Informace k provedení cenového marketingu (CM) v Programu rozvoje venkova:

- rozešlete **stejnou písemnou poptávku** minimálně **3 různým** potenciálním **dodavatelům**. Uchovejte i prokázání způsobu doručení. Poptávka musí být zadána tak, aby nedošlo k rozdílu v kvalitě a množství. Musí být porovnáváno porovnatelné (*všechny nabídky musí splňovat všechny žadatelem poptávané parametry*), nesmí být zvýhodněn 1 dodavatel, **nesmíte poptávat konkrétní typ výrobku nebo konkrétní značku nebo výrobce,** poptávka nesmí být tak specifická, aby jí vyhověl pouze jeden konkrétní výrobek.

  Poptávejte to, co máte naspáno v žádosti o dotaci na straně C1. Při kontrole na místě (probíhá před vyplacením dotace) je kontrolováno, zda technické údaje pořízeného předmětu, služby či stavby odpovídají údajům ze strany C1 žádosti o dotaci. Dobrou praxí je neuvádět do poptávky velké množství technických parametrů. Uvádějte pouze parametry, které jsou pro vás zásadní.

- **v případě stavebních prací přiložte k poptávce slepý rozpočet vytvořený v systému URS, RTS nebo Callida**
- nabídku poptejte včetně dopravy a případně montáže, pokud nebudou uvedeny v nabídce a budou fakturovány, nelze tyto náklady uznat
- je možné dokládat cenu i nabídkami z internetu – **POZOR!**: SZIF považuje za **průkazný pouze print screen**, ze kterého je vidět i datum vytištění nabídky
- k vyhodnocení cenového marketingu je **nutné získat 3 platné cenové nabídky** od **3 různých** dodavatelů **alespoň na dva různé výrobky** (tzn. např. jiná značka nebo výrobce). *(Nestačí 3 nabídky od 3 dodavatelů na úplně stejný výrobek.)*
- proveďte **vyhodnocení nabídek** do tabulky (viz vzor CM - vyhodnocení), všechny **údaje v tabulce musí být podloženy písemnou či e-mailovou nabídkou** dodavatele nebo vytištěnou nabídkou z internetu
- u CM **postupujte v logickém časovém sledu** (kontrolují se data):
  poptávka => nabídky => vyhodnocení CM => kupní smlouva/objednávka (podepsaná/vystavená až po podání žádosti o dotaci na MAS !!!) => realizace projektu => předávací protokol/dodací list => vystavení faktury dodavatelem => úhrada žadatelem => žádost o platbu
- u nabídek musí být uveden **datum vyhotovení** a jejich **platnost**, pokud platnost není uvedena, předpokládá se, že uvedené ceny platí zhruba 1 měsíc od vystavení nabídky
- **vyhodnocení** cenového marketingu musí být **provedeno v době platnosti všech nabídek**
- **musíte zadat zakázku nejnižší cenové nabídce**
- s vybraným dodavatelem musí být podepsána **Kupní smlouva,** u zakázek do 500 000 Kč bez DPH stačí **vystavit řádnou písemnou objednávku**
- žadatel nesmí umožnit podstatnou změnu závazku ze smlouvy, kterou s dodavatelem uzavřel

Dokumentace k cenovému marketingu se **u zakázek do 500 000 Kč bez DPH dokládá k Žádosti o platbu.** *Přikládají se tyto dokumenty: ≈ vyhodnocovací tabulka cenového marketingu, ≈ písemné kupní smlouvy nebo objednávky s vybraným dodavatelem, ≈ nabídkové a ≈ pokud byly vyhotoveny, tak i poptávkové podklady pro sestavení tabulky CM, ≈ dodací list, ≈ faktura*

Pokud žadatel zjistí existenci pouze jednoho nebo dvou možných dodavatelů, **má možnost zadat zakázku prostřednictvím elektronického tržiště.**

Doporučení: Uschovejte veškerou korespondenci s dodavateli pro případ jejího pozdějšího vyžádání ze strany RO SZIF.

Důležité informace!!!

V případě cenového marketingu:

- nesmí zadavatel vyzvat osobu (FO, PO), která má vztah k žadateli, jako k zadavateli zakázky, tj. nesmí vyzvat osobu blízkou (§ 22, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů) **nebo osobu, která je personálně (např. dle výpisu z registrů) nebo majetkově propojena s žadatelem/příjemcem dotace.** Za propojenou osobu se pro tyto účely považuje rovněž právnická osoba, jejímž statutárním orgánem/členem statutárního orgánu je pro zadavatele/žadatele osoba blízká a/nebo osoba, která je osobou blízkou ve vztahu ke statutárnímu orgánu/členu statutárního orgánu zadavatele/žadatele. Účastníky porušující podmínky stanovené v tomto odstavci musí zadavatel ze soutěže vyloučit.

Osoba blízká dle Zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník
§ 22
(1) Osoba blízká je příbuzný v řadě přímé, sourozenec a manžel nebo partner podle jiného zákona upravujícího registrované partnerství (dále jen „partner“); jiné osoby v poměru rodinném nebo obdobném se pokládají za osoby sobě navzájem blízké, pokud by újmu, kterou utrpěla jedna z nich, druhá důvodně pociťovala jako újmu vlastní. Má se za to, že osobami blízkými jsou i osoby sešvagřené nebo osoby, které spolu trvale žijí.

- **dodavatel, který je zahrnut do cenového marketingu, nesmí být současně poddodavatelem jiného dodavatele v tomtéž cenovém marketingu**. Takovéto účastníky musí zadavatel ze soutěže vyloučit. Dodavatel, který není zahrnut do cenového marketingu, však může být poddodavatelem více účastníků v tomtéž cenovém marketingu.

- **dodavatel, který je zahrnut do cenového marketingu, nesmí být personálně ani majetkově propojen s jiným dodavatelem v tomtéž cenovém marketingu**. Takovéto účastníky musí zadavatel ze soutěže vyloučit.

PRO OBCE: Prosím věnujte pozornost dokumentu ***Cenový marketing - důležitá_informace_pro_obce_-_výklad_k CM***, který je uveřejněn na těchto webových stránkách : PRV | MAS Boleslavsko (mas-boleslavsko.cz)

Veřejný zadavatel přiloží čestné prohlášení, že výběr dodavatele proběhl **v souladu s §4b zákona 159/2006 Sb**.