VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY NA VEŘEJNOU ZAKÁZKU MALÉHO ROZSAHU

ve smyslu ustanovení § 31, v návaznosti na ustanovení § 6 a § 27 zákona č. 134/2016 Sb.,
o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ")

TIC BRNO, příspěvková organizace, jako zadavatel veřejné zakázky malého rozsahu, vyzývá touto výzvou zájemce k podání nabídky na plnění veřejné zakázky:

Název zakázky:

„Realizace a správa online destinační kampaně Brno True Story"

(dále jen „veřejná zakázka" nebo „VZ")

Veřejná zakázka na:	~~Dodávky~~	**Služby**	~~stavební práce~~

Údaje o zadavateli:

TIC BRNO, příspěvková organizace
se sídlem: Radnická 365 / 2, Brno 602 00
IČO: 00101460, DIČ: CZ00101460
zapsaná v OR vedeném KS v Brně, oddíl Pr, vložka 18
zastoupená: Mgr. et Mgr. Janou Tichou Janulíkovou, ředitelkou organizace
kontaktní osoba: Mgr. Silvie Kadlčíková, tel.: +420 778 489 797, e-mail: kadlcikova@ticbrno.cz
(dále jen „zadavatel" nebo „TIC")

Zadavatel výslovně upozorňuje, že předmětná veřejná zakázka, co by veřejná zakázka malého rozsahu, je v souladu s ustanovením § 27 ZZVZ zadávaná mimo režim tohoto zákona při respektování základních zásad vymezených ustanovením § 6 téhož zákona.

Úvod / Kdo jsme:

Jsme **TIC BRNO**. Příspěvková organizace města Brna, která je tu pro turisty i místní obyvatele. Zajišťujeme marketingovou komunikaci města a řídíme destinační značku Brno True Story. Vydáváme tematické tiskoviny i kolekce suvenýrů tak, aby návštěvníci v Brně našli a odvezli si z něj to nejhezčí. Turisté se dobře zorientují také díky našim infocentrům a portálu GOtoBRNO.cz, obyvatelé města dostávají pravidelnou dávku informací v měsíčníku KAM/WHERE. Dále se staráme o brněnské podzemí, Vodojemy Žlutý kopec a další památky, provozujeme Kino Art, Galerii TIC nebo vydáváme průvodce rozmanitou brněnskou gastronomií s názvem Gourmet Brno. V roce 2026 plánujeme pokračovat v propagaci v zahraničí a prezentovat zde autentický obsah.

Náš příběh je **#brnotruestory**.

Brno True Story je destinační značka města Brna určena pro propagaci v zahraničí. Jejím základem je autenticita a upřímnost. Proto v rámci komunikace téměř nevyužíváme umělá videa ani stylizované fotografie, ale obsah přímo z akcí či města jako takového. Jsme město, ve kterém turista ví, proč do Brna přijel a jaké hodnoty mu dává. Brno True Story má být jedinečné DNA, které vyvěrá přímo z města a láká sem lidi mladé duchem, kteří vyhledávají požitkářství, silné komunity a alternativu (kulturní, i vůči ostatním městům).

Pro rok 2026 pokračujeme v dlouhodobé strategii zahrnující konkrétní cílové trhy a cílové skupiny, kterým chceme komunikovat šest zásadních témat v průběhu roku.

Popis předmětu a cílových skupin veřejné zakázky

Předmětem zakázky je **Realizace a správa online destinační kampaně Brno True Story.**

Předmětem veřejné zakázky je uzavření smlouvy s dodavatelem na zajištění propagace značky Brno True Story v online prostředí tak, aby bylo zajištěno šíření značky a jejich hodnot v zahraničí. Realizovaná online kampaň by měla také inspirovat a motivovat případné zájemce k návštěvě Brna. Cílové trhy pro rok 2026 jsou Polsko, Slovensko, Rakousko, Německo a Maďarsko.

Předmět veřejné zakázky bude realizován dodavatelem zaměřeným na online prostor, schopným úzce spolupracovat se Zadavatelem a dalšími dodavateli Zadavatele, kteří zabezpečují dodání kreativního obsahu pro realizaci předmětu veřejné zakázky. Jinými slovy – grafický obsah, formáty i copywriting dodává dodavateli přímo TIC Brno, předmětem veřejné zakázky není tvorba kreativního obsahu, pouze jeho implementace v online prostoru.

Jednotlivé body předmětu veřejné zakázky:

A. Nákup nejvhodnějšího a nejvýhodnějšího mediálního prostoru zahrnující:

1. Plánování médií a kampaní.
2. Správa kampaní.
3. Návrh způsobu sdílení obsahu s klientem.
4. Návrh reportingu a vyhodnocení kampaní.
5. Cena.

B. Komunikační online strategie pro rok 2026 zahrnující:

1. Celoroční komunikační mix.
2. Timing.
3. Online platformy.
4. Formáty.
5. Metriky – stanovení KPI a rozpočtu pro jejich dosažení.
6. Vyhodnocení.

Územní cílení kampaně*:

**Primární města + sekundární v závorce*

- **Polsko** - Katovice, Krakov, Vratislav, Poznaň (Varšava)
- **Slovensko** – Bratislava (Žilina, Košice)
- **Rakousko** - Vídeň a její okolí, např. St. Pölten, Graz (Linz)
- **Maďarsko** - Budapešť
- **Německo** - Drážďany, Lipsko (Berlín, Mnichov)

Jaká témata budeme v roce 2026 komunikovat?

1. Vodojemy Žlutý kopec
2. Brněnské Vánoce
3. Brněnská gastronomie a Gourmet Brno
4. Letní festivaly
5. Moto GP
6. Webová aplikace na seznamovacím principu "**BRNO MATCH**" (klasická a vánoční verze – dostupná vždy na https://brnomatch.cz/).

Cílové skupiny veřejné zakázky:

1) **Singles, kteří chtějí zažít unikátní zážitek:**
   - Věk: 25-30 let (můžeme zařadit i studenty);
   - Alternativní, milující hudbu, zábavu, společnost dalších mladých lidí, ale i hezké prostředí funkcionalismu, industriální architekturu, parky, bary.
   - 20 % CÍLENÍ

2) **Dámská jízda:**
   - Věk: 25-50 let,
   - Parta žen, které si přijedou užít svůj čas do Brna zrelaxovat, bavit se, užívat si to, že mohou 3 dny dělat co chtějí - dobré hotely, jídlo, wellness, procházka, zajít si na víno.
   - 30 % CÍLENÍ

3) **Prázdné hnízdo:**
   - Věk: 40+, manželský či partnerský pár;
   - Zcestovalí, vkusní, požitkářští, vzdělaní, mladí duchem, kteří chtějí vidět něco jiného a nového, sami, bez dětí, podle sebe.
   - 50 % CÍLENÍ

Vymezení cíle veřejné zakázky

Přímým cílem veřejné zakázky je:

- zajistit maximální efektivitu kampaně jak z hlediska kvality pokrytí cílové skupiny, tak využití finančních prostředků Zadavatele,
- zajistit Zadavateli konkurenční výhody,
- zajistit, že Zadavatel dostane špičkovou službu v oblasti strategického a detailního plánování a nákupu médií (pracovníci Dodavatele by měly mít široké odborné znalosti a schopnost rychle a operativně řešit potřeby Zadavatele), a maximálně transparentní partnerství,
- zajistit stálou odpovědnost za udržení co nejvyšší komunikační efektivity (hodnocení výkonu).

Zprostředkovaným cílem veřejné zakázky je zlepšení prezentace města Brna coby destinace cestovního ruchu, a to za účelem zvýšení návštěvnosti města Brna zejména ze strany turistů z Polska, Slovenska, Německa, Rakouska a Maďarska.

Hodnota veřejné zakázky

Komplexní řešení zakázky bude vycházet z návrhu uvedeného v nabídce a bude rozpracováno dle připomínek zadavatele.

Zadavatel uhradí vítěznému dodavateli za celý předmět plnění dle této výzvy celkovou částku ve výši 2 000 000 Kč bez DPH.

Zadavatel požaduje, aby dodavatel navrhl složení kampaně v návaznosti na komunikační témata a cílové skupiny se zahrnutím těchto složek:

- Kampaně ve vyhledávání;
- Displejové kampaně;
- Kampaně na sociálních sítích;

přičemž složení kampaně z hlediska rozpočtu na jednotlivé složky, platformy, územní cílení a časového harmonogramu bude na uvážení dodavatele.

Mediální nákup je součástí této veřejné zakázky.

Cena za agenturní práce je součástí celkové částky 2 000 000 Kč bez DPH.

Zadavatel zaručuje předání grafických výstupů a copywritingu s dostatečným předstihem dle domluvy s Dodavatelem.

Vybraný dodavatel je povinen zadavateli:

1. Průběžně dokládat plnění kampaně formou měsíčního reportingu vždy první týden v měsíci za měsíc předchozí, ať už formou osobní či online schůzky.
2. Reporty budou obsahovat průběžný přehled realizace předmětu plnění, včetně návrhů na průběžné úpravy media plánu, tak aby takové návrhy úprav směřovaly k naplnění cíle veřejné zakázky, a včetně postbuy analýzy.
3. Bezprostředně po uzavření smlouvy na plnění této veřejné zakázky umožnit náhledový přístup do všech jednotlivých inzertních systémů u koncových dodavatelů, které dodavatel na základě zvoleného komunikačního mixu a mediaplánů využije a ze kterých budou jednotlivé reklamy hrazeny, například Meta Business Suite, Google Ads, Pinterest Ads a další.

Porušení těchto povinností ad 1. – 3. bude považováno za podstatné porušení smlouvy.

Náležitosti předkládané nabídky

Dodavatel musí předložit strukturovanou nabídku, ze které bude patrné, jakým způsobem navrhuje využít výše uvedený rozpočet. Nezbytnou součástí nabídky je rozpad rozpočtů z hlediska toho, jakým způsobem budou rozpočty využity dle jednotlivých zvolených platforem a ideálně i jednotlivých cílových zemí. Stejně je nezbytné, aby dodavatel předestřel, jaké na jeho straně vznikají náklady se zprostředkováním celé kampaně, kterou jsou součástí celkového rozpočtu 2 000 000 Kč bez DPH.

Modifikace předmětu veřejné zakázky dle vyhodnocování plnění cílů veřejné zakázky:

Plnění předmětu veřejné zakázky bude probíhat dle smlouvy o předmětu veřejné zakázky včetně všech jejích příloh a dále též dle pokynů zadavatele.

Zadavatel bude oprávněn svými pokyny modifikovat předmět veřejné zakázky stanovený smlouvou o předmětu veřejné zakázky včetně všech jejích příloh přiměřeně s přihlédnutím k aktuálnímu vývoji realizace online marketingové kampaně a s přihlédnutím k aktuálnímu vývoji naplňování cíle veřejné zakázky.

Vítězný dodavatel se bude řídit pokyny zadavatele, když náklady na jejich realizaci jsou již zahrnuty v celkové úplatě za předmět veřejné zakázky stanovené nabídkou dodavatele. Vítězný dodavatel pokynům zadavatele vyhoví vždy ve lhůtě k tomuto účelu stanovené nabídkou dodavatele.

Pro plnění předmětu veřejné zakázky je zadavatel oprávněn výše uvedené rozložení celkového rozpočtu modifikovat. Vítězný dodavatel je povinen plnění předmětu veřejné zakázky v uvedeném období přizpůsobit pokynům zadavatele.

Reportování:

Dodavatel bude zadavateli průběžně dokládat plnění kampaně formou měsíčního reportingu minimálně po předpokládanou dobu plnění zakázky ideálně vždy první týden v měsíci za měsíc předchozí, ať už formou osobní či online schůzky. Zadavatel po dodavateli požaduje pravidelné dodávání reportů obsahujících průběžný přehled realizace předmětu veřejné zakázky, včetně návrhů na průběžné úpravy media plánu, tak aby takové návrhy úprav směřovaly k naplnění cíle veřejné zakázky. Dodavatel ve své nabídce může navrhnout další složky pravidelných reportů.

Nabídka tedy musí povinně obsahovat:

Výkonnostní kritéria:
- Cílové CTA;
- Zvolené online platformy, kde bude online kampaň probíhat (a zdůvodnění tohoto výběru);
- Míra prokliků;
- Míra zobrazení.

Rozpad rozpočtů:
- Z hlediska zvolených platforem, míry prokliků a zobrazení.

Způsob reportingu.

Monitorovací indikátory naplnění cíle kampaně

(Po zahájení výkonu předmětu veřejné zakázky vybraným Dodavatelem)

- Množství zobrazení / kliknutí / shlédnutí reklam na webových stránkách a sociálních sítích;
- Nárůst návštěvnosti jazykových mutací stránek Go To Brno (https://www.gotobrno.cz);
- Nárůst návštěvnosti stránek Vodojemů Žlutý kopec (https://vodojemybrno.cz/), a Brno Match (https://brnomatch.cz/) případně dalších speciálních dopadových stránek k jednotlivým tématům pro rok 2026 (Brněnské Vánoce, letní festivaly, Moto GP, Gourmet Brno, ad.)
- Nárůst sledujících na instagramovém profilu @gotobrno.

Předpokládaná doba plnění VZ	**únor až prosinec 2026**
Hodnota VZ:	**Zadavatel uhradí vítěznému dodavateli za celý předmět plnění dle této výzvy celkovou částku ve výši 2 000 000,- Kč bez DPH.**
Místo plnění VZ:	**Polsko, Slovensko, Rakousko, Německo, Maďarsko**
Prokázání kvalifikace dodavatelem:	Dodavatel je povinen nejpozději do lhůty stanovené pro podání nabídek prokázat svoji kvalifikaci: a) splněním základní způsobilosti b) splněním profesní způsobilosti c) splněním technické kvalifikace
a) Základní způsobilosti	Splnění základních kvalifikačních předpokladů prokáže dodavatel podpisem čestného prohlášení. Čestné prohlášení musí být podepsáno osobou, která je oprávněna jednat jménem či za dodavatele.
b) Profesní způsobilosti	1. Oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci (výpis ze živnostenského rejstříku) a současně: 2. Výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán. 3. Výše uvedené doklady mohou být nahrazeny výpisem ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů dle ust. § 226 a násl. Zák. č. 134/2016 Sb.

TIC BRNO
Příspěvková organizace
Radnická 365/2, 602 00 Brno

+420 542 427 111
tic@ticbrno.cz
www.ticbrno.cz

IČO: 00101460
DIČ: CZ00101460
Organizace zapsaná v OR u KS Brno, odd. pr. vl. 18

Bankovní spojení: Komerční banka Brno-město, č. ú. 831621/0100
IBAN: CZ8801000000000000831621
Swift kód: KOMBCZPPXXX

	Doklady prokazující splnění profesní způsobilosti předloží dodavatel v prosté kopii a ve znění ne starším než 90 dní ke dni podání nabídky. Zadavatel může po vybraném dodavateli požadovat před podpisem smlouvy předložení originálů nebo ověřených kopií dokladů prokazujících splnění kvalifikace tohoto dodavatele, ne starší 90 dní. V takovém případě je dodavatel povinen originály nebo ověřené kopie dokladů prokazujících splnění kvalifikace poskytnout.
c) Technická kvalifikace:	Splnění technických kvalifikačních předpokladů prokáže dodavatel doložením realizace minimálně dvou zakázek shodného, či obdobného charakteru a velikosti zajištěných v posledních třech letech, jejichž hodnota realizace byla minimálně 1 000 000 Kč bez DPH. V přehledu dvou referenčních zakázek bude v popisu každé zakázky uvedeno: 1. Období realizace zakázky a její rozsah; 2. Název zakázky nebo stručný popis; 3. Kontaktní osoby odběratele, jemuž byla veřejná zakázka poskytnuta; 4. Odběrateli účastníka výběrového řízení potvrzená reference. Referenční zakázku nemusí předkládat dodavatel, jedná – li se o zakázku zadavatele.

Kritéria pro hodnocení nabídek

Nabídky budou hodnoceny dle ekonomické výhodnosti nabídek, která bude hodnocena dle následujících kritérií kvality:

a) Počet prokliků ***Váha kritéria – 35 %***	Nejlépe bude hodnocena taková nabídka, která garantuje po dobu trvání / realizace předmětu plnění dle této výzvy nejvyšší počet reálných prokliků na platformy, které v rámci komunikace využíváme - primárně server GotoBrno.cz, sekundárně stránky jednotlivých zapojených subjektů... *Hodnota hodnocené nabídky* *---------- x 35* *Hodnota nejvhodnější nabídky*
b) Počet zobrazení ***Váha kritéria – 25 %***	Nejlépe bude hodnocena taková nabídka, jež garantuje doručení informace nesoucí image města či klíčové komunikační aktivity nejvyššímu počtu zástupců správných cílových skupin. *Hodnota hodnocené nabídky* *---------- x 25* *Hodnota nejvhodnější nabídky*
c) Kvalita a struktura rozpočtu a logika komunikační strategie ***Váha kritéria – 40 %***	Nejlépe bude hodnocena taková nabídka, jež předloží nejpropracovanější a nejpodrobnější komunikační strategii s ohledem na zvolené platformy, časové rozložení, územní rozložení, cílové skupiny a témata.

TIC BRNO
Příspěvková organizace
Radnická 365/2, 602 00 Brno
+420 542 427 111
tic@ticbrno.cz
www.ticbrno.cz
IČO: 00101460
DIČ: CZ00101460
Organizace zapsaná v OR u KS Brno, odd. pr. vl. 18
Bankovní spojení: Komerční banka Brno-město, č. ú. 831621/0100
IBAN: CZ8801000000000000831621
Swift kód: KOMBCZPPXXX

Způsob hodnocení nabídek

Způsob hodnocení v kritériích ad a) a b), která lze vyjádřit číselně, je uveden výše.

Pro kritérium ad c), které nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnotící komise pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Ve zprávě o posouzení a hodnocení nabídek bude odůvodněno přiřazení konkrétních hodnot v každém dílčím kritériu u každé jednotlivé nabídky.

Získaný počet bodů bude vynásoben váhou toho kterého kritéria.

Určení pořadí dodavatelů:

Pořadí bude určeno na základě dosaženého součtu bodových hodnocení dle jednotlivých kritérií hodnocení. Vyšší součtové bodové hodnocení znamená vyšší pořadí.

Dodavatel s nejvyšším celkovým počtem bodů je první v pořadí.

U bodového hodnocení bude vždy u každého kritéria hodnocení provedeno zaokrouhlení na dvě desetinná místa dle pravidel zaokrouhlování.

V případě rovnosti bodových hodnot dvou či více nabídek rozhoduje o celkovém pořadí nabídek pořadí počet bodů přidělených v kritériu ad c).

Pokud i v tomto případě budou bodové hodnoty dvou či více nabídek shodné, rozhoduje o celkovém pořadí počet bodů přidělených v kritériu ad a). Pokud i v tomto případě budou bodové hodnoty dvou či více nabídek shodné, rozhoduje o celkovém pořadí počet bodů přidělených v kritériu ad b).

Pokud i v tomto případě budou bodové hodnoty dvou či více nabídek shodné, rozhodne o pořadí nabídek los za účasti notáře, nebo dodavatelů, jejichž nabídky obdržely stejný počet bodů, přičemž přednost má účast dodavatelů.

Vlastní sestavení nabídky dodavatele

Nabídka bude obsahovat a bude seřazena následovně:

1. Krycí list nabídky (Příloha č. 3 této zadávací dokumentace) obsahující informaci o počtu prokliků a počtu zobrazení;
2. Doklady, kterými dodavatel prokazuje kvalifikaci:
   a. Čestné prohlášení k základní způsobilosti;
   b. Oprávnění k podnikání;
   c. Výpis z obchodního rejstříku, je-li v něm dodavatel zapsán;
   d. Soupis dvou referenčních zakázek, včetně potvrzených referencí od odběratelů.
3. Návrh komunikační online strategie - určení a rozložení budgetu na displejové kampaně, na kampaně ve vyhledávání a na sociálních sítích vyjádřený v míře prokliků i zobrazení + cílové CTA, zvolené online platformy a jejich zdůvodnění, harmonogram kampaně, způsob reportingu.
4. Nepovinné přílohy, které mají dle vůle dodavatele tvořit obsah nabídky.

Obchodní podmínky

- Předmět veřejné zakázky bude realizován na základě smlouvy uzavřené mezi zadavatelem jako objednatelem a vybraným dodavatelem. Smlouva musí být v souladu se zadávací dokumentací a musí obsahovat níže uvedené platební a obchodní podmínky:
- Smlouva bude uzavřena **na dobu určitou do 31. 12. 2026.**
- Pro případ prodlení dodavatele s poskytnutím služby bude sjednána smluvní pokuta ve výši 0,05 % z ceny za službu za každý den prodlení se zhotovením či s dodáním.
- Platba za službu bude provedena na základě faktury dodavatele. Fakturace bude probíhat měsíčně, fakturována bude každý měsíc částka ve výši 200.000,- Kč bez DPH, tedy 1/11 z celkové odměny. Faktura bude mít náležitosti daňového dokladu ve smyslu zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, v platném znění, a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, v platném znění.
- Lhůta splatnosti faktury činí do 21 kalendářních dnů ode dne doručení řádně vyhotovené faktury zadavateli a bude uváděna na daňovém dokladu.
- Zadavatel je oprávněn fakturu vrátit před uplynutím její splatnosti, pokud nebude obsahovat zákonem stanovené náležitosti. Dodavatel je povinen vystavit fakturu novou s lhůtou splatnosti v délce 21 kalendářních dnů ode dne doručení zadavateli.
- Smlouvu bude možné vypovědět, přičemž výpovědní lhůta činí 1 měsíc a počne běžet od prvního dne kalendářního měsíce následujícího po doručení výpovědi druhé smluvní straně.
- Součástí smlouvy bude ujednání o tom, že si je dodavatel vědom toho, že je ve smyslu § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě, v platném znění, povinen spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.
- Smlouva bude podepsána oprávněnou osobou dodavatele, v souladu se způsobem jednání právnické či fyzické osoby dle platné legislativy, ve všech částech k podpisu určených.
- Nepodepsaná smlouva je nepodepsanou nabídkou ve smyslu zákona a je proto právně neúčinná. Nabídka, která bude obsahovat nepodepsanou smlouvu, bude ze soutěže vyloučena pro nesplnění podmínek zadávacího řízení.
- Pokud jedná jménem či za dodavatele zmocněnec na základě plné moci, musí být v nabídce za návrhem smlouvy předložena platná plná moc v originále nebo v úředně ověřené kopii.
- Pokud podává nabídku více dodavatelů společně, musí být v záhlaví smlouvy uvedeni všichni dodavatelé, kteří podávají společnou nabídku, a smlouvy musí být podepsány oprávněnou osobou všech dodavatelů, kteří podávají společnou nabídku, v souladu se způsobem jednání právnické či fyzické osoby podle občanského zákoníku (ve všech částech k podpisu určených).

Podáním nabídky se dodavatel zavazuje vzít na sebe nebezpečí změny okolností. Smluvně bude vyloučeno použití ustanovení § 1765 a § 1767 občanského zákoníku.

Pokyny pro zpracování nabídky

- Každý dodavatel může podat pouze jednu nabídku.
- Pokud dodavatel podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími dodavateli, nebo je subdodavatelem, jehož prostřednictvím jiný dodavatel v tomtéž zadávacím řízení prokazuje kvalifikaci, zadavatel všechny nabídky podané takovým dodavatelem vyřadí. Dodavatele, jehož nabídka byla vyřazena, zadavatel bezodkladně vyloučí z účasti v zadávacím řízení. Vyloučení dodavatele včetně důvodu zadavatel písemně oznámí dodavateli.
- Nabídka bude předložena v jednom vyhotovení v písemné formě, v českém jazyce. Přijímány budou pouze nabídky v nepoškozeném a neotevřeném obalu, obal bude označen výrazným textem: **"NEOTVÍRAT – VEŘEJNÁ ZAKÁZKA: „Realizace a správa online destinační kampaně Brno True Story.“** Na obálce bude dále uvedena **adresa zadavatele** a **adresa dodavatele.**
- Nabídka bude zabezpečena proti neoprávněné manipulaci s jednotlivými listy tak, aby bez násilného porušení „pečeti“ nebylo možno žádný list volně vyjmout. Pečeť bude podepsána osobou oprávněnou za dodavatele jednat a orazítkována. Všechny listy nabídky budou řádně očíslovány vzestupnou a nepřerušenou číselnou řadou, včetně všech vložených příloh.

Jiné požadavky zadavatele na plnění předmětu veřejné zakázky

- Zadavatel si vyhrazuje právo požadovat od vybraného dodavatele dodatečné dodání nabídky v elektronické podobě.
- Zadavatel si vyhrazuje právo přiměřeně změnit, příp. upřesnit zadávací podmínky.
- Zadavatel si vyhrazuje právo nerealizovat zakázku v plném rozsahu.
- Zadavatel si vyhrazuje právo přiměřeně změnit rozsah zakázky.
- Zadavatel si vyhrazuje právo po dohodě s vítězným dodavatelem upravit smluvní podmínky.
- Zadávací lhůta (lhůta, po kterou jsou dodavatelé svou nabídkou vázáni) činí 60 dnů a počíná běžet okamžikem skončení lhůty pro podání nabídek. V případě výběru této nabídky jako nejvhodnější se lhůta, po kterou je dodavatel svou nabídkou vázán, prodlužuje do uzavření smlouvy.
- Zadavatel si vyhrazuje právo kdykoliv zrušit zadávací řízení.
- Dle § 2e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole, ve znění pozdějších předpisů), je vybraný dodavatel osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.
- Dodavatel bere na vědomí povinnost zadavatele vyplývající ze zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů a podáním nabídky vyjadřuje souhlas s možným zveřejněním nabídky, příp. smlouvy, pokud dojde k jejímu uzavření, nicméně informace obsahující osobní údaje, které dodavatel zadavateli poskytne, bude zadavatel zpracovávat v souladu se zásadami o zpracování osobních údajů vyplývajícími z nařízení o ochraně osobních údajů.
- Dodavatelé jsou oprávněni požadovat po zadavateli dodatečné informace, a to písemnou formou; žádosti o dodatečné informace je třeba adresovat kontaktním osobám uvedeným v záhlaví zadávací dokumentace; žádosti o dodatečné informace musí být zadavateli doručeny nejpozději 3 pracovní dny před uplynutím lhůty podání nabídek.
- Výběrem nejvhodnější nabídky dodavateli nevzniká právní vztah.
- Předložením obchodních podmínek ve formě smlouvy dodavateli nevzniká právo na její realizaci v nezměněné podobě.
- V případě, že se strany nedohodnou na obsahu smluvních podmínek, je zadavatel oprávněn uzavřít smlouvu s dodavatelem, který se umístil druhý v pořadí.
- Dodavatel se podáním nabídky zavazuje vzít na sebe nebezpečí změny okolností. Smluvně bude vyloučeno použití ustanovení § 1765 až § 1767 Občanského zákoníku.

Lhůta pro podání nabídky:

Nabídky budou zadavateli doručeny do: 12. 1. 2026 do 9:30 hod.

Místo pro předání nabídek:

Nabídky budou předány osobně nebo poštou na adresu zadavatele:

TIC BRNO, příspěvková organizace,
podatelna (přízemí - sekretariát),
Radnická 2, 602 00 Brno.

Úřední hodiny sekretariátu:

PO a ST 9:00 - 11.30 hod. a 13:00 – 15:00 hod.

ÚT A ČT 9:00 - 11.30 hod. a 13:00 – 14:00 hod.

PÁ 9:00 – 11:30 hod.

V Brně dne: 4. 11. 2022

Mgr. et Mgr. Jana Tichá Janulíková
ředitelka organizace
TIC BRNO, příspěvková organizace

TIC BRNO
příspěvková organizace
www.ticbrno.cz
Radnická 365/2 • 602 00 Brno
IČO: 00101460
DIČ: CZ00101460

Přílohy:

Příloha 1 | Ukázky kreativ destinační kampaně Brno True Story

Příloha 2 | Strategie destinačního managementu a marketingu města Brna 2023—2027

Příloha 3 | Krycí list nabídky

Příloha 4 | Vzor čestného prohlášení – základní způsobilost

Příloha 5 | Zjednodušená informace o GDPR

TIC BRNO
Příspěvková organizace
Radnická 365/2, 602 00 Brno

+420 542 427 111
tic@ticbrno.cz
www.ticbrno.cz

IČO: 00101460
DIČ: CZ00101460
Organizace zapsaná v OR u KS Brno, odd. pr. vl. 18

Bankovní spojení: Komerční banka Brno-město, č. ú. 831621/0100
IBAN: CZ8801000000000000831621
Swift kód: KOMBCZPPXXX