

VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY A ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

(dále také jen „ZD“).

k veřejné zakázce malého rozsahu na služby s názvem

„Marketingová strategie města Sokolov“

zadávané mimo působnost zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“).

Režim zadávacího řízení	Veřejná zakázka malého rozsahu
Druh veřejné zakázky	Služby
Profil zadavatele	https://ezak.sokolov.cz/profile_display_2.html
Datum zahájení řízení	11. 06. 2024

1. IDENTIFIKACE ZADAVATELE

Název: město Sokolov
Sídlo: Rokycanova 1929, 356 01 Sokolov
IČO: 00259586
DIČ: CZ00259586
Zástupce: **Mgr. Petr Kubis, starosta**

Kontaktní osoba zadavatele: Ing. Lenka Benešová,
odbor rozvoje města Městského úřadu Sokolov
tel. +420 354 228 285
e-mail: lenka.benesova@mu-sokolov.cz

2. ZÁKLADNÍ INFORMACE

Veřejná zakázka je zadávána elektronicky pomocí elektronického nástroje E-ZAK pro zadávání veřejných zakázek města Sokolov (dále jen „elektronický nástroj E-ZAK“) dostupného na <https://ezak.sokolov.cz/>.

Veškeré úkony, jednání a komunikace mezi zadavatelem a účastníky (dodavateli) výběrového řízení se uskutečňuje elektronicky, a to zejména prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK. Zadavatel uveřejňuje oznámení o vyloučení účastníka a oznámení o výběru dodavatele na profilu zadavatele. V takovém případě se oznámení považují za doručená okamžikem jejich uveřejnění na profilu zadavatele. Nabídky lze podávat pouze v elektronické podobě, a to pouze prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK, zvolením funkčního tlačítka „PODAT NABÍDKU“ v pravém horním rohu elektronického nástroje E-ZAK.

Za řádné a včasné seznámení s písemnostmi zasílanými zadavatelem prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK, jakož i za správnost kontaktních údajů uvedených u dodavatele zodpovídá vždy dodavatel.

Veškeré písemnosti zasílané prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK se považují za řádně doručené dnem jejich doručení do uživatelského účtu adresáta dokumentu v elektronickém nástroji E-ZAK. Na doručení písemnosti nemá vliv, zda byla písemnost jejím adresátem přečtena, případně, zda elektronický nástroj E-ZAK adresátovi odeslal na kontaktní e-mailovou adresu upozornění o tom, že na jeho uživatelský účet v elektronickém nástroji E-ZAK byla doručena nová zpráva, či nikoli.

Veškeré podmínky a informace týkající se elektronického nástroje E-ZAK jsou dostupné na:

<https://ezak.sokolov.cz/data/manual/EZAK-Manual-Dodavatele.pdf>.

Řízení o zadání veřejné zakázky bylo zahájeno 11. 06. 2024 zveřejněním této výzvy a ZD na profilu zadavatele.

[Pro komunikaci se zadavatelem a podání nabídky je dodavatel povinen registrovat se v elektronickém nástroji E-ZAK!](#)

Pokud zadavatel předregistruje účastníka do elektronického nástroje E-ZAK, uvede u něj veřejně dostupné kontaktní údaje. Je povinností každého účastníka, aby před dokončením registrace do elektronického nástroje E-ZAK své kontaktní údaje zkontroloval, případně upravil a doplnil.

V případě jakýchkoli otázek týkajících se uživatelského ovládání a technického nastavení elektronického nástroje E-ZAK kontaktujte, prosím, jeho provozovatele QCM, s.r.o., tel: +420 538 702 719, e-mail: podpora@ezak.cz.

3. PŘEDMĚT VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

3.1 Předmět veřejné zakázky

Předmětem veřejné zakázky je vytvoření marketingové strategie ucelené propagace města Sokolov (dále také jen „zadavatele“ nebo „objednatele“) na období let 2025 až 2029 (dále také jen „marketingová strategie“), jejímž předmětem, účelem a cílem bude:

- a) prezentovat přednosti města jako atraktivního místa zejména pro život, práci a rekreaci,
- b) zlepšit celkový obraz města v očích obyvatel města i ostatních osob vč. potenciálních obyvatel města a posílit u nich pozitivní vnímání města a jeho obrazu,
- c) zvýšit atraktivitu města pro jeho současné, budoucí i potenciální obyvatele,
- d) pomocí činností podle písm. a) až c) zastavit úbytek (odliv) obyvatel města a získat nové obyvatele města, zejména ty, kteří mohou přispět k odstranění příčin a důvodů, pro které k úbytku obyvatel města dochází,

a to na základě analýz a výzkumů, které zhotovitel pro potřeby vytvoření marketingové strategie provede.

3.1.1 Požadovaná minimální struktura marketingové strategie

Obsah, rozsah a struktura marketingové strategie jsou podrobněji definovány níže a v návrhu smlouvy o dílo, který je přílohou č. 3 ZD. Uvedená struktura marketingové strategie vymezuje její minimální rozsah.

3.1.1.1 Analytická část

Cílem a účelem analytické části marketingové strategie je pomocí marketingových či jiných výzkumů, relevantních zdrojů dat (sekundárních i primárních) a vhodných metod analyzovat a zhodnotit:

- a) dosavadní stav a způsob komunikace města navenek, zejména vůči svým občanům a dalším osobám;
- b) současný stav obrazu města u jeho obyvatel a jiných osob (potenciálních obyvatel) a jeho vnímání těmito osobami a jejich názor na něj, a to zejména ve vztahu k podmínkám pro život lidí ve městě ve všech jeho aspektech, pro práci a pro rekreaci ve městě a jejich kvalitě;
- c) potřeby a preference stávajících i potenciálních obyvatel města ve vztahu ke kvalitě života, práci a rekreaci v něm.
- d) produkty a služby, které město samo nebo prostřednictvím právnických osob, které založilo či zřídilo, nabízí svým občanům, a to s důrazem na ty, které jsou nabízeny nad rámec zákonných povinností (např. dotace či jiné příspěvky).

Cílovými skupinami analytické části budou:

- a) Primární cílové skupiny představující obyvatele města rozdělené do tří skupin podle věku, a to
 - i. studenti středních a vysokých škol,
 - ii. mladí lidé do 28 let a
 - iii. dospělí v produktivním věku do 50 let.
- b) Sekundární cílové skupiny, které definuje zhotovitel a které představují další segmenty populace (vedle těch podle písm. a), které hrají nebo mohou hrát důležitou roli při dosahování

strategických a marketingových cílů města, ačkoliv nejsou primárním zaměřením komunikačních aktivit. Jejich identifikace je důležitá pro zajištění komplexního a účinného pokrytí všech relevantních cílových skupin, které mohou být ovlivněny strategií. Tyto cílové skupiny mohou být rozděleny podle demografických, behaviorálních, geografických nebo dalších charakteristik, což umožní vytvoření relevantních a personalizovaných komunikačních strategií pro každou skupinu.

Výzkumy prováděné v rámci analytické části musejí být důkladné, dostatečně podrobné a týkat se široké škály aspektů života ve městě se zaměřením na identifikaci oblastí, ve kterých obyvatelé města vč. obyvatel potenciálních spatřují silné stránky města, jakož i oblastí, které je podle obyvatel i potenciálních obyvatel třeba zlepšit. Cílem je tedy zejména zjistit, co obyvatelé města vč. těch potenciálních považují za pozitivní a co negativní ve svém každodenním životě ve městě, co jim chybí, co by si přáli zlepšit a jaké konkrétní kroky by podle nich mohly vést ke zvýšení kvality jejich života ve městě.

Součástí Strategie, resp. její analytické části budou zejména:

- a) výsledky a vyhodnocení výzkumů podle předchozích odst. 1 a 3,
- b) identifikace jednotlivých cílových skupin podle předchozího odst. 2.

3.1.1.2 Návrhová část

Cílem a účelem této části díla je vytvořit ucelenou marketingovou strategii města k naplnění cílů a účelu strategie, ve které se jednotlivé prvky vzájemně doplňují a podporují a která pomůže k dosažení marketingových cílů.

Marketingová strategie se vypracovává pro roky 2025 až 2029.

Tato část díla musí obsahovat přinejmenším následující náležitosti:

- a) Podrobné vymezení konkrétních marketingových cílů, kterých má být prostřednictvím marketingové strategie dosaženo, a to ve vztahu k jednotlivým cílovým skupinám vymezeným v analytické části.
- b) Samotný návrh marketingové strategie, jehož součástí musí být zejména:
 - i. formulace klíčových sdělení pro jednotlivé cílové skupiny,
 - ii. návrh marketingové komunikace a konkrétních komunikačních nástrojů a kanálů, kterými má město s občany a s cílovými skupinami účelně a efektivně komunikovat, a kampaní,
 - iii. konkrétní a podrobný marketingový plán s časovým a věcným harmonogramem naplňování (implementace) marketingové strategie na první rok doby, na kterou se vypracovává,
 - iv. návrh rozpočtu objednatel naplňování marketingové strategie v období, na které se marketingová strategie vypracování a zvláště pro marketingový plán, přičemž předpokládaný celkový objem prostředků na realizaci marketingového plánu činí 500 000 Kč,
 - v. stanovení marketingových kanálů, které nejlépe osloví příslušnou cílovou skupinu (např. sociální média, e-mail, PPC reklamy),
 - vi. identifikace nástrojů pro správu obsahu, analýzu dat a automatizaci marketingových procesů,

vše ve vztahu k jednotlivým cílovým skupinám vymezeným v analytické části.

- c) Definování subjektů (orgánů, osob atp.) odpovědných za naplňování marketingové strategie v období, na které se vypracovává.
- d) Stanovení kontrolních mechanismů naplňování marketingové strategie v období, na které se vypracovává.
- e) Vytvoření systému a nástrojů pro průběžné sledování a hodnocení efektivity marketingové strategie a jejích nástrojů.
- f) Návrh metod a nástrojů pro sledování a měření dopadu marketingové strategie a komunikace města vůči cílovým skupinám, a to zvlášť pro marketingovou strategii jako celek a zvlášť pro marketingový plán.

Marketingový plán musí obsahovat zejména:

- a) definici cílů marketingové strategie v období, na které se marketingový plán vytváří,
- b) uvedení konkrétních nástrojů a kampaní potřebných k dosažení cílů podle písm. a),
- c) konkrétní a podrobný časový a věcný harmonogram naplňování marketingového plánu,
- d) plánovaný rozsah (množství) zasažených adresátů (publika).

3.1.1.3 Metodická část

Cílem a účelem této části díla je vytvořit pro objednatele metodickou příručku obsahující podrobný, srozumitelný a názorný návod, jak naplňovat marketingovou strategii a její jednotlivé části a jak používat její nástroje, a to pro celé období, na které se marketingová strategie vypracovává.

3.1.2 Další požadavky na předmět plnění

Součástí díla je rovněž prezentace marketingové strategie zástupcům objednatele v jeho sídle.

Součástí díla je dále poskytování odborného poradenství podle aktuálních potřeb objednatele za účelem řádného naplňování marketingové strategie, zahrnující zejména:

- a) poradenství při navrhování, tvorbě a řízení jednotlivých reklamních či komunikačních kampaní objednatele směřujících k naplnění marketingových cílů,
- b) poradenství při formulaci reklamních či komunikačních sdělení,
- c) odborný dohled nad činnostmi objednatele při naplňování marketingové strategie a jejích cílů,
- d) poradenství při vytváření zadávacích podmínek veřejných zakázek týkajících se naplňování marketingové strategie a jejích cílů,
- e) poradenství týkající se užívání metodické příručky podle odst. 3.1.1.3 ZD,

Bližší vymezení díla je uvedeno v návrhu smlouvy na veřejnou zakázku, který je přílohou č. 3 k této ZD.

3.2 Předpokládaná hodnota veřejné zakázky

Zadavatel stanovil předpokládanou hodnotu veřejné zakázky. Předpokládanou hodnotu veřejné zakázky zadavatel v ZD neuvádí.

3.3 Mimořádně nízká nabídková cena

Zadavatel může požádat účastníka o zdůvodnění mimořádně nízké nabídkové ceny.

Zadavatel může vyloučit účastníka, pokud jeho nabídka obsahuje mimořádně nízkou nabídkovou cenu, kterou účastník neodůvodnil.

3.4 Odpovědné zadávání

Zadavatel se při vytváření zadávacích podmínek zabýval i naplněním podmínky odpovědného zadávání dle § 6 odst. 4 Zákona a v rámci možností (s ohledem na povahu veřejné zakázky a potenciální okruh účastníků a zásadu přiměřenosti a zákazu diskriminace) toto zohlednil v obchodních podmínkách, které jsou součástí ZD.

Zadavatel požaduje, aby dodavatel při plnění veřejné zakázky:

- dodržoval lidská, sociální a pracovní práva osob, jež použije k plnění veřejné zakázky, vyplývající z obecně závazných právních předpisů;
- dodržoval veškeré povinnosti ohledně bezpečnosti práce a ochrany před vznikem nemocí z povolání, vyplývající z obecně závazných právních předpisů;
- dodržoval své povinnosti z hlediska zaměstnanosti a právních předpisů týkajících se zaměstnávání cizinců, vyplývající z obecně závazných právních předpisů;
- pokud to bude možné, využíval práci osob znevýhodněných na trhu práce nebo dodávek sociálních podniků;
- neznevýhodňoval malé a střední podniky jako své poddodavatele a plnil závazky k nim řádně a včas;
- dodržoval své povinnosti z hlediska ochrany životního prostředí, a to včetně povinností při nakládáním s odpady, vyplývajících z obecně závazných právních předpisů, a
- pokud je to možné, v rámci zadání využíval postupů a dodávek šetrných k životnímu prostředí.

4. OBCHODNÍ PODMÍNKY

Zadavatel stanoví obchodní podmínky **formou závazného textu návrhu smlouvy na veřejnou zakázku (smlouvy o dílo)**, který je přílohou č. 3 k této zadávací dokumentaci. **Účastník není oprávněn v textu návrhu smlouvy na veřejnou zakázku činit jakékoliv změny či doplnění s výjimkou doplnění údajů, které jsou výslovně určeny a označeny pro doplnění ze strany účastníka; v opačném případě zadavatel účastníka vyloučí.** Účastník je povinen doplnit návrh smlouvy na veřejnou zakázku v částech (polích), určených k vyplnění a takto doplněný návrh smlouvy na veřejnou zakázku učinit součástí nabídky.

5. LHŮTY PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Lhůty pro zpracování marketingové strategie činí 8 měsíců od nabytí účinnosti smlouvy o dílo.

Poradenství bude zhotovitel poskytovat do konce roku 2029.

Bližší vymezení lhůt je uvedeno v návrhu smlouvy na veřejnou zakázku (příloha č. 3 k ZD).

6. MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

6.1 Místo plnění veřejné zakázky

Místem předávání a přebírání dokumentů souvisejících s realizací zakázky je sídlo zadavatele, tj. budova Městského úřadu Sokolov, Rokycanova 1929, 356 01 Sokolov.

6.2 Prohlídka místa plnění

Prohlídka místa plnění není relevantní vzhledem k předmětu veřejné zakázky.

7. KVALIFIKACE

7.1 Požadavky na kvalifikaci

Kvalifikovaným pro plnění veřejné zakázky je dodavatel (účastník), který prokáže

- a) splnění základní způsobilosti,
- b) splnění profesní způsobilosti,
- c) splnění technické kvalifikace.

Zadavatel si může v průběhu výběrového řízení vyžádat předložení originálů nebo úředně ověřených kopií dokladů o kvalifikaci.

Účastníka, který neprokáže splnění způsobilosti nebo kvalifikace dále stanoveným způsobem, může zadavatel vyloučit. Zadavatel je oprávněn vyzvat účastníka k doplnění prokázání splnění způsobilosti a kvalifikace v přiměřené lhůtě.

7.2 Základní způsobilost

Způsobilým je dodavatel, který:

- a) nebyl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením výběrového řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v čl. 1 Čestného prohlášení (příloha č. 2 ZD) nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele,
- b) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek,
- c) nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění,
- d) 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) není v likvidaci, nebylo proti němu vydáno rozhodnutí o úpadku, nebyla vůči němu nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu a není v obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

Za zahájení výběrové řízení se považuje uveřejnění této výzvy a zadávací dokumentace.

Účastník prokazuje základní způsobilost předložením čestného prohlášení výlučně na formuláři, který je přílohou č. 2 ZD, není-li dále stanoveno jinak.

7.3 Profesní způsobilost

Profesní způsobilost splňuje dodavatel, který je:

- a) zapsán v obchodním rejstříku nebo jiné evidenci, pokud jiný právní předpis zápis do takové evidence vyžaduje,

- b) oprávněn podnikat v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky (*Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona v oboru činnosti: „Poradenská a konzultační činnost, zpracování odborných studií a posudků“, nebo „Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení“*) nebo oprávnění co do rozsahu činnosti srovnatelného.

Splnění části profesní způsobilosti podle písm. a) a b) účastník nedokládá, zadavatel si tyto části profesní způsobilosti ověřuje z veřejně dostupných rejstříků.

7.4 Technická kvalifikace

- a) Účastník splňuje technickou kvalifikaci v případě, pokud **realizoval odborně, řádně a v čas za posledních 5 let** před zahájením zadávacího řízení **minimálně 3 zakázky** charakteru obdobného veřejné zakázce (referenční zakázky), **tzn. zakázky na komunikační nebo marketingové strategie nebo mediální kampaně každou v hodnotě minimálně 350 000,- Kč bez DPH,**

Účastník prokazuje technickou kvalifikaci předložením čestného prohlášení, a to výlučně na formuláři, který je přílohou č. 2 k ZD. V čestném prohlášení musí být u každé referenční zakázky uveden její název, popř. její výstižné označení, platné kontaktní údaje na objednatele pro možnost ověření referencí a popis prací (předmětu veřejné zakázky), ze kterého musí jednoznačně vyplývat splnění kvalifikačních kritérií podle tohoto bodu (7.4).

- b) Zadavatel požaduje, aby byly určeny osoby odpovědné za jednotlivá plnění předmětu veřejné zakázky. Zadavatel požaduje, aby dodavatel disponoval realizačním týmem složeným minimálně z následujících odborných osob splňujících následující požadavky zadavatele:

b.1 - Supervisor:

- Pozice - vedoucí realizačního týmu,
- Středoškolské vzdělání ukončené maturitní zkouškou,
- 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici.

b.2 - Strategic planner:

- Pozice - zpracovatel komunikačních strategií,
- Středoškolské vzdělání ukončené maturitní zkouškou,
- 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici.

b.3 - PR manager:

- Pozice - zpracovatel návrhů PR strategie, konzultace aktivit s dopadem na medializaci, návrh textové podoby PR materiálů, sestavení medialistu, krizová komunikace,
- Středoškolské vzdělání ukončené maturitní zkouškou,
- 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici.

b.4 - Web designer:

- Pozice - vyhodnocování návštěvnosti webových stránek, poradenská analýza uživatelského chování návštěvníků webu, návrhy na rozvoj webových stránek a sociálních sítí,
- Střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou,
- 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici.

b.5 - Media planner

- Pozice - zpracovatel media plánů a výběru médií, rozložení reklamního rozpočtu do různých typů nosičů reklamy, doporučování jednotlivých typů médií, poskytování přehledů a cenové kalkulace dostupných médií,
- Středoškolské vzdělání ukončené maturitní zkouškou,
- 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici.

Účastník zadávacího řízení prokazuje technickou kvalifikaci dle bodu b) předložením čestného prohlášení o splnění technické kvalifikace - seznam odborníků (příloha č. 2 k této ZD), který bude obsahovat: jméno a příjmení všech členů realizačního týmu (ve výše uvedeném složení), dosažené vzdělání, délku praxe a popis zkušeností na požadované pozici, informaci, zda jde o zaměstnance účastníka nebo osoby v jiném vztahu k účastníkovi, včetně kopií strukturovaných životopisů výše uvedených odborníků v souladu s požadavky na technickou kvalifikaci v odst. 7.4 písm. b).

7.5 Prokázání kvalifikace jiným způsobem

Splnění kvalifikačních předpokladů může účastník prokázat také předložením **výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů**. Předloží-li dodavatel zadavateli výpis ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů, tento výpis nahrazuje doklad prokazující:

a) profesní způsobilost v tom rozsahu, v jakém údaje ve výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů prokazují splnění kritérií profesní způsobilosti, a

b) základní způsobilost.

Výpis ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů **nesmí být starší než 3 měsíce**, ke dni ke kterému má být prokázána základní způsobilost nebo profesní způsobilost, tzn. ke konci lhůty pro podání nabídek.

Stejně jako výpisem ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů může dodavatel prokázat kvalifikaci **předložením platného certifikátu vydaného v rámci systému certifikovaných dodavatelů**. Má se za to, že dodavatel je kvalifikovaný v rozsahu uvedeném na certifikátu.

Dodavatel může prokázat kvalifikaci **osvědčením, které pochází z jiného členského státu, v němž má dodavatel sídlo**, a které je buď obdobou výpisu ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů, nebo obdobou certifikátu vydaného v rámci systému certifikovaných dodavatelů.

7.6 Zvláštní způsoby prokazování kvalifikace

7.6.1 Kvalifikace v případě společné účasti dodavatelů

V případě společné účasti dodavatelů prokazuje základní způsobilost a profesní způsobilost každý dodavatel samostatně.

7.6.2 Prokázání kvalifikace prostřednictvím jiných osob

Dodavatel může prokázat určitou část technické kvalifikace nebo profesní způsobilosti požadované zadavatelem prostřednictvím jiných osob, s výjimkou a profesní způsobilosti ve vztahu k České

republiky předložením výpisu z obchodního rejstříku nebo jiné obdobné evidence, pokud jiný právní předpis zápis do takové evidence vyžaduje. Dodavatel je v takovém případě povinen zadavateli předložit:

- a) doklady prokazující splnění profesní způsobilosti podle čl. 7 odst. 7.3 ZD,
- b) doklady prokazující splnění chybějící části kvalifikace prostřednictvím jiné osoby,
- c) doklady o splnění základní způsobilosti podle čl. 7 odst. 7.2 ZD a
- d) smlouvu nebo jinou osobou podepsané potvrzení o její existenci, jejímž obsahem je závazek jiné osoby k poskytnutí plnění určeného k plnění veřejné zakázky nebo k poskytnutí věcí nebo práv, s nimiž bude dodavatel oprávněn disponovat při plnění veřejné zakázky, a to alespoň v rozsahu, v jakém jiná osoba prokázala kvalifikaci za dodavatele.

Prokazuje-li dodavatel prostřednictvím jiné osoby kvalifikaci a předkládá doklady podle čl. 7 odst. 7.4 ZD vztahující se k takové osobě, musí ze smlouvy nebo potvrzení o její existenci podle písm. d) vyplývat závazek, že jiná osoba bude vykonávat stavební práce či služby, ke kterým se prokazované kritérium kvalifikace vztahuje.

Má se za to, že požadavek podle písm. d) je splněn, pokud z obsahu smlouvy nebo potvrzení o její existenci podle písm. d) vyplývá závazek jiné osoby plnit veřejnou zakázku společně a nerozdílně s dodavatelem; to neplatí, pokud smlouva nebo potvrzení o její existenci musí splňovat požadavky podle předchozího odstavce.

7.7 Pravost a stáří dokladů prokazujících splnění kvalifikace

V případě základní způsobilosti dle čl. 7 odst. 7.2 nebo profesní způsobilosti podle čl. 7 odst. 7.3 musí doklady předložené k prokázání těchto kvalifikačních požadavků prokazovat splnění požadovaného kritéria způsobilosti nejpozději v době 3 měsíců přede dnem zahájení výběrové řízení. Veškeré doklady prokazující splnění kvalifikačních požadavků lze nahradit písemným čestným prohlášením výlučně na formuláři, který je přílohou č. 2 ZD. **Vybraný dodavatel dokládá originály dokumentů či úředně ověřené kopie dokumentů před podpisem smlouvy.**

8. NABÍDKA ÚČASTNÍKA

8.1 Pojem nabídka

Nabídkou se rozumí údaje nebo doklady, které dodavatel podal písemně zadavateli na základě ZD, zejména návrh smlouvy a další zadavatelem požadované dokumenty a doklady, kterými účastník prokazuje kvalifikaci.

Dodavatel může podat pouze jednu nabídku.

Účastník, který podá nabídku, nesmí být současně poddodavatelem, jehož prostřednictvím jiný účastník v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci. Pokud účastník podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími účastníky řízení, nebo je uváděn jako poddodavatel, jehož prostřednictvím jiný účastník v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci, zadavatel účastníka vyloučí.

Zadavatel požaduje, aby účastník prokázal čestným prohlášením, že není dodavatelem ve smyslu nařízení Rady EU č. 2022/576, a to výlučně na formuláři (písenném čestném prohlášením), který je přílohou č. 2 ZD.

Účastník ve své nabídce předloží vzorový návrh na zpracování marketingové strategie (dále také jen „vzorová strategie“) **na téma „Sokolov - zelené město“**. Cílem zpracování této vzorové strategie je prezentovat město Sokolov jako zelené město. Vzorová strategie bude zahrnovat analytickou část a návrhovou část.

Požadavky na analytickou část:

- a) Návrh analýzy současné komunikace města. *(Využití relevantních, aktuálních zdrojů informací vedoucích k tvorbě návrhu na analýzu současné komunikace města; Postup pro vyhodnocení získaných dat; Zkušenosti s obdobným návrhem analýzy současné komunikace pro velkou instituci – zadavatel preferuje městský/krajský úřad nebo jinou veřejnou instituci),*
- b) Návrh identifikace cílových skupin. *(Využití relevantních, aktuálních zdrojů informací vedoucích k tvorbě návrhu na identifikaci cílových skupin; Postup pro vyhodnocení získaných dat; Zkušenosti s obdobným návrhem na identifikaci cílových skupin pro velkou instituci – zadavatel preferuje městský/krajský úřad nebo jinou veřejnou instituci),*
- c) Návrh průzkumu potřeb stávajících obyvatel. *(Využití relevantních, aktuálních zdrojů informací vedoucích k tvorbě návrhu na průzkum potřeb stávajících obyvatel; Postup pro vyhodnocení získaných dat; Zkušenosti s obdobným návrhem na průzkum potřeb stávajících obyvatel pro velkou instituci – zadavatel preferuje městský/krajský úřad nebo jinou veřejnou instituci).*

Požadavky na návrhovou část:

- d) Prezentace přírodních ploch.
- e) Podpora volnočasových akcí konaných v přírodě.
- f) Zvýšení povědomí stávajících obyvatel o možnostech, které Sokolov jako zelené město nabízí.
- g) Zvýšení povědomí potenciálních obyvatel o možnostech, které Sokolov jako zelené město nabízí.
- h) Formulace klíčových sdělení.
- i) Návrh komunikačních nástrojů a kampaní.
- j) Určení kanálů, které nejlépe osloví cílové skupiny (např. sociální média, emaily, reklamy atd.).
- k) Rozpis marketingových aktivit a časová osa realizace.
- l) Návrh metod pro sledování a měření dopadu komunikace.

Vzorová strategie bude podkladem k hodnocení nabídek účastníků na základě hodnotících kritérií popsanych v odst. 9.3.2 ZD.

8.2 Forma a podoba nabídky

Nabídka musí být ve formátu *pdf nebo *docx, nebo v jednom z otevřených/ekvivalentních formátů.

Zadavatel nepožaduje podepsání nabídky a dalších dokumentů elektronickým podpisem, úkon učiněný prostřednictvím elektronického nástroje považuje za podepsaný. Zájemce podáním nabídky na tuto výzvu projevuje bezvýhradný souhlas s těmito podmínkami.

8.3 Obsah vlastní nabídky

Nabídka musí obsahovat:

1. Vyplněný krycí list nabídky na formuláři, který je přílohou č. 1 ZD.
2. **Doklady prokazující splnění požadavků na způsobilost a kvalifikaci** podle čl. 7, zejména čestné prohlášení o prokázání technické kvalifikace, které je přílohou č. 2 ZD, včetně **kopíí strukturovaných životopisů** uvedených odborníků v souladu s požadavky na technickou kvalifikaci v odst. 7.4 písm. b).
3. **Návrh smlouvy na veřejnou zakázku** splňující podmínky podle čl. 4 zadávací dokumentace.
4. **Vzorový návrh na zpracování marketingové strategie na téma „Sokolov - zelené město“**, obsahující analytickou i návrhovou část.
5. Případné další přílohy.

8.4 Nabídková cena

Nabídková cena musí být v návrhu smlouvy na veřejnou zakázku a v krycím listu uvedena v Kč a v následujícím členění:

- **cena za vytvoření marketingové strategie** ucelené propagace zadavatele na období let 2025 až 2029 v Kč bez DPH,
- **cena za poskytování poradenství** za 1 ukončenou hodinu práce pro zadavatele v Kč bez DPH.
- vyčíslení DPH (z ceny bez DPH).

Celková nabídková cena je cenou nejvýše přípustnou se zápočtem veškerých nákladů, rizik, zisku a finančních vlivů (např. inflace) po celou dobu realizace zakázky v souladu s podmínkami uvedenými v ZD.

Při stanovení ceny za poskytování poradenství za 1 ukončenou hodinu práce pro zadavatele účastník zohlední že:

- Poradenství bude poskytováno na základě dílčích smluv o poskytnutí poradenství.
- Počet uzavíraných dílčích smluv o poskytnutí poradenství je neomezený.
- Celková cena poskytnutí poradenství podle těchto smluv však nesmí přesáhnout částku 50 000,- Kč bez DPH.
- **Nabídková cena za 1 ukončenou hodinu poradenství pro zadavatele nesmí překročit limit 1 500,- Kč bez DPH. Účastník, jehož nabídková cena za 1 ukončenou hodinu poradenství pro zadavatele, překročí maximální limit uvedený v předchozí větě, bude z výběrového řízení vyloučen.**

8.5 Lhůta pro podání nabídky

Lhůta pro podání nabídek, která je zároveň lhůtou pro prokázání splnění kvalifikace, skončí:

dne 10. 07. 2024 v 8:30 hodin.

8.6 Zadávací lhůta

Zadávací lhůta, po kterou účastník nesmí z výběrového řízení odstoupit, činí 90 dní. Počátkem zadávací lhůty je konec lhůty pro podání nabídek.

9. OTEVÍRÁNÍ, POSOUZENÍ A HODNOCENÍ NABÍDEK

9.1 Otevírání nabídek

Otevírání nabídek proběhne po uplynutí lhůty pro podání nabídek, a to zpřístupněním jejich obsahu zadavateli.

9.2 Posouzení nabídek

Nabídky bude posuzovat komise pověřená zadavatelem. V rámci posouzení může komise vyzvat účastníka k doplnění nebo objasnění nabídky. Lhůta pro doplnění nebo objasnění nabídky činí 3 pracovní dny (není-li výslovně uvedeno jinak) od doručení výzvy účastníkovi prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK. Pokud účastník ve stanovené lhůtě nedoplní nebo neobjasní nabídku, zadavatel jej může vyloučit.

9.3 Hodnocení nabídek

Nabídky bude hodnotit komise pověřená zadavatelem.

Otevírání nabídek, jejich posouzení a hodnocení je neveřejné.

Podané nabídky budou hodnoceny dle jejich ekonomické výhodnosti v níže uvedených dílčích kritériích:

Hodnotící kritérium	Váha
Nabídková cena za vytvoření marketingové strategie	60%
Kvalita vzorového návrhu na zpracování marketingové strategie na téma „Sokolov - zelené město“	40%

Nejvýhodnější nabídkou je ta, která získá nejvyšší celkový počet bodů, tj. součet bodových ohodnocení získaných v hodnotících kritériích vynásobených vahou příslušného kritéria.

9.3.1 Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Nabídková cena:

Nabídkovou cenou se rozumí cena za vytvoření marketingové strategie ucelené propagace zadavatele na období let 2025 až 2029. Nabídková cena bude hodnocena dle následujícího vzorce:

$$B = 100 \times C_{\min}/C,$$

kde

*C je hodnocená nabídková cena za vytvoření marketingové strategie,
Cmin je nejnižší podaná nabídková cena za vytvoření marketingové strategie a
B je dosažený počet bodů pro hodnocenou nabídku.*

Nabídková cena za poskytování poradenství za 1 ukončenou hodinu práce pro zadavatele v Kč bez DPH nepodléhá hodnocení.

9.3.2 Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Kvalita vzorového návrhu na zpracování marketingové strategie na téma „Sokolov - zelené město“:

Předmětem hodnocení bude předložený vzorový návrh na zpracování marketingové strategie na téma „Sokolov - zelené město“. Rozsah návrhu není omezen. Minimální požadavky na rozsah návrh jsou uvedeny v odst. 8.1 ZD.

Dodavatel může v tomto kritériu hodnocení získat maximálně 100 dílčích bodů. Rozsah možného bodového hodnocení je uveden u každého subkritéria hodnocení níže. Jako nejlépe hodnocená bude nabídka, která získá nejvyšší celkový počet dílčích bodů v rámci jednotlivých subkritérií. Dosažený počet bodů bude dále násoben vahou tohoto kritéria.

9.3.2.1 Návrh na analýzu současné komunikace města

Analýza současné komunikace města je klíčová pro pochopení aktuální situace a pro identifikaci oblastí, které je třeba zlepšit. Účelem této analýzy je zjistit, jak efektivně město Sokolov komunikuje s veřejností, identifikovat silné a slabé stránky současné komunikace a navrhnout konkrétní kroky pro její zlepšení. Z návrhu na analýzu současné komunikace města chceme zjistit, jakým způsobem by dodavatel postupoval při řešení tohoto úkolu v praxi.

Zadavatel bude v souvislosti s výše uvedeným hodnotit:

DÍLČÍ SUBKRITÉRIUM	VYSOKÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	DOBŘÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	NEUTRÁLNÍ ODBORNÁ ÚROVEŇ
Využití relevantních, aktuálních zdrojů informací vedoucích k tvorbě návrhu na analýzu současné komunikace města	9	5	1
Postup pro vyhodnocení získaných dat	8	4	1
Zkušenosti s obdobným návrhem analýzu současné komunikace pro velkou instituci – zadavatel preferuje městský/krajský úřad nebo jinou veřejnou instituci	8	3	1
Maximální možný počet bodů získaných	25		

v subkritérií	
---------------	--

9.3.2.2 Návrh na identifikaci cílových skupin

Identifikace cílových skupin nám umožní lépe konkretizovat jednotlivá sdělení pro specifické skupiny obyvatel a přizpůsobit obsah tak, aby pro ně byl relevantní a přínosný. Z návrhu na identifikaci cílových skupin musí být patrné, jakým způsobem by dodavatel v tomto případě postupoval, aby dokázal tyto cílové skupiny určit.

Zadavatel bude v souvislosti s výše uvedeným hodnotit:

DÍLČÍ SUBKRITÉRIUM	VYSOKÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	DOBŘÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	NEUTRÁLNÍ ODBORNÁ ÚROVEŇ
Využití relevantních, aktuálních zdrojů informací vedoucích k tvorbě návrhu na identifikaci cílových skupin	9	5	1
Postup pro vyhodnocení získaných dat	8	4	1
Zkušenosti s obdobným návrhem na identifikaci cílových skupin pro velkou instituci – zadavatel preferuje městský/krajský úřad nebo jinou veřejnou instituci	8	3	1
Maximální možný počet bodů získaných v subkritérií	25		

9.3.2.3 Návrh na průzkum potřeb stávajících obyvatel

Průzkum potřeb stávajících obyvatel je zásadní pro zajištění, že marketingová strategie bude vycházet z reálných potřeb a očekávání obyvatel města Sokolov. Tento průzkum nám umožní získat informace o tom, co obyvatelé města skutečně potřebují a jaké jsou jejich preference. Z návrhu na průzkum potřeb stávajících obyvatel musí být patrné, jakým způsobem by dodavatel postupoval k získání potřebných informací.

Zadavatel bude v souvislosti s výše uvedeným hodnotit:

DÍLČÍ SUBKRITÉRIUM	VYSOKÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	DOBŘÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	NEUTRÁLNÍ ODBORNÁ ÚROVEŇ
Využití relevantních, aktuálních zdrojů	9	5	1

informací vedoucích k tvorbě návrhu na průzkum potřeb stávajících obyvatel			
Postup pro vyhodnocení získaných dat	8	4	1
Zkušenosti s obdobným návrhem na průzkum potřeb stávajících obyvatel pro velkou instituci – zadavatel preferuje městský/krajský úřad nebo jinou veřejnou instituci	8	3	1
Maximální možný počet bodů získaných v subkritérií	25		

9.3.2.4 Vytvoření návrhu marketingové strategie na téma: Sokolov – Zelené město

Cílem zadavatele v této části je:

- Presentace přírodních ploch.
- Podpora volnočasových akcí konaných v přírodě.
- Zvýšení povědomí stávajících obyvatel o možnostech, které Sokolov jako zelené město nabízí.
- Zvýšení povědomí potenciálních obyvatel o možnostech, které Sokolov jako zelené město nabízí.
- Formulace klíčových sdělení.
- Návrh komunikačních nástrojů a kampaní.
- Určení kanálů, které nejlépe osloví cílové skupiny (např. sociální média, emaily, reklamy atd.).
- Rozpis marketingových aktivit a časová osa realizace.
- Návrh metod pro sledování a měření dopadu komunikace.

Zadavatel bude v souvislosti s výše uvedeným hodnotit:

DÍLČÍ SUBKRITÉRIUM	VYSOKÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	DOBŘÁ ODBORNÁ ÚROVEŇ	NEUTRÁLNÍ ODBORNÁ ÚROVEŇ
Využití relevantních, aktuálních zdrojů informací vedoucích k tvorbě návrhu marketingové strategie	6	3	1
Návrh strategických analýz, které budou využívány pro tvorbu marketingové strategie	5	3	1
Kreativní a odborné	5	3	1

zpracování návrhu postupu tvorby marketingové strategie			
Volba marketingových nástrojů, které budou využívány při tvorbě marketingové strategie	5	2	1
Zkušenosti s obdobným návrhem marketingové strategie pro velkou instituci – zadavatel preferuje VŠ nebo alespoň fakultu, či jinou veřejnou instituci	4	2	1
Maximální možný počet bodů získaných v subkritérii	25		

9.3.2.5 Každé dílčí subkritérium bude ohodnoceno v souladu s níže uvedeným popisem hodnotící stupnice:

Vysoká odborná úroveň	Obsahová stránka návrhu v rámci příslušného dílčího subkritéria je zpracována zcela bez výhrad, přičemž informace v ní uvedené maximálně naplňují požadavky zadavatele a svědčí o významných zkušenostech a vysoké kvalitě účastníka. Návrh v dílčím hodnotícím kritériu tak může přispět k maximálnímu naplnění příslušného účelu veřejné zakázky, přičemž je možné konstatovat, že maximálního naplnění účelu veřejné zakázky bude i v případě realizace veřejné zakázky účastníkem reálně dosaženo.
Dobrá odborná úroveň	Obsahová stránka návrhu v rámci příslušného dílčího subkritéria je zpracována s drobnými výhradami, přičemž informace v ní uvedené částečně naplňují požadavky zadavatele a svědčí o menších zkušenostech a průměrné kvalitě účastníka v daném dílčím subkritériu. Návrh v dílčím hodnotícím kritériu tak může přispět k částečnému naplnění příslušného účelu veřejné zakázky v daném dílčím subkritériu, přičemž toto je možné konstatovat i z pohledu naplnění účelu veřejné zakázky v případě její realizace účastníkem.
Neutrální odborná úroveň	Obsahová stránka návrhu v rámci příslušného dílčího subkritéria je zpracována s většími výhradami, přičemž informace v ní uvedené přímo neodpovídají představě zadavatele a svědčí o velmi malých zkušenostech a kvalitě účastníka v daném dílčím subkritériu. Návrh v dílčím hodnotícím kritériu tak přispěje pouze

	<p>k minimálnímu naplnění příslušného účelu veřejné zakázky v daném dílčím subkritériu, přičemž toto je možné konstatovat i z pohledu naplnění účelu veřejné zakázky v případě její realizace účastníkem. Odbornou úroveň účastníka tak nelze považovat ani za vysokou, ani za dobrou. Neutrální hodnocení je udělováno rovněž v těch případech, kdy: účastník nepředložil popis příslušné části návrhu příp. se obsahová stránka návrhu nevztahuje k příslušnému dílčímu subkritériu, informace přitom nelze vyčíst ani z jiných dokumentů.</p>
--	--

10. VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍCH PODMÍNEK

Dodavatel je oprávněn požadovat vysvětlení ZD, a to prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK. Žádost je nutno doručit ve lhůtě 4 pracovních dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek. V opačném případě si zadavatel vyhrazuje právo žádost o vysvětlení ZD nevyřizovat.

Vysvětlení ZD zadavatel uveřejní do 3 pracovních dnů od obdržení žádosti o vysvětlení ZD na profilu zadavatele.

Zadavatel může ZD vysvětlit i bez žádosti dodavatele.

11. OSTATNÍ PODMÍNKY ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

11.1 Vyloučení variantních řešení

Zadavatel nepřipouští varianty nabídky.

11.2 Obchodní tajemství

Pokud účastník považuje část své nabídky za obchodní tajemství, splňující znaky podle ust. § 504 občanského zákoníku, které nemá být uveřejněno v rámci plnění povinnosti zadavatele spočívající v uveřejňování smlouvy na veřejnou zakázku vč. všech jejích příloh, změn a dodatků, je povinen tuto skutečnost ve svojí nabídce výslovně uvést, příslušnou část nabídky jednoznačně a srozumitelně označit a svůj požadavek na neuveřejnění obchodního tajemství řádně odůvodnit.

11.3 Konkrétní názvy výrobků

V případě, kdy jsou v ZD vč. jejích příloh specifikovány jako příklad konkrétní materiály a výrobky, jedná se o vzorové, ale nikoli jediné zadavatelem požadované řešení. Uvedené materiály a výrobky je proto možné nahradit ekvivalenty, jejichž vlastnosti a technické parametry bude možné doložitelným způsobem hodnotit jako srovnatelné úrovně (nebo vyšší) se vzory navrženými v ZD. Je-li tedy v ZD definován konkrétní výrobek (nebo technologie), má se za to, že je tím definován minimální požadovaný standard a účastník může nabídnout obdobné výrobky (nebo technologie) ve stejné nebo vyšší kvalitě (alternativní výrobky). V tomto případě musí účastník doložit srovnatelné vlastnosti těchto výrobků příslušnými doklady. Jejich výčet s popisem technických parametrů přiloží do své nabídky.

11.4 Další práva zadavatele

Zadavatel si vyhrazuje právo:

- a) odmítnout všechny předložené nabídky a neuzavřít smlouvu na veřejnou zakázku s žádným účastníkem,
- b) žádat vysvětlení od účastníka v případě nejasnosti nabídky,
- c) výběrové řízení zrušit bez udání důvodu,
- d) výběrové řízení zrušit, pokud po uplynutí lhůty pro podání nabídek není ve výběrovém řízení žádný účastník,
- e) výběrové řízení zrušit, pokud je v řízení pouze jediný účastník,
- f) výběrové řízení zrušit, pokud jediný účastník, jehož nabídka byla vyhodnocena jako ekonomicky nejvýhodnější, odmítne uzavřít smlouvu na veřejnou zakázku,
- g) výběrové řízení zrušit, pokud zadavatel vyloučí ze zadávacího řízení účastníky, kteří předloží první tři ekonomicky nejvýhodnější nabídky,
- h) vyloučit účastníka, jehož nabídka nesplňuje podmínky ZD,
- i) vyloučit účastníka, který se dopustil v posledních 3 letech před zahájením řízení o zadání veřejné zakázky závažných nebo dlouhodobých pochybení při plnění jiné veřejné zakázky pro zadavatele nebo jiného veřejného zadavatele, která vedla ke vzniku škody, předčasnému ukončení smlouvy na veřejnou zakázku nebo jiným srovnatelným sankcím,
- j) vyloučit účastníka, který zadavateli neposkytl dostatečnou součinnost vedoucí k uzavření smlouvy na veřejnou zakázku nebo mu nepředložil požadované doklady před podpisem smlouvy na veřejnou zakázku,
- k) vyloučit účastníka, pokud na žádost zadavatele neobjasní nebo nedoplní nabídku,
- l) před rozhodnutím o výběru dodavatele si ověřit informace uváděné dodavatelem v nabídce u třetích osob a dodavatel je povinen mu k tomu poskytnout potřebnou součinnost,
- m) vyžádat si před uzavřením smlouvy na veřejnou zakázku od vybraného dodavatele předložení originálů nebo ověřených kopií dokladů o kvalifikaci, pokud již nebyly v řízení o zadání veřejné zakázky předloženy,
- n) změnit či doplnit zadávací podmínky.

11.5 Náklady na účast

Náklady na účast ve výběrovém řízení nese účastník.

11.6 Uzavření smlouvy

Vybraný dodavatel je povinen poskytnout zadavateli nezbytnou součinnost k uzavření smlouvy na veřejnou zakázku tak, aby byla smlouva uzavřena bez zbytečného odkladu. Odmítne-li vybraný dodavatel uzavřít se zadavatelem smlouvu nebo neposkytne-li k uzavření nezbytnou součinnost, může zadavatel vybraného dodavatele ze zadávacího řízení vyloučit a uzavřít smlouvu s dodavatelem, který se umístil jako druhý v pořadí. Odmítne-li dodavatel druhý v pořadí uzavřít se zadavatelem smlouvu nebo neposkytne-li součinnost k jejímu uzavření, může zadavatel tohoto dodavatele ze zadávacího řízení vyloučit a uzavřít smlouvu s dodavatelem, který se umístil jako třetí v pořadí.

12. Seznam příloh

1. Krycí list nabídky
2. Čestné prohlášení k prokázání kvalifikace
3. Návrh smlouvy na veřejnou zakázku
4. Kontext vzniku strategie

V Sokolově

<u>Zadavatel:</u> MĚSTO SOKOLOV Rokycanova 1929 356 01 Sokolov	<u>Podpis:</u> Ing. Kateřina Klepáčková, vedoucí odboru rozvoje města Městského úřadu Sokolov
--	--