



DODATEČNÁ INFORMACE č. 1

analogicky v souladu s § 49 zákona č. 137/2006 Sb. (dále také jako „zákon“), o veřejných zakázkách, v platném znění

k veřejné zakázce (dále také jako „VZ“) s názvem:

INFORMAČNÍ KAMPAŇ SE ZAMĚŘENÍM NA VÝSLEDKY 57. VÝZVY OPŽP – TZV. ALTERNATIVNÍ DOPRAVA

Typ veřejné zakázky: Veřejná zakázka malého rozsahu
Evidenční číslo VZ: P15V00000883
Datum zahájení VZ: 22/06/2015

Veřejný zadavatel: Česká republika – Ministerstvo životního prostředí
Vršovická 1442/65, 100 10 Praha 10
IČ: 00164801
Zastoupený Ing. Jaroslavem Michnou, ředitelem odboru fondů EU

Zastoupení zadavatele: PPE.CZ s.r.o.
Nádražní 3113/128, 702 00 Ostrava – Moravská Ostrava
IČ: 25863568 | DIČ: CZ25863568
Kontaktní osoba: Bc. Filip Haferník, jednatel společnosti
Společnost je pověřena výkonem práv a povinností veškerých zadavatelských činností dle § 151 zákona pro výše uvedeného zadavatele dle příkazní smlouvy.

Zadavatel analogicky v souladu s § 49 odst. 3 zákona informuje všechny dodavatele výše uvedené veřejné zakázky, že dne 25/06/2015 v 15:04 hod. obdržel žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám.

Přesné znění žádosti:

Dobrý den, mám na Vás pár dotazů ohledně výběrového řízení: "Informační kampaň se zaměřením na výsledky 57. výzvy OPŽP - tzv. alternativní doprava": 1) V bodu 3.1 se píše, že „uchazeč provede realizaci projektu a zajistí nákup reklamního prostoru dle požadavků zadavatele“. Znamená to, že rozpočet 1150000 Kč zahrnuje i veškeré náklady na média? 2) Očekává zadavatel, že v rámci kampaně budou využity všechny zmíněné kanály (tištěná inzerce, www stránky nebo microsite, využití reklamní plochy v mhd, zastávkách MHD, TV spoty v reg. autobusech a reg. televizích) nebo je na vůli uchazeče, jaké nástroje vybere? 3) Existuje představa o procentuálním rozložení nákladů na média a produkci? 4) Může zadavatel poskytnout seznam společností, které v daných regionech provozují autobusy s CNG? 5) Má zadavatel k dispozici přesnější vymezení stavu povědomí o CNG technologii (např. výstupy z výzkumů)? 6) Existuje relevantní studie k celému projektu, ze které bychom mohli vycházet? 7) Co by měla udělat cílová skupina, jaké chování by u nich měla vyvolat kampaň? 8) Ze zadávací dokumentace není zcela patrné hlavní poslání kampaně. Co je hlavním sdělením / key message kampaně (lidsky řečeno)? Hlavní sdělení musí být pro efektivní kampaň vždy jen jedno. Pokud existují další vedlejší sdělení, označte hlavní sdělení a seřadte vedlejší sdělení dle důležitosti. a.

TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN Z FONDŮ SOUDRŽNOSTI PROSTŘEDNICTVÍM OPERAČNÍHO PROGRAMU
ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ A STÁTNÍHO ROZPOČTU ČESKÉ REPUBLIKY.



Používáme dopravní prostředky jezdící na CNG b. CNG je šetrné k životnímu prostředí c. Výdaje za budování/nákup dopravních prostředků s pohonem na CNG jsou ospravedlnitelné d. Výzva „alternativní doprava“ dosáhla zajímavých výsledků a přínosů e. Jiné 9) Vizuál jakého konkrétního nosiče je třeba dodat v kreativním návrhu? 10) Jakou formu TV Spotu si zadavatel představuje (10,15,20,30 sekund?), hraný spot, animovaný spot? Děkuji za zodpovězení otázek. Přeji hezký den.

Odpověď zadavatele ad 1)

Ano, předpokládaná hodnota veřejné zakázky definuje maximální výši prostředků, které má zadavatel na veřejnou zakázku k dispozici a zahrnuje náklady na navržení konceptu informační kampaně i nákup reklamního prostoru (médií pro informační kampaň).

Odpověď zadavatele ad 2)

Zadavatel očekává navržení informační kampaně s využitím nástrojů (médií) uvedených v zadávací dokumentaci s důrazem na využití reklamní plochy v MHD a zastávkách a tištěnou inzercí. Způsob navržení informační kampaně je předmětem hodnocení nabídek.

Odpověď zadavatele ad 3)

Nikoliv, uvedené je plně v režii dodavatele (uchazeče).

Odpověď zadavatele ad 4)

Zadavatel má k dispozici pouze seznam společností, které byly v rámci 57. výzvy Operačního programu Životní prostředí podpořeny (nejedná se však vyloženě o seznam provozovatelů). Pro případné další informace doporučuje zadavatel obracet se přímo na tyto společnosti:

- *Dopravní podnik měst Chomutova a Jirkova a.s. (Nákup CNG autobusů pro Dopravní podnik měst Chomutova a Jirkova a.s.);*
- *Dopravní podnik Ostrava a.s. (Autobusy CNG v DPO);*
- *ČSAD Havířov a.s. (Pořízení CNG autobusů – ČSAD Havířov a.s.);*
- *Dopravní podnik města Ústí nad Labem a.s. (Nákup autobusů s CNG pohonem);*
- *ČSAD Karviná a.s. (Pořízení CNG autobusů – ČSAD Karviná a.s.);*
- *Dopravní podnik města Brna, a.s. (Pořízení autobusů MHD s pohonem na CNG – Brno-město);*
- *ČSAD Frýdek – Místek a.s. (Pořízení CNG autobusů – ČSAD Frýdek – Místek a.s.);*
- *Městský dopravní podnik Opava, a.s. (Zelená Opava – CNG).*

Odpověď zadavatele ad 5)

Ano, výstupy budou poskytnuty vybranému uchazeči.

Odpověď zadavatele ad 6)

Viz Odpověď zadavatele ad 5) této Dodatečné informace č. 1.

Odpověď zadavatele ad 7)

Cílem informační kampaně je informovat o tom, jak je nakládáno s prostředky z evropských fondů, resp. z Operačního programu Životní prostředí. Informační kampaň má přispět k budování pozitivního vnímání čerpání evropských dotací v rámci široké veřejnosti se zaměřením na

TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN Z FONDU SOUDRŽNOSTI PROSTŘEDNICTVÍM OPERAČNÍHO PROGRAMU
ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ A STÁTNÍHO ROZPOČTU ČESKÉ REPUBLIKY.



konkrétní dopady na život obyvatel České republiky, tj. financování projektů vedoucích ke zlepšení ovzduší a životního prostředí. Dílčím cílem je pak zvýšení povědomí a informovanosti o ekologicky šetrných způsobech dopravy.

Odpověď zadavatele ad 8)

Informační kampaň má především poukázat na přínosy evropských fondů, resp. Operačního programu Životní prostředí pro Českou republiku. Ostatní zmíněná sdělení lze považovat za vedlejší.

Odpověď zadavatele ad 9)

Dodavatel (uchazeč) postupuje v souladu s bodem 14.2.3. Výzvy k podání nabídek (včetně zadávací dokumentace) uveřejněné na profilu zadavatele nebo v elektronickém nástroji ppeSystem dne 22/06/2015, tzn. součástí nabídky, která bude podána přes elektronický nástroj ppeSystem, bude minimálně návrh inzerce a outdoorové reklamy.

Odpověď zadavatele ad 10)

Zadavatel upřednostňuje délku spotu cca 15 – 20 sekund. Forma zpracování je plně v režii dodavatele (uchazeče).

Zadavatel analogicky v souladu s § 49 odst. 4 zákona informuje všechny dodavatele výše uvedené veřejné zakázky, že:

doplňuje bod 14.2.2. zadávací dokumentace takto:

14.2.2. Subkritérium č. 2 – Způsob zajištění předmětu plnění a popis spolupráce ...

Lépe bude hodnocena nabídka, která bude obsahovat způsob zajištění realizace předmětu plnění, způsob komunikace účastníka se zadavatelem a zástupci realizovaných projektů, návrh harmonogramu postupu projektu. Zadavatel požaduje zpracování plánu podrobného organizačního zajištění (pracovní tým s vymezením kompetencí jednotlivých členů včetně jednoznačného popisu komunikace zástupce týmu se zadavatelem a ostatními osobami např. příjemci dotace). Dále zadavatel požaduje zpracování podrobného plánu realizace předmětu plnění, ve kterém bude jednoznačně popsáno nasazení jednotlivců v rámci pracovního týmu uchazeče. Plán podrobného organizačního zajištění i plán realizace předmětu plnění musí zachovávat podmínku anonymity, tj. jednotliví členové týmu zde nesmějí být identifikováni. Vyšší hodnocení získá nabídka obsahující podrobný popis systému spolupráce se zadavatelem, v její přípravné i realizační fázi. Předmětem hodnocení budou termíny a lhůty realizace kampaně. **Lépe bude dále hodnocena nabídka, kde v rámci mediaplánu bude předloženo takové řešení, které nabídne větší počet jednotlivých komunikačních nástrojů a médií, které budou v rámci kampaně využity a budou představovat co nejúčinnější komunikaci směrem k cílové skupině.** Uchazeč vytvoří podrobný harmonogram na všechny činnosti, které bude v rámci předmětu veřejné zakázky realizovat, tj.:

- kreativní návrh obsahového konceptu kampaně;
- tvorbu televizních spotů;
- tvorbu textů/obsahů inzerce, zajištění inzerce.

TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN Z FONDU SOUDRŽNOSTI PROSTŘEDNICTVÍM OPERAČNÍHO PROGRAMU ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ A STÁTNÍHO ROZPOČTU ČESKÉ REPUBLIKY.



[max. 35 bodů]

Zadavatel analogicky v souladu s § 40 odst. 3 a § 49 odst. 4 zákona informuje všechny dodavatele výše uvedené veřejné zakázky, že:

mění bod 7.3. zadávací dokumentace takto:

7.3. Lhůta pro prokázání kvalifikačních předpokladů a podání nabídky

Dodavatel (uchazeč) je povinen prokázat splnění kvalifikace ve lhůtě pro podání nabídek tzn. nejpozději dne **09/07/2015 do 11:30:00 hodin**.

mění bod 10.4. zadávací dokumentace takto:

10.4. Podání nabídky

Nabídky se podávají výhradně elektronicky, a to ve lhůtě pro podání nabídky, tzn. do **09/07/2015 do 11:30:00 hodin**. Jiná forma podání nabídky, než v elektronické podobě, je nepřipustná. Zadavatel dále uchazeče upozorňuje, že podání nabídky je rozděleno do dvou částí. Za kompletní je považována pouze ta nabídka, u níž budou splněny podmínky obou samostatných částí!

- dokumentace v elektronické formě - kvalifikační dokumentaci a další dokumentaci k nabídce, jejíž výčet je obsažen v této zadávací dokumentaci nebo definován zákonem, předloží uchazeč v elektronické formě do elektronického nástroje ppeSystem (Obrazovka účastníka – Vložit dokumenty nabídky) dle ZD. Zadavatel doporučuje uchazečům vkládat kompletní dokumentaci v jednom PDF či ZIP souboru;
- cenová nabídka v elektronické formě - cenovou nabídku vloží uchazeč v elektronické formě do elektronického nástroje ppeSystem (Obrazovka účastníka – Vložit hodnotu nabídky) dle ZD.

mění bod 12.2. zadávací dokumentace takto:

12.2. Datum a místo zpřístupnění nabídek

Termín otevírání nabídek podaných v elektronické podobě se uskuteční dne **09/07/2015 v 11:30:00 hodin** v zasedací místnosti v sídle zadavatele uvedené v této zadávací dokumentaci. Otevřením nabídky podané v elektronické podobě se rozumí zpřístupněním jejího obsahu komisi.

V ostatním zůstává zadávací dokumentace nezměněna. Děkujeme za pochopení.

Zpracoval:	Bc. Filip Haferník	Za společnost:	PPE.CZ s.r.o.
Podpis:		Razítko:	
V:	Ostravě	Dne:	30/06/2015

TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN Z FONDU SOUDRŽNOSTI PROSTŘEDNICTVÍM OPERAČNÍHO PROGRAMU ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ A STÁTNÍHO ROZPOČTU ČESKÉ REPUBLIKY.