v prosté kopii.

#### **4.3 Technické kvalifikační předpoklady dle § 56 zákona**

K prokázání tohoto kvalifikačního předpokladu Zadavatel požaduje, aby uchazeč doložil seznam alespoň 2 (dvou) služeb v oblasti marketingu a internetové reklamy podobné předmětu této zakázky (nemusí přitom jít o oblast cestovního ruchu) za poslední 3 (tři) roky, přičemž finanční hodnota každé z uvedených zakázek vyjádřena v Kč činila alespoň 250.000 Kč (slovy: dvěšestpadesátisickorunčeských) bez DPH.

Popis zakázky bude obsahovat::

- identifikační údaje objednatele,
- období realizace zakázky,
- stručný popis zakázky,
- kontakty objednatele pro ověření reference,

- popřípadě finanční hodnotu takovéto referenční zakázky.

Uchazeč prokáže tento kvalifikační předpoklad předložením **čestného prohlášení**, jehož předloha tvoří přílohu č. 3 této výzvy.

## 5. Obchodní podmínky

Obchodní podmínky Zadavatele jsou stanoveny v závazném návrhu smlouvy na plnění zakázky, který tvoří přílohu č. 1 této výzvy. **Uchazeč je povinen ve své nabídce předložit vzor 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 symbolem „[\*]“ jako nedoplněné.

Nedílnou součástí smlouvy, uzavřené s vybraným uchazečem, bude jeho nabídka, podaná v rámci tohoto zadávacího řízení; podmínky pro plnění uvedené v této nabídce budou pro vybraného uchazeče závazné po celou dobu plnění.

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

**Nabídková cena v žádném případě nepřesáhne částku 1 100 000 Kč bez DPH.**

Nabídková cena bude stanovena jako cena nejvýše přípustná za splnění zakázky v celém jejím rozsahu, přičemž bude stanovena v následujícím členění:

- a) nabídková cena v Kč bez DPH,
- b) DPH,
- c) nabídková cena v Kč včetně DPH.

Uchazeč v nabídce předloží prohlášení, ve kterém uvede celkovou nabídkovou cenu za splnění zakázky ve shora uvedeném členění. Toto **prohlášení o nabídkové ceně bude datováno a podepsáno osobou oprávněnou jednat jménem uchazeče**, případně bude doložena ověřená plná moc osoby zmocněné k jednání jménem Uchazeče. Při stanovení nabídkové ceny musí vzít uchazeč v úvahu veškeré náklady, jejichž vynaložení bude nezbytné ke splnění předmětu.

DPH se pro účely této 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 nabídce uvedena ve výši platné ke dni podání nabídky.

Údaj o nabídkové ceně zpracuje uchazeč též do vzoru smlouvy na plnění této zakázky.

Platební podmínky Zadavatele jsou stanoveny v závazném vzoru smlouvy na plnění zakázky, který tvoří přílohu č. 1 této výzvy.

## 7. Způsob hodnocení nabídek

Nabídky budou Zadavatelem hodnoceny podle jejich ekonomické výhodnosti, kvality obsahu, přidané hodnoty a originality, a to dle následujícího poměru:

DÍLČÍ KRITÉRIUM	VÁHA
1. Nabídková cena	60 %
2. Kvalita návrhu marketingové kampaně	40 %

**7.1.** Za účelem hodnocení nabídek v kritériu „**Nabídková cena**“ Uchazeč zpracuje nabídkovou cenu způsobem uvedeným v bodě 6 této výzvy. Hodnocena bude celková nabídková cena za splnění celého předmětu zakázky včetně DPH. Nejvhodnější nabídka bude vzhledem k tomuto kritériu nabídka s nejnižší cenou.

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

$$100 * \frac{\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}}{\text{Hodnota hodnocené nabídky}} * \text{váha kritéria (0,6)}$$

**7.2.** Za účelem hodnocení nabídek v kritériu „**Kvalita návrhu marketingové kampaně**“ předloží uchazeč návrh realizace kampaně. V rámci tohoto kritéria bude Zadavatel hodnotit kvalitu předloženého návrhu realizace kampaně, který bude obsahovat:

- a) **návrh koncepce kampaně, vč. návrhu skladby medií, reklamních ploch a návrhu grafického vizuálu pro inzerci,**
- b) **garantovaný počet zobrazení, včetně garantované CTR**
- c) **návrh optimalizace kampaně v jejím průběhu a předložení metodiky pro zpracování závěrečného vyhodnocení.**

Hodnocena bude především kvalita návrhu marketingové kampaně, kreativita návrhu, efektivita oslovení cílové skupiny, zvolené marketingové nástroje, vč. grafického návrhu pro inzerci a originalita řešení ve vztahu k zadání.

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 (\*0,4), čímž se získá výsledná bodová hodnota přidělená jednotlivým nabídkám v tomto dílčím kritériu.

#### **Celkové hodnocení nabídek**

Na základě součtu výsledných bodových hodnot přidělených nabídkám v jednotlivých dílčích kritériích bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek, a to tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhne nejvyšší celkové hodnoty.

### **8. Požadavky na obsah nabídky**

#### **Uchazeč předloží:**

1. návrh marketingové kampaně podle článku 2 této výzvy, který povinně bude pro potřeby hodnocení nabídek obsahovat:
  - návrh koncepce kampaně, včetně návrhu skladby medií, reklamních ploch a návrhu grafického vizuálu pro inzerci
  - garantovaný počet zobrazení, včetně garantované CTR
  - návrh optimalizace kampaně v jejím průběhu a předložení metodiky pro zpracování závěrečného vyhodnocení
2. nabídkovou cenu zpracovanou způsobem uvedeným v článku 6 této výzvy,
3. doklady k prokázání splnění kvalifikace podle článku 4 této výzvy,
4. vzor smlouvy ve třech originálech podle článku 5 této výzvy.

**Veškeré dokumenty, jako prohlášení o nabídkové ceně, vzor smlouvy a všechna čestná prohlášení budou datovány a podepsány osobou oprávněnou jednat jménem uchazeče, případně bude doložena ověřená plná moc osoby zmocněné k jednání jménem uchazeče.**

### **9. Lhůta pro podání nabídek**

Uchazeč je povinen předložit Zadavateli svoji nabídku na plnění zakázky, zpracovanou v souladu s touto výzvou, nejpozději do **6.2. 2012 do 10:00 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, Vinohradská 46, 120 41 Praha 2, k rukám Renáty Šigutové.

Nabídka bude doručena v zalepené obálce opatřené názvem, adresou, IČ uchazeče a sdělením:

**NEOTVÍRAT PŘED TERMÍNEM**  
Veřejná zakázka malého rozsahu  
**Integrovaná marketingová kampaň – projekt EDEN**

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

## 11. Zadavatel si vyhrazuje právo:

- a) na zrušení řízení k zadání 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 stáhnoutí podané nabídky,
- e) nehradit náklady na účast v zadávacím řízení, nevracet uchazečům nabídky,
- f) požadovat při jednání s vybraným uchazečem o uzavření smlouvy provedení úprav ve smlouvě oproti návrhu smlouvy, který vybraný uchazeč předložil ve své nabídce, přičemž takto provedené úpravy nesmějí svým obsahem být v jakémkoliv rozporu s podmínkami stanovenými v této výzvě.

## 12. Seznam Příloh:

1. Vzor smlouvy na plnění zakázky
2. Čestné prohlášení o splnění základních kvalifikačních předpokladů
3. Čestné prohlášení o splnění technických kvalifikačních předpokladů

.....  
Ing. Rostislav Vondruška  
generální ředitel  
ČCCR – CzechTourism