Rozhodnutí o výběru dodavatele

Identifikace veřejné zakázky

Název:	**Komunikační kampaň 2024–2026 – nákup mediálního prostoru**
Druh veřejné zakázky:	Služby
Druh zadávacího řízení:	Zjednodušené podlimitní řízení
Adresa veřejné zakázky:	https://zakazky.muni.cz/vz00006936

Identifikační údaje zadavatele

Název:	Masarykova univerzita
Sídlo:	Žerotínovo nám. 617/9, 601 77 Brno
IČ:	00216224

Výrok:

Zadavatel rozhodl o výběru nabídky účastníka **MEDIA AGE s.r.o., se sídlem tř. kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno, IČ: 26977958,** jako nejvhodnější k plnění výše uvedené veřejné zakázky.

Odůvodnění:

Zadavatel v zadávacích podmínkách stanovil, že podané nabídky budou hodnoceny následujícím způsobem:

Zadavatel v zadávací dokumentaci stanovil následující:

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

Kritérium	Váha kritéria
Nabídková cena	5 %
Zkušenosti člena realizačního týmu	10 %
Mediální plán kampaně	85 %

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

Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Nabídková cena

a) Nabídkovou cenou se rozumí cena za splnění předmětu veřejné zakázky.

b) Nabídková cena bude stanovena v Kč bez DPH a bude uvedena ve formuláři nabídky.

c) Nabídková cena bude hodnocena dle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{nabídka s nejnižší cenou}}{\text{hodnocená nabídka}} \times 5$$

Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Zkušenosti člena realizačního týmu

d) Účastníkovi budou přiděleny 4 body za každou zkušenost člena: Media planner (dále jen „*MP*“), které splňují požadavky uvedené v ust. 4 formuláře nabídky.

e) Takto může být ohodnoceno maximálně 5 zkušeností MP.

f) Počet bodů (před zvážením) přidělených v rámci kritéria Zkušenosti člena realizačního týmu bude odpovídat součtu bodů za všechny zkušenosti MP.

g) Údaje rozhodné pro hodnocení v rámci kritéria Zkušenosti člena realizačního týmu budou uvedeny ve formuláři nabídky.

h) Na pozici MP bude uvedena pouze jedna osoba. Pokud uvede účastník zkušenosti více osob, nebudou zkušenosti těchto osob zahrnuty v dané pozici do hodnocení.

i) Osoba na pozici MP se musí podílet na realizaci zakázky.

Způsob hodnocení nabídek podle kritéria Mediální plán kampaně:

Požadavky na zpracování mediálního plánu kampaně

V rámci tohoto kritéria budou hodnoceny návrhy mediálního plánu kampaně *(dále jen „Návrh médiaplánu“)* jednotlivých účastníků zpracované dle níže uvedených požadavků.

Součástí Návrhu mediaplánu bude popis mediálního plánu kampaně reflektující cíle komunikační aktivity a cílové skupiny specifikované v příloze zadávací dokumentace. Návrh mediaplánu bude obsahovat tyto povinné položky:

- koncepce využití komunikačních kanálů s důrazem na sociální sítě
  - přehled vybraných komunikačních nástrojů
  - rozpad rozpočtu na nákup médií v jednotlivých komunikačních kanálech v rámci stanovených komunikačních fází kampaně
- návrh sestavení finančního rozpočtu pro celou zakázku
  - rozpad rozpočtu na částku věnovanou nákupu médií a částku na správu kampaně, optimalizaci a reporting

Doporučený formát pro odevzdání Návrhu mediaplánu je pdf.

Posouzení a hodnocení Návrhu mediaplánu

a) V rámci dílčího hodnotícího kritéria Mediální plán kampaně bude jako nejvýhodnější hodnocena nabídka účastníka, jehož Návrh mediaplánu povede k maximálnímu naplnění účelu veřejné zakázky popsanému v ustanovení 2.2 zadávací dokumentace a v příloze smlouvy – Popis předmětu veřejné zakázky. Míra naplnění účelu veřejné zakázky bude sledována v následujících aspektech, které zadavatel stanovuje bez pořadí významnosti:

- schopnost Návrhu mediaplánu splnit strategický záměr komunikační aktivity vzhledem k cílovým skupinám (viz ustanovení 2.2 zadávací dokumentace „Účel veřejné zakázky“ a příloha smlouvy – Popis předmětu veřejné zakázky)
- adekvátnost výběru komunikačních nástrojů a jejich schopnost naplnit cíle

b) Body budou přiděleny ke každému hodnocenému aspektu samostatně, a to následujícím způsobem:

Slovní hodnocení míry, jakou Návrh mediaplánu povede k naplnění účelu veřejné zakázky	Body
Vysoká míra Účastník prokázal, že Návrh mediaplánu povede k maximálnímu naplnění účelu Veřejné zakázky.	10
Vyšší než neutrální míra, ale nedosahuje té úrovně, aby ji bylo možno označit za vysokou Účastník prokázal, že Návrh mediaplánu povede k dobrému naplnění účelu Veřejné zakázky.	8
Neutrální míra Účastník neprokázal, že Návrh mediaplánu povede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	6
Nízká míra Účastník prokázal, že Návrh mediaplánu nepovede k naplnění účelu Veřejné zakázky.	1
Nelze vyhodnotit.	0

Přidělení bodů bude u každého aspektu stručně odůvodněno

Součet bodů za každý hodnocený aspekt bude vynásoben vahou daného dílčího hodnotícího kritéria.

Návrh mediaplánu představuje rámec, který bude vybraným dodavatelem dále rozpracován v souladu se smlouvou.

- - -

Při rovnosti bodů bude vybrána nabídka účastníka s vyšší hodnotou referenčních zakázek doložených v rámci technické kvalifikace.

Poř.č. nabídky	**Hodnocený účastník**	**Nabídková cena** **Kč bez DPH**	**Bodová hodnota nabídky**	**Vážená bodová hodnota nabídky**
1	Agentura FOXY.cz s.r.o.	1 319 000,00	0,85	4,246
2	KNOWORIGIN s.r.o.	1 317 160,00	0,85	4,252
3	VISIBILITY DIGITAL s.r.o.	1 320 000,00	0,85	4,242
4	MEDIA AGE s.r.o.	1 120 000,00	1,00	5,000
5	Story TLRS s.r.o.	1 250 000,00	0,90	4,480
6	REMMARK a.s.	1 295 000,00	0,86	4,324

Poř.č. nabídky	Hodnocený účastník	Zkušenosti člena realizačního týmu body	Vážená bodová hodnota nabídky
1	Agentura FOXY.cz s.r.o.	20	2,00
2	KNOWORIGIN s.r.o.	20	2,00
3	VISIBILITY DIGITAL s.r.o.	20	2,00
4	MEDIA AGE s.r.o.	20	2,00
5	Story TLRS s.r.o.	20	2,00
6	REMMARK a.s.	20	2,00

Poř.č. nabídky	Hodnocený účastník	Návrh mediaplánu body	Vážená bodová hodnota nabídky
1	Agentura FOXY.cz s.r.o.	14,00	11,90
2	KNOWORIGIN s.r.o.	9,00	7,65
3	VISIBILITY DIGITAL s.r.o.	14,00	11,90
4	MEDIA AGE s.r.o.	18,00	15,30
5	Story TLRS s.r.o.	16,00	13,60
6	REMMARK a.s.	18,00	15,30

Poř.č. nabídky	Hodnocené firmy	Nabídková cena v Kč bez DPH	Zkušenosti člena realizačního týmu	Návrh mediaplánu	Součet
1	Agentura FOXY.cz s.r.o.	4,246	2,00	11,90	18,15
2	KNOWORIGIN s.r.o.	4,252	2,00	7,65	13,90
3	VISIBILITY DIGITAL s.r.o.	4,242	2,00	11,90	18,14
4	MEDIA AGE s.r.o.	5,000	2,00	15,30	22,30
5	Story TLRS s.r.o.	4,480	2,00	13,60	20,08
6	REMMARK a.s.	4,324	2,00	15,30	21,62

Výsledek hodnocení a pořadí nabídek vyplývá z níže uvedeného:

Pořadí v hodnocení	Název	IČO	Celkový počet bodů	Pořadové číslo nabídky
1.	MEDIA AGE s.r.o., se sídlem tř. kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno	26977958	22,30	4.
2.	REMMARK a.s., se sídlem Křemencova 178, 110 00 Praha 1	25652869	21,62	6.
3.	Story TLRS s.r.o., se sídlem Americká 415/36, 120 00 Praha 2	04160754	20,08	5.

4.	Agentura Foxy.cz, se sídlem Veselá 169/24, Brno, 602 00	06739792	18,15	1.
5.	VISIBILITY DIGITAL s.r.o., se sídlem Drtinova 557/10, Smíchov, 150 00 Praha	24305669	18,14	3.
6.	KNOWORIGIN s.r.o., se sídlem Komunardů 1608/20, 170 00 Praha 7	63677792	13,90	2.

Zadavatel posoudil splnění podmínek účasti vybraného dodavatele a konstatoval, že dodavatel splňuje veškeré stanovené podmínky. Podrobně je výsledek posouzení splnění podmínek účasti vybraného dodavatele zaznamenán v přiloženém protokolu o průběhu přezkumu. Protokol o průběhu přezkumu splňuje náležitosti zprávy o hodnocení nabídek ve smyslu § 119 odst. 2 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů.

Kvalifikovaný elektronický podpis:
Mgr. Marta Valešová
2024.03.04 11:57:00 CET