



EVROPSKÁ UNIE
AZYLOVÝ, MIGRAČNÍ A INTEGRAČNÍ FOND



MINISTERSTVO VNITRA
ČESKÉ REPUBLIKY

Příloha Výzvy k podání nabídek na veřejnou zakázku malého rozsahu s názvem Nákup mediálního prostoru pro komunikační kampaň projektu „Spolu v našem kraji“

Zadávací dokumentace na veřejnou zakázku malého rozsahu:

**Nákup mediálního prostoru pro komunikační kampaň projektu
„Spolu v našem kraji“**

Zadávací dokumentace (dále též jen „ZD“) je zpracována jako podklad pro podání nabídek dodavatelů v rámci výběrového řízení na veřejnou zakázku malého rozsahu zadávanou podle § 6 a § 31 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“) a dle směrnice 50/INA-VOK Zadávání veřejných zakázek.

Na zpracování zadávacích podmínek se podílely tyto osoby odlišné od zadavatele:

NICE.film s.r.o., IČO 07974 540, se sídlem Pernerova 378/31, Karlín, 186 00 Praha 8	Příloha č. 1 – Media Brief pro komunikační kampaň projektu „Spolu v našem kraji“ Příloha č. 3 – Parametry pro media
--	---

Podáním nabídky ve výběrovém řízení přijímá dodavatel plně a bez výhrad zadávací podmínky obsažené v ZD včetně všech příloh a případných dodatků k ZD. Předpokládá se, že dodavatel před podáním nabídky pečlivě prostuduje všechny pokyny, podmínky, termíny a specifikace obsažené v ZD a bude se jimi řídit. Údaje uvedené v ZD vymezují závazné požadavky zadavatele na plnění veřejné zakázky. Těmito požadavky je dodavatel povinen se řídit při zpracování nabídky a předkládání dokladů k prokázání kvalifikace.

1. Údaje o zadavateli

Název: **Jihomoravský kraj**
Zastoupený: Ing. Ivo Minaříkem, MPA, vedoucím odboru regionálního rozvoje
Krajského úřadu Jihomoravského kraje
Sídlo: Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Právní forma: územně samosprávný celek – kraj
IČO: 708 88 337
DIČ: CZ70888337
Kontaktní osoby: Bc. Alena Krejčí, DiS., referentka oddělení strategického rozvoje
odboru regionálního rozvoje Krajského úřadu Jihomoravského kraje
Telefon: 541 651 374
E-mail: krejci.alena@jmk.cz

(dále jen „zadavatel“)

2. Odpovědné zadávání

- 2.1. Zadavatel si uvědomuje odpovědnost za dopad svých veřejných zakázek na společnost, životní prostředí a trh a soustředí se v rámci svých nákupů na získávání nejlepší hodnoty za peníze zohledňující kromě ekonomických ukazatelů i ukazatele společenské a environmentální. Již v roce 2014 se zadavatel přihlásil ke strategickému a odpovědnému přístupu k veřejným zakázkám.
- 2.2. Zadavatel ve smlouvě zaváže vybraného dodavatele k plnění veřejné zakázky s minimalizací dopadu na životní prostředí.

3. Předmět veřejné zakázky

- 3.1. Zakázka je realizována v rámci projektu „Spolu v našem kraji“ reg. č. projektu AMIF/22/04, spolufinancovaného Evropskou unií v rámci Národního programu Azylového, migračního a integračního fondu a Ministerstva vnitra České republiky (dále jen „Projekt“). Cílem Projektu

je podpora mediálních a informačních aktivit vedoucích k vyšší informovanosti společnosti o integraci cizinců v Jihomoravském kraji, podpora otevřenosti společnosti, vzájemné komunikace a aktivit propojujících cizince a většinovou společnost.

- 3.2. Předmětem veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru pro komunikační kampaň Projektu. Předmět veřejné zakázky je blíže specifikován v příloze č. 1 této ZD - Media Briefu pro komunikační kampaň Projektu a v příloze č. 4 této ZD - obchodních podmínkách.

4. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky

- 4.1. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky činí **780 000 Kč bez DPH** a s ohledem na prostředky zadavatele je ve vztahu k nabídkové ceně zároveň cenou pevnou, neměnnou a nepřekročitelnou, která je pro všechny účastníky výběrového řízení závazná. Zadavatel bude hodnotit pouze kvalitu nabízeného plnění.
- 4.2. Předpokládanou hodnotu zadavatel dále rozčlenil mezi požadované mediatypy níže uvedeným způsobem:

Zadavatelem požadované mediatypy	Předpokládaná hodnota pro daný mediatyp
VIDEO OBSAH ON-LINE	300 000,- Kč bez DPH
STATISTICKÝ OBSAH ON-LINE (Facebook, Instagram)	150 000,- Kč bez DPH
STATISTICKÝ OBSAH ON-LINE (Google.cz, Seznam.cz)	100 000,- Kč bez DPH
Rádia a podcasty	50 000,- Kč bez DPH
TISK OFF/ON-LINE	80 000,- Kč bez DPH
OOH	100 000,- Kč bez DPH

Vyšší nabídková cena celé zakázky či nedodržení rozvržení jednotlivých částí je pro zadavatele z důvodu omezeného množství finančních prostředků neakceptovatelné a takové nabídky budou **vyloučeny** z výběrového řízení z důvodu nesplnění zadávacích podmínek.

- 4.3. Předpokládaná hodnota a její rozčlenění je stanoveno Media Briefem pro komunikační kampaň Projektu, který tvoří přílohu č. 1 této ZD. Vytvoření Media Briefu pro komunikační kampaň bylo předmětem předcházející nadlimitní veřejné zakázky zadavatele s názvem „Komunikační kampaň projektu „Spolu v našem kraji“. Zadavatel je za dodržení podmínek ust. § 18 odst. 3 Zákona oprávněn zadat tuto navazující veřejnou zakázku v režimu veřejné zakázky malého rozsahu.

5. Lhůta plnění veřejné zakázky

- 5.1. Plnění veřejné zakázky bude zahájeno bezprostředně po účinnosti smlouvy a ukončeno **31.12.2022**.

6. Místo plnění

- 6.1. Místem plnění jednotlivých součástí veřejné zakázky je sídlo dodavatele, sídlo zadavatele a území Jihomoravského kraje.

7. Požadavky na kvalifikaci

7.1. Kvalifikovaným pro plnění této veřejné zakázky je dodavatel, který splní základní způsobilost, profesní způsobilost a technickou kvalifikaci dle čl. 7.3. ZD.

7.2. Základní způsobilost a profesní způsobilost:

Dodavatel prokáže splnění podmínek základní a profesní způsobilosti níže uvedeným způsobem:

- a) předložením výpisu z obchodního rejstříku, pokud je v něm dodavatel zapsán nebo výpisu z jiné obdobné evidence, pokud je v ní dodavatel zapsán, v prosté kopii, přičemž tento výpis nesmí být k poslednímu dni lhůty pro podání nabídek starší 90 kalendářních dnů,
- b) předložením dokladu prokazujícího oprávnění k podnikání v rozsahu odpovídajícímu předmětu veřejné zakázky (např. *reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení*) v prosté kopii (takovým dokladem se rozumí zejména doklad o oprávnění provozovat živnost podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky),
- c) předložením podepsaného čestného prohlášení, jenž je součástí Formuláře nabídky, která tvoří přílohu č. 2 této zadávací dokumentace, v němž dodavatel osvědčí splnění základní způsobilosti.

7.3. Technická kvalifikace:

Dodavatel prokáže splnění technické kvalifikace předložením následujících dokladů:

- a) předložením seznamu významných služeb za poslední 3 roky před zahájením zadávacího řízení včetně uvedení ceny a doby jejich poskytnutí a identifikace objednatele. Seznam významných služeb bude obsahovat alespoň 3 významné služby, jejichž předmětem byl nákup reklamního prostoru v médiích a vyhodnocení efektivity jednotlivých kampaní, přičemž finanční plnění každé významné služby nesmí činit méně než 200.000 Kč bez DPH. Seznam významných služeb dodavatel uvede do Formuláře nabídky, jež je součástí přílohy č. 2 ZD.

Pro posouzení rozhodného období poskytnutí významné služby je podstatný termín dokončení. V případě, že termín dokončení služby nebude spadat do období 3 let před zahájením výběrového řízení, má se za to, že služba nebyla poskytnuta v rozhodném období. Z uvedeného též vyplývá, že se musí jednat o významnou službu, jejíž plnění bylo dokončeno.

7.4. Dodavatel, který nesplní kvalifikaci v požadovaném rozsahu, bude zadavatelem **vyloučen** z účasti ve výběrovém řízení.

8. Obchodní podmínky, včetně platebních podmínek

8.1. Obchodní podmínky plnění veřejné zakázky včetně platebních podmínek tvoří přílohu č. 4 této zadávací dokumentace.

8.2. Obchodní podmínky je účastník povinen akceptovat jako závazný text návrhu na uzavření smlouvy na realizaci veřejné zakázky dle ZD. Obsah obchodních podmínek bude před uzavřením smlouvy s vybraným dodavatelem doplněn pouze v těch částech, kde to vyplývá z jejich textu nebo ze ZD, vybraný dodavatel není oprávněn provádět jiné obsahové změny.

8.3. Návrh smlouvy není součástí nabídky účastníka. Součástí nabídky účastníka je pouze prohlášení, že účastník akceptuje obchodní a veškeré další podmínky plnění veřejné zakázky a že v případě,

že bude vybrán k uzavření smlouvy na veřejnou zakázku, jimi bude vázán. Toto prohlášení je součástí Formuláře nabídky (příloha č. 2 ZD). Návrh smlouvy předkládá až vybraný dodavatel v rámci součinnosti před podpisem smlouvy.

- 8.4. Podává-li nabídku více dodavatelů společně, zadavatel požaduje, aby tito dodavatelé byli vůči zadavateli a třetím osobám z jakýchkoliv právních vztahů vzniklých v souvislosti s veřejnou zakázkou zavázáni společně a nerozdílně, a to po celou dobu plnění veřejné zakázky i po dobu trvání jiných závazků vyplývajících z veřejné zakázky. Tento závazek je obsažen v obchodních podmínkách veřejné zakázky a společní dodavatelé podpisem návrhu na uzavření smlouvy na plnění veřejné zakázky tak s tímto požadavkem souhlasí.

9. Požadavky na zpracování nabídky

- 9.1. Účastník může podat pouze jednu nabídku. Pokud účastník podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími účastníky, nebo podal nabídku a současně je osobou, jejímž prostřednictvím jiný účastník v tomto výběrovém řízení prokazuje kvalifikaci, zadavatel tohoto účastníka může **vyloučit** ze zadávacího řízení.
- 9.2. Nabídka musí být podána v písemné formě v českém jazyce v elektronické podobě a musí být podepsána dodavatelem či osobou oprávněnou zastupovat dodavatele.
- 9.3. Nabídka bude obsahovat:
- a) Formulář nabídky obsahující veškeré informace a dokumenty požadované v ZD včetně jejích příloh,
 - b) dodavatelem vyplněné Parametry pro media, které tvoří přílohu č. 3 této ZD, a to konkrétně bod 1., 2.4. a 2.5. Přílohy,
 - c) informaci a doklad (např. plná moc, smlouva o sdružení) o tom, která osoba je zmocněna k jednání za účastníka, pokud nabídku podává více osob společně
 - d) Návrh na realizaci veřejné zakázky splňující požadavky zadavatele uvedené v bodě 10 této zadávací dokumentace a vycházející z přílohy č. 1 a přílohy č. 3 této zadávací dokumentace.

10. Návrh na realizaci veřejné zakázky

- 10.1. Dodavatel předloží jako součást nabídky návrh na realizaci veřejné zakázky. Tento návrh bude vycházet z Media Briefu pro komunikační kampaň Projektu, který je přílohou č. 1 zadávací dokumentace, a bude předmětem hodnocení. Návrh na realizaci veřejné zakázky bude jako příloha smlouvy závazný v rámci smluvního vztahu mezi vybraným dodavatelem a zadavatelem, přičemž může být před uzavřením smlouvy dohodou smluvních stran upraven.
- 10.2. Předmětem hodnocení návrhu na realizaci veřejné zakázky bude:
- a) dodavatelem popsaná identifikace cílové skupiny z behaviorálního, psychografického, sociodemografického pohledu,
 - b) kvantifikaci cílové skupiny pro jednotlivé mediatypy
 - c) určení touch points, kde a jakým způsobem se identifikovaná cílová skupina setká se sdíleným obsahem
 - d) návrh metrik pro mediatypy a jejich minimální cíle
 - e) návrh metrik pro interakce a jejich minimální cíle.

- 10.3. Návrh na realizaci veřejné zakázky bude mít formu textového dokumentu o doporučeném rozsahu 10 normostran (NS = 1 800 znaků vč. mezer). Návrh bude přehledně členěn. Nad rámec doporučeného rozsahu může účastník využít grafů, tabulek či jiných grafických příloh.

11. Lhůta pro podání nabídek a způsob podání nabídek

- 11.1. Nabídky se podávají v elektronické podobě prostřednictvím elektronického nástroje pro zadávání veřejných zakázek Jihomoravského kraje E-ZAK dostupného zde:

https://zakazky.krajbezkorupce.cz/contract_display_28829.html

Podrobnější informace k fungování elektronického nástroje E-ZAK jsou uvedeny v čl. 12 ZD.

- 11.2. Lhůta pro podání nabídek začíná běžet dnem uveřejnění výzvy a **končí dne 14. října 2022 v 16:00 hodin**.
- 11.3. Otevírání nabídek proběhne po skončení lhůty pro podání nabídek a bude neveřejné.

12. Elektronická komunikace a elektronický nástroj E-ZAK

- 12.1. Veškerá písemná komunikace mezi dodavatelem a zadavatelem v rámci zadávacího řízení probíhá výhradně elektronicky, nestanoví-li Zákon jinak. Zadavatel používá pro komunikaci s dodavatelem primárně elektronický nástroj E-ZAK. Zadavatel doporučuje dodavatelům používat pro komunikaci se zadavatelem taktéž tento nástroj.
- 12.2. Veškeré písemnosti zasílané prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK se považují za řádně doručené okamžikem jejich doručení do uživatelského účtu adresáta písemnosti 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 emailovou adresu upozornění o tom, že na jeho uživatelský účet v elektronickém nástroji E-ZAK byla doručena nová zpráva, či nikoli.
- 12.3. Zadavatel dodavatele upozorňuje, že pro plné využití všech možností elektronického nástroje E-ZAK je třeba provést a dokončit tzv. registraci dodavatele a ověření identity organizace. Pro ověření identity je nutné, aby měl dodavatel zřízenou datovou schránku nebo disponoval uznávaným elektronickým podpisem založeným na kvalifikovaném certifikátu (bližší viz uživatelská příručka E-ZAK pro dodavatele – odkaz níže). Alternativně se mohou dodavatelé zaregistrovat a ověřit identitu též v Centrální databázi dodavatelů na portálu FEN.cz.
- 12.4. Pokud zadavatel předregistroval dodavatele do elektronického nástroje E-ZAK, uvedl u něj jako kontaktní údaje takové, které získal jako veřejně přístupné, nebo jiné vhodné kontaktní údaje. Je povinností každého dodavatele, aby před dokončením registrace do elektronického nástroje E-ZAK své kontaktní údaje zkontroloval a případně upravil či doplnil jiné.
- 12.5. Za řádné a včasné seznamování se s písemnostmi zasílanými zadavatelem prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK jakož i za správnost kontaktních údajů uvedených u dodavatele zodpovídá vždy dodavatel.
- 12.6. Podrobné informace o ovládání systému jsou dostupné v uživatelské příručce: <https://zakazky.krajbezkorupce.cz/data/manual/EZAK-Manual-Dodavatele.pdf>.
- 12.7. Zadavatel doporučuje dodavatelům provést před odesláním nabídky test nastavení prohlížeče a systému a test odeslání nabídky zde: https://zakazky.krajbezkorupce.cz/test_index.html.

- 12.8. Zadavatel nenese odpovědnost za technické podmínky na straně dodavatele. Zadavatel doporučuje dodavatelům zohlednit zejména rychlost jejich datového připojení tak, aby byla nabídka podána ve lhůtě pro podání nabídek.

13. Hodnocení nabídek

- 13.1. Nabídky budou hodnoceny podle jejich ekonomické výhodnosti. Ekonomickou výhodností se rozumí nejvýhodnější poměr ceny a kvality, kdy cena zakázky je stanovena jako pevná ve výši 780 000,- Kč bez DPH a hodnotí se pouze kvalita nabízeného plnění.

Zadavatel bude nabídky hodnotit podle hodnotících kritérií, jimž stanovil níže uvedenou váhu:

č.	Dílčí hodnotící kritérium	Váha kritéria
1.	Výkonnost (zásah) kvantitativních parametrů	30 %
2.	Zásah cílové skupiny	50 %
3.	Návrh metrik pro mediatypy a interakce	20 %

13.2. Hodnotící kritérium Výkonnost (zásah) kvantitativních parametrů

Zadavatel bude hodnotit dodavatelem garantované parametry pro jednotlivá média, které dodavatel vyplní v rámci bodu č. 1. Přílohy č. 3 ZD – Parametry pro media. Zadavatel bude hodnotit dodavatelem předložené počty zhlédnutí, zobrazení, odvysílání nebo článků v každém médiu jednotlivě podle níže uvedeného vzorce:

$$\frac{\text{hodnocený počet zhlédnutí, zobrazení, odvysílání, článků nebo ploch}}{\text{nejvyšší počet zhlédnutí, zobrazení, odvysílání, článků nebo ploch}} \times 100 \times 0,3 \text{ (váha kritéria)}$$

Následně zadavatel provede součet všech bodů, které dodavatel získal při hodnocení jednotlivých medií, a získá tak celkový počet bodů dodavatele za toto hodnotící kritérium.

13.3. Hodnotící kritérium Zásah cílové skupiny

Zadavatel bude hodnotit dodavatelem předložené parametry k zásahu cílové skupiny, přičemž při hodnocení bude vycházet z Přílohy č. 1 ZD - Media Brief komunikační kampaně a Přílohy č. 3 ZD – Parametry pro Media. V rámci tohoto kritéria je již hodnocen dodavatelem plánovaný zásah cílové skupiny, tedy specificky zúžené skupiny obyvatel Jihomoravského kraje. Zadavatel bude hodnotit tyto části:

- a) Způsob identifikace cílové skupiny z behaviorálního, psychografického, sociodemografického pohledu – určení parametrů výběru pro jednotlivé mediatypy.

Informace pro hodnocení: Čím lépe a konkrétněji dodavatel identifikuje cílovou skupinu v rámci jednotlivých mediatypů, tím získá lepší místo v pořadí.

- b) Kvantifikaci cílové skupiny pro jednotlivé mediatypy

Informace pro hodnocení: Čím více dodavatel kvantifikuje cílovou skupinu v rámci jednotlivých mediatypů, tím získá lepší pořadí.

- c) Určení touch points, kde a jakým způsobem se identifikovaná cílová skupina setká se sdíleným obsahem (časy, pořady, geografické vymezení atd.).

Informace pro hodnocení: Čím lépe dodavatel určí výše uvedené, tím získá lepší pořadí.

- d) Počet minimálně zaručených zhlédnutí cílovou skupinou.

Dodavatel vyplní počty zhlédnutí v rámci bodu č. 2.4. Přílohy č. 3 ZD - Parametry pro media.

Informace pro hodnocení: Vyšší počet zhlédnutí cílovou skupinou v rámci jednotlivých mediátů získá lepší místo v pořadí.

- e) Počet zhlédnutí cílovou skupinou maximalizovaných skrze „learning algoritmus“ na základě průběžné analýzy dat.

Dodavatel vyplní počty zhlédnutí v rámci bodu č. 2.5. Přílohy č. 3 ZD - Parametry pro media.

Informace pro hodnocení: Vyšší počet zhlédnutí cílovou skupinou v rámci jednotlivých mediátů získá lepší pořadí.

V rámci jednotlivých částí uvedených pod písm. a) – e) bude pořadí nabídek odvislé dle počtu hodnocených nabídek. V každé z těchto částí bude zadavatel určovat pořadí pro jednotlivé mediáty samostatně. Nejvhodnější nabídka získá 1. místo, nejméně vhodná nabídka místo poslední. Následně zadavatel určí aritmetický průměr získaného pořadí všech mediátů v rámci příslušné části.

Pro získání výsledného pořadí dodavatele za hodnotící kritérium celkem zadavatel vypočítá aritmetický průměr všech průměrných pořadí, jež dodavatel získal za jednotlivé části kritéria.

Počet bodů, které dodavatel získá za toto hodnotící kritérium se zohledněním váhy kritéria, se následně určí podle vzorce:

$$\frac{\text{nabídka s nejlepším průměrným pořadím celkem}}{\text{pořadí hodnocené nabídky}} \times 100 \times 0,5 \text{ (váha kritéria)}$$

13.4. Hodnotící kritérium Návrh metrik pro mediáty a interakce

Zadavatel bude hodnotit dodavatelem předložený Návrh metrik pro jednotlivé mediáty a interakce, přičemž při hodnocení bude vycházet z Přílohy č. 1 ZD - Media Brief komunikační kampaně a Přílohy č. 3 ZD – Parametry pro Media. Zadavatel bude hodnotit tyto části:

- a) Návrh metrik pro mediáty a jejich minimální cíle

Informace pro hodnocení: Čím lepší návrh dodavatel předloží, tím získá lepší místo v pořadí.

- b) Návrh metrik pro interakce a jejich minimální cíle.

Informace pro hodnocení: Čím lepší návrh dodavatel předloží, tím získá lepší místo v pořadí.

V rámci jednotlivých částí uvedených pod písm. a) – b) bude pořadí nabídek odvislé dle počtu hodnocených nabídek. V každé z těchto částí bude zadavatel určovat pořadí pro jednotlivé mediáty samostatně. Nejvhodnější nabídka získá 1. místo, nejméně vhodná nabídka místo poslední. Následně zadavatel určí aritmetický průměr získaného pořadí všech mediátů v rámci příslušné části.

Pro získání výsledného pořadí dodavatele za hodnotící kritérium celkem zadavatel vypočítá aritmetický průměr všech průměrných pořadí, jež dodavatel získal za jednotlivé části.

Počet bodů, které dodavatel získá za toto hodnotící kritérium se zohledněním váhy kritéria, se následně určí podle vzorce:

$$\frac{\text{*nabídka s nejlepším průměrným hodnocením celkem*}}{\text{*pořadí hodnocené nabídky*}} \times 100 \times 0,2 \text{ (*váha kritéria*)}$$

13.5. Ekonomicky nejvýhodnější nabídka:

Jako ekonomicky nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka, kteřá v součtu bodů získaných v rámci jednotlivých hodnotících kritérií dosáhne nejvyššího počtu bodů.

V případě, že nabídky získají stejný počet bodů, bude rozhodující okamžik doručení nabídky zadavateli, kdy nabídka s dřívějším doručením získá výhodnější umístění.

14. Závěrečné informace

14.1. Zadavatel nepřipouští varianty nabídky.

14.2. Žádná osoba se nesmí zúčastnit tohoto výběrového řízení jako dodavatel více než jednou.

14.3. Dodavatel, který podal nabídku ve výběrovém řízení, nesmí být současně poddodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž výběrovém řízení prokazuje kvalifikaci.

14.4. Náklady dodavatelů spojené s účastí ve výběrovém řízení zadavatel nehradí.

14.5. Nabídky nebudou dodavatelům vráceny.

14.6. Zadavatel může zadávací dokumentaci vysvětlit. Zadavatel není povinen vysvětlení poskytnout, pokud není žádost o vysvětlení doručena včas, a to alespoň 5 dnů před uplynutím lhůty pro podání nabídek. Uchazeči předkládají své žádosti o vysvětlení zadávacích podmínek prostřednictvím Elektronického nástroje E-ZAK.

14.7. Dodavatel podáním nabídky uděluje zadavateli svůj výslovný souhlas se zveřejněním podmínek jeho nabídky v rozsahu a za podmínek vyplývajících z příslušných právních předpisů (zejména zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů).

14.8. Dle § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, je vybraný dodavatel osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.

14.9. Nabídka, která:

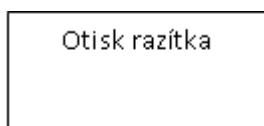
a) nebude úplná nebo nebude obsahovat veškeré doklady, informace a přílohy stanovené touto zadávací dokumentací nebo

b) bude zpracována, označena nebo doručena v rozporu s touto zadávací dokumentací **může být vyřazena a dodavatel z další účasti ve výběrovém řízení vyloučen.**

14.10. Zadavatel si vyhrazuje právo:

- a) v průběhu lhůty pro podání nabídek měnit, doplnit či upřesnit podmínky zadání veřejné zakázky a zadávací dokumentaci,
- b) nevybrat žádnou nabídku bez uvedení důvodu,
- c) neuzavřít smlouvu s žádným dodavatelem,
- d) odmítnout všechny nabídky,
- e) výběrové řízení kdykoliv zrušit,
- f) Zadavatel upozorňuje účastníky, že je oprávněn vyloučit takového účastníka, který splňuje podmínky v ust. § 48 odst. 5 písm. d) zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů.

V Brně 27.9.2022



Ing. Ivo Minařík, MPA
vedoucí odboru regionálního rozvoje

Přílohy zadávací dokumentace:

- č. 1 Media Brief komunikační kampaně projektu „Spolu v našem kraji“
- č. 2 Formulář nabídky
- č. 3 Parametry pro media
- č. 4 Obchodní podmínky