

**Zadávací dokumentace k zakázce**

|  |  |
| --- | --- |
| Číslo řízení | 001/16/OCN |
| Název zakázky | **„Kampaň na podporu zavedení nových produktů“** |
| Předmět zakázky (služby, dodávka nebo stavební práce) | Služby |
| Druh výběrového řízení | Zakázka malého rozsahu |
| Datum vyhlášení zakázky | 12.1.2016 |
| Zadavatel: | ČEPRO, a.s. se sídlem: Dělnická 213/12 , 17000 Praha 7, Holešovice  IČ: 60193531, DIČ: CZ 601 93 531  zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze pod spis. zn. B 2341  Zastoupena: Mgr. Jan Duspěva, předseda představenstva  Ing. Ladislav Staněk, člen představenstva |
| Kontaktní osoba zadavatele ve věci zakázky | Lenka Hošková, tel.: 221 968 246, lenka.hoskova@ceproas.cz |
| Kontaktní osoba zadavatele ve věcech odborných | Lenka Svobodová, lenka.svobodova@ceproas.cz |
| Lhůta pro podání nabídek | 27.1.2016 |
| Místo pro podání nabídek | v elektronické podobě prostřednictvím profilu zadavatele na adrese <https://www.softender.cz/home/profil/992824> |
| předpokládaný termín realizace | 1.2.2016 – 31.12.2016 |
| Hodnotící kritéria | Ekonomická výhodnost nabídky ( efektivita) |
| Splatnost faktur | 30 dnů |

1. PŘEDMĚT ZAKÁZKY

Společnost ČEPRO, a.s., plánuje na rok 2016 reklamní podporu prodeje nových aditivovaných pohonných hmot ve své maloobchodní síti EuroOil.

Předmětem této zakázky je zajištění dodavatele, který pro zadavatele vytvoří základní kreativní plán kampaně a bude na základě, dle a po dobu uzavřené rámcové smlouvy poskytovat zadavateli služby v oblasti reklamy a marketingu blíže specifikované v této zadávací dokumentaci a příslušné smlouvě.

Zadavatel s vybraným dodavatelem uzavře smlouvu o dílo, jejímž předmětem bude vytvoření kreativního plánu kampaně, a zároveň rámcovou smlouvu o poskytování reklamních služeb (dále též jen rámcová smlouva či jen smlouva), přičemž rámcová smlouva bude upravovat podmínky týkající se jednotlivých zakázek na poskytované reklamní služby zadávané zadavatelem po dobu trvání rámcové smlouvy.

Rámcová smlouva bude uzavřena na dobu určitou do 31. 12. 2016.

Během trvání rámcové smlouvy bude dodavatel vždy dle potřeb zadavatele postupem uvedeným ve smlouvě vyzván zadavatelem k jejímu plnění. Předmětem dílčích zakázek zadávaných na základě uzavřené rámcové smlouvy je zejména následující činnost dodavatele:

- práce grafického studia (kreativní činnost)

- tvorba reklamních textů a práce s textem

- a související služby ve smyslu členění uvedeném v tabulce, jež je součástí čl. 4 této zadávací dokumentace.

Zadavatel požaduje u všech činností zajištění servisu 5 pracovních dní, 8 hodin denně (cca 8-16 hod.), v mimořádných případech po dohodě 7 pracovních dnů, 12 hodin denně.

1. SPECIFIKACE

**Východiska**

• Na trhu pohonných hmot mírně roste spotřeba PHL

• Síť ČS Eurooil je nucena vzhledem ke změnám v daňové podpoře stáhnout z prodeje vysokoobjemová biopaliva a rozšířit nabídku o aditivovaná paliva

• Síť čerpacích stanic EuroOil posiluje svůj podíl na trhu při zachování počtu ČS

**Analýza značky EuroOil**

SWOT analýza

Silné stránky

• EO je značka, která podle zákazníků má ideální poměr výkon/cena a je vnímaná jako cenově výhodná

• Značka nemá žádné negativní hodnocení. Je vnímaná jako přátelská k zákazníkovi

• Značka může upozornit na kvalitu paliva a může předložit pádný důvod, aby tomu zákazníci věřili

• Podstatná skupina zákazníků je věrná značce, v minulých obdobích neměnila své spotřební chování, tzn. objem výtočí byl víceméně imunní proti výrazným výkyvům trhu, v současné době výtoče mírně rostou.

Příležitosti

• Silné značky na českém trhu jsou vnímané jako dražší a mají nižší loajalitu

Slabé stránky

• Značka je málo známá, z toho pramení většina problémů; působí jako málo dostupná a neatraktivní

• Značka není spojená s žádnou konkrétní výhodou, nemá jednoznačnou tvář – i proto je špatně zapamatovatelná

• Na zákazníky orientované na kvalitu působí na první dojem „příliš lacině“

Rizika

• nástup nových silných značek (sítí ČS) na trhu

1. O KAMPANI

**Sdělení kampaní:**

1. **Zavedení nových produktů - aditivovaná paliva za rozumnou cenu**

a) Optimal Diesel bez biosložky PLUS

Diesel bez biosložky nabízí **na všech svých čerpacích stanicích** pouze EuroOil - jako jediná síť ČS

b) Optimal 95E Plus

Tato paliva nadstandardně obsahují moderní multifunkční aditivum, což přináší následující výhody:

* čistí a promazávají pohonnou soustavu
* prodlužují životnost motoru
* snižují spotřebu paliva (až o 5 %)

1. **EuroOil je „*česká firma“* – zároveň profesionální a moderní, *kvalitní a zároveň dostupná*:**

**Cíle kampaně**

**Seznámit řidiče s novou nabídkou aditivovaných paliv**

Očekávání: okamžitý prodejní efekt/zvýšení jednotkového nákup pohonných hmot

**Kampaň**

* Termín : časové rozložení v roce 2016 dle návrhu zpracovatele
* Pro obchodní podporu lze využít nabídku našich obchodních partnerů

- 200.000 ks dárků (buď plechovka značkového nealko nápoje nebo značkových chipsů)

- autodoplňky (např. aromavisačky, autožárovky) v hodnotě cca 400.000 Kč

**Celkový plánovaný rozpočet kampaně: 7,5 mil. Kč**

1. ROZSAH A TECHNICKÉ PODMÍNKY
   1. **Rozsah činností uchazeče**

Rozsah činností požadovaný zadavatelem je vymezen obecným způsobem v čl. 1 této zadávací dokumentace. Jedná se o zejména o vytvoření kreativního návrhu aplánu kampaně, což je předmětem smlouvy o dílo, a dále o činnosti tvorby reklamních textů a grafiky, návrh a zpracování billboardů, bigboardů, bannerů, či inzertních článků, apod. dle potřeb zadavatele (zejména v oblasti prezentace obchodního jména zadavatele a jeho aktivit).

* 1. **Základní požadavky zadavatele na podmínky plnění zakázky, požadavky na náležitosti nabídky uchazeče:**
     1. Uchazeč ve své nabídce pro účely posouzení a hodnocení nabídekpředloží:
        1. Návrh plánu a zpracování kampaně ( grafické, obsahové a produkční )
        2. Návrh mediálního mixu v procentech
        3. V případě využití soutěže při kampani
* Návrh principu a mechanismu soutěže
* Návrh pravidel soutěže
* Návrh platformy, na kterých soutěž poběží
* Zadavatel upozorňuje, že v případě, že při kampani bude zadavatelem odsouhlaseno provedení soutěže, zadavatel upozorňuje, že bude po dodavateli požadovat komplexní správu soutěže a její vyhodnocení
  + - 1. Návrh přesného postupu zpracování při zadání činností - reklamních služeb v členění vyplývajícím z této zadávací dokumentace, jež jsou předmětem rámcové smlouvy. V nabídkové ceně uvedených činností budou již vždy zahrnuty min. 3 korektury a práce dodavatele na přepracování připomínkovaných grafických a textových návrhů.
    1. Zadavatel požaduje, aby uchazeč v rámci své nabídky předložené v rámci tohoto výběrového řízení předložil ukázky realizovaných i nerealizovaných kreativních prací a realizovaných produkcí.
    2. Uchazeč v nabídce rovněž předloží seznam případných subdodavatelů, podílejících se na předmětu plnění (předmětu jednotlivých dílčích zakázek).
    3. Uchazeč stanoví kontaktní osobu, která bude zodpovědná za kontakt se zadavatelem.
    4. Dle předložených ukázek prací uchazeče a podrobného a odborného popisu postupu zpracování jednotlivých činností vymezených zadavatelem bude hodnocena úroveň a rozsah nabízených poskytovaných služeb.
    5. Konkrétní podmínky pro zpracování kreativního návrhu a plánu kampaně a pro poskytování ostatních reklamních služeb vyplývají ze vzoru smluv uvedených v příloze č. 2 a 3 této zadávací dokumentace.

1. OBCHODNÍ PODMÍNKY VČETNĚ PLATEBNÍCH
   1. **Smluvní podmínky**

Obchodní podmínky jsou stanoveny formou návrhu rámcové smlouvy o poskytování reklamních služeb, který jako příloha č. 2 tvoří nedílnou součást této zadávací dokumentace.

Vytvoření konkrétního podrobného návrhu a plánu kampaně bude vybraný dodavatel provádět na základě samostatné smlouvy, a to smlouvy o dílo, která tvoří přílohu č. 3 a která bude s vybraným dodavatelem upřesněna dle rozsahu nabídky vybraného dodavatele.

Nedílnou součástí smlouvy budou rovněž přiloženy zadavatelem požadované přílohy smlouvy. Obchodní podmínky stanovené výše uvedenými dokumenty jsou pro uchazeče závazné.

1. ZPUSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY

Uchazeč zpracuje svou nabídkovou cenu formou uvedení jednotkových cen v následujícím členění:

Tabulka č.1

|  |  |
| --- | --- |
| **Položka** | **Celková cena** |
| Cena kreativního návrhu a plánu kampaně |  |

Tabulka č. 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Položka** | **Grafický návrh** | **Zpracování tiskových dat** | **Celková cena** |
| billboard |  |  |  |
| bigboard |  |  |  |
| Outdoor banner |  |  |  |
| citylight |  |  |  |
| Web banner |  |  |  |
| Inzerce A4 |  |  |  |
| Inzerce A5 |  |  |  |
| Leták formátu A5 |  |  |  |
| Leták formátu A4 |  |  |  |
| Leták formátu A3 |  |  |  |
| Novoročenka |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Cena celkem |  |  |  |

Nabídková cena je tvořena cenou v tabulce č. 1 a součtem jednotkových cen v tabulce č. 2. Ceny budou uvedeny v korunách českých bez DPH.

Nabídková cena bude pro uchazeče závazná, musí být definována jako nejvýše přípustná, se započtením veškerých nákladů, rizik, zisku apod. spojených s plněním celého rozsahu předmětu zakázky, resp. dílčích zakázek (včetně veškerých dalších nákladů např. dopravy, poplatků, režijních nákladů atd.) na celou dobu a rozsah plnění zakázky/ dílčích zakázek. Jednotkové ceny uvedené v nabídce uchazeče viz tabulka č. 2 výše, který bude rovněž tvořit přílohu rámcové smlouvy – cenovou nabídku, bude podkladem pro výpočet ceny za každý jednotlivý předmět dílčí zakázky.

Jednotkové ceny uvedené v nabídce uchazeče budou uchazečem garantovány jako nejvýše přípustné a nepřekročitelné po celou dobu trvání zakázky.

Výběrové řízení bude realizováno formou více kol a uchazeči budou v každém kole předkládat nové nabídkové ceny formou vyplnění výše uvedených tabulek určených pro zpracování nabídkové ceny, které budou podkladem pro hodnocení nabídek a budou pro uchazeče závazné. Podrobný popis hodnocení nabídek je uveden v čl. 7 – Způsob hodnocení nabídek.

1. ZPUSOB HODNOCENÍ NABÍDEK

Nabídky uchazečů budou vyhodnoceny podle základního hodnotícího kritéria ekonomická výhodnost ve struktuře dílčích hodnotících kritérií:

|  |  |
| --- | --- |
| Hodnotící kritérium | Váha v % |
| Kreativní návrh zpracování kampaně (nejlépe bude hodnocena nabídka kampaně, která bude obsahovat neobvyklý grafický a obsahový návrh kampaně s předpokladem zvýšení prodeje PHM) | 50 |
| Cena kreativního návrhu kampaně (tabulka č. 1) | 30 |
| Nabídková cena, která bude předložena vyplněním jednotkových cen v tabulce č.2 | 20 |

Pro hodnocení nabídek se použije v každém kritériu bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé předložené nabídce bude dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria.

Nejvhodnější nabídce bude přiřazeno 100 bodů a každé následující nabídce se přiřadí takové bodové ohodnocení, které bude vyjadřovat míru splnění každého dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Pro číselně vyjádřitelné kritérium, tedy pro nabídkovou cenu, bude bodová hodnota následujících nabídek vypočtena na základě tohoto vzorce:

nejvhodnější nabídka : hodnocená nabídka x 100

Výsledná hodnota bodového hodnocení vznikne tak, že jednotlivá bodová ohodnocení nabídek dle dílčích kritérií se vynásobí příslušnou vahou daného kritéria. Na základě součtu výsledných hodnot dílčích kritérií všech nabídek, bude sestaveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější je stanovena nabídka, která dosáhla v součtu nejvyšší bodovou hodnotu.

Hodnocení nabídek dle hodnotícího kritéria uvedeného výše bude probíhat ve více kolech, a to dle níže uvedených pravidel:

Celkový počet hodnotících kol není omezen, zadavatel však může vybrat vítězného dodavatele i bez provedení vícekolového jednání. Současně s výzvou pro předložení nabídkových cen pro hodnocení v dalším kole může zadavatel uchazeče informovat o tom, že následující hodnotící kolo bude poslední.

Zadavatel může kdykoliv oznámit uchazečům, že v následujícím hodnotícím kole bude omezen počet uchazečů, tzn., že do dalšího hodnotícího kola postoupí pouze přesně určený počet nabídek.

Pro každého uchazeče je vždy závazná poslední předložená nabídková cena.

Jednání s uchazeči bude probíhat prostřednictvím e-mailu, pokud nebudou uchazeči vyzváni k písemnému nebo osobnímu jednání.

V průběhu prvního hodnotícího kola řízení bude posuzováno splnění kvalifikace jednotlivými uchazeči, a zda jimi předložená technická specifikace splňuje podmínky požadované zadavatelem.

Následně budou úspěšní uchazeči vyzváni k předložení upravených nabídkových cen (a to i na základě upřesnění požadované specifikace zadavatelem) do druhého kola.

Zadavatel může již po tomto kole rozhodnout o výběru nejvhodnější nabídky. Neučiní-li tak, informuje uchazeče o zahájení dalšího kola hodnocení a zároveň je vyzve k předložení nabídkových cen pro další kolo hodnocení. Tento postup platí stejně pro všechna následující kola.

Uchazeč, který bude v posledním kole vyhodnocen dle výše uvedeného hodnotícího kritéria ekonomické výhodnosti jako vítězný, bude vyzván k podpisu smlouvy. Neposkytne-li vítězný uchazeč dostatečnou součinnost k podpisu smlouvy, a ta nebude z důvodů na jeho straně podepsána do 15 dnů od vyzvání k jejímu podpisu, může zadavatel vyzvat k podpisu smlouvy uchazeče, který se v konečném hodnocení umístil na druhém místě (to stejné platí i pro další uchazeče v pořadí).

1. PODMÍNKY A POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

Dodavatel zpracuje svou nabídku způsobem níže uvedeným:

* + 1. Krycí list nabídky (vzor krycího listu je přílohou č.1)
    2. Uchazeč jakou povinnou součást nabídky doloží dokumenty prokazující kvalifikaci uchazeče, přičemž uchazeč prokáže splnění profesních kvalifikačních předpokladů
* výpisem z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpisem z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán, ne starší než 90 dnů od data jeho vydání; v prosté kopii
* dokladem o oprávnění k podnikání v rozsahu odpovídajícím předmětu plnění (předmětu dílčích zakázek), zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci; v prosté kopii.
  + 1. Nabídková cena zpracovaná dle článku 6 této zadávací dokumentace
    2. Návrhy uchazeče zpracované dle ust. 4.2.1 této zadávací dokumentace
    3. Ukázky prací uchazeče ve smyslu ust. 4.2.2 této zadávací dokumentace
    4. Prohlášení o způsobu zajištění případných subdodávek a doložením seznamu subdodavatelských firem včetně prokázání jejich profesních kvalifikačních předpokladů
    5. Podepsaný návrh smlouvy o dílo (příloha č. 3) a rámcové smlouvy (příloha č. 2)
    6. Čestné prohlášení
       1. Dodavatel dále jakou součást své nabídky předloží čestné prohlášení, že bere na vědomí a souhlasí s tím, že zadavatel zveřejní v souladu se zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, na základě žádosti veškerou dokumentaci k této zakázce a rovněž znění uzavřené smlouvy včetně všech jejích součástí.
       2. Dodavatel rovněž jako součást nabídky předloží čestné prohlášení, že je svou nabídkou vázán po dobu 90 dnů od uplynutí lhůty pro podání nabídek a dále že zachová mlčenlivost o všech skutečnostech, které nabyl na základě těchto zadávacích podmínek a takto nabyté údaje použije pouze pro zpracování nabídky.
    7. Uchazeč předloží údaj, v jaké výši může poskytnout své služby k započtení náhradního plnění dle § 81 odst. 3 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, v platném znění. Pokud uchazeč takový údaj předloží, bude tento pro uchazeče závazný a bude jím taktéž zapracován v předloženém návrhu smlouvy.
    8. Ostatní doklady, podmínky a požadavky vyžadované zadavatelem, které se vztahují k předmětu této zakázky či budou uchazečem dobrovolně předloženy jako součást nabídky
    9. Nabídka bude podepsána osobou (-ami) oprávněnou (-nými) jednat za dodavatele (tj. uchazeče).

1. JINÉ POŽADAVKY ZADAVATELE
   1. Žádná osoba (dodavatel) se nesmí zúčastnit tohoto výběrového řízení jako uchazeč více než jednou.
   2. Náklady uchazečů spojené s účastí ve výběrovém řízení zadavatel nehradí.
   3. Nabídky doručené zadavateli po uplynutí lhůty pro podání nabídek, nebude zadavatel otevírat, a tudíž tyto nabídky nebudou ani předmětem dalšího posuzování a hodnocení.
   4. Nabídky nebudou uchazečům vráceny a zůstávají majetkem zadavatele. Zadavatel si vyhrazuje právo před rozhodnutím o výběru nejvhodnější nabídky ověřit, případně vyjasnit informace deklarované uchazeči v nabídce.
   5. Pokud nabídka nebude úplná nebo v ní nebudou obsaženy veškeré doklady a informace stanovené touto zadávací dokumentací, vyhrazuje si zadavatel právo nabídku vyřadit.
   6. Zadavatel si vyhrazuje právo před rozhodnutím o výběru nejvhodnější nabídky ověřit, případně vyjasnit informace deklarované uchazeči v nabídce.
   7. Zadavatel je oprávněn odmítnout nabídky, které nebudou bezvýhradně odpovídat zadávacím podmínkám.
   8. Zadavatel si vyhrazuje právo vést toto řízení vícekolově, v souladu s pravidly avizovanými v této zadávací dokumentaci.
   9. Zadavatel si vyhrazuje právo v rámci výběrového řízení jednat o všech částech nabídky uchazeče.
   10. Jednání o nabídkách v rámci výběrového řízení je vedeno písemně prostřednictvím elektronické pošty. Zadavatel si vyhrazuje právo pozvat uchazeče k osobnímu jednání o nabídkách. Komunikačním jazykem pro veškerá jednání v rámci výběrového řízení je stanovena čeština, nepřipustí-li zadavatel výslovně jinak.
   11. Zadavatel si vyhrazuje právo jednat o obsahu návrhu smlouvy, jež bude předložen dodavatelem.
   12. Pro uzavření smlouvy je obligatorně stanovena písemná listinná podoba s tím, že smlouva musí být podepsána oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
   13. Zadavatel si vyhrazuje bez náhrady a bez udání důvodu zrušit výběrové řízení a/nebo změnit vhodným způsobem podmínky uvedené v této zadávací dokumentaci, a to až do okamžiku podpisu smlouvy s vybraným uchazečem, či odmítnout všechny podané nabídky a zrušit výběrové řízení bez uvedení důvodu.
2. VÝBĚROVÉ ŘÍZENÍ
   1. **Zahájení výběrového řízení**

Výběrové řízení je zahájeno uveřejněním zadávací dokumentace, včetně všech příloh na profilu zadavatele: https://www.softender.cz/home/profil/992824

* 1. **Místo, způsob a lhůta k podání nabídek**

Nabídka bude podána písemně v elektronické verzi prostřednictvím elektronického nástroje.

Nabídka v elektronické podobě bude podána prostřednictvím profilu zadavatele na adrese https://www.softender.cz/home/profil/992824 a bude označena názvem zakázky „Kampaň na podporu zavedení nových produktů “ a evid. č. 001/16/OCN.

**Nabídka musí být dodavatelem podána**

**ve lhůtě nejpozději do 27. 1. 2016 do 10 hodin.**

1. PŘÍLOHY

Nedílnou součástí této zadávací dokumentace jsou níže uvedené přílohy:

Příloha č.1 – Krycí list nabídky

Příloha č. 2 – rámcová smlouva o poskytování reklamních služeb

Příloha č. 3 - smlouva o dílo na tvorbu marketingové kampaně

Příloha č. 4 - Vizuály použité v předchozích kampaních

## V Praze dne 12. 1. 2016

Lenka Hošková

Odbor centrálního nákupu