



VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE Č. 2

Název veřejné zakázky:	Komunikační strategie – informovanost spotřebitelů 1 – Kreativita
Evidenční číslo VZ:	Z2024-007760
Druh zadávacího řízení:	Otevřené řízení dle § 56 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek („ZZVZ“)

Zadavatel:	Česká republika – Ministerstvo zemědělství
Sídlem:	Těšnov 65/17, 110 00 Praha 1 – Nové Město
Zastoupený:	Ing. Pavel Pojer, ředitel, Odbor Řídící orgán Operačního programu Rybářství
IČO:	00020478

Česká republika – Ministerstvo zemědělství jako zadavatel výše uvedené veřejné zakázky obdržel dne 22.02.2024 žádost o vysvětlení zadávací dokumentace. Níže uvádíme její úplné znění společně s odpovědí zadavatele.

Otázka č. 1

Dobrý den,

ráda bych se zeptala na požadované výstupy kreativní části této zakázky.

Prosím o upřesnění, zda se jedná o koncepční a grafickou přípravu, nebo i samotnou výrobu. Zmátla nás formulace ve výčtu požadovaných úkonů v dílčím plnění č. 1, kde se hovoří o produkci a vlastní výrobě zvukově-obrazové reklamy.



Dále bych se ráda zeptala na formát videospotu, zda je stanovena jeho délka a způsob použití (TV, internet...).

Děkuji,

(anonymizace tazatele)

Odpověď zadavatele

Zadavatel uvádí, že dle formulace předmětu plnění v čl. I bod č. 2 Závazného textu návrhu rámcové smlouvy s přílohami (který je přílohou č. 1 Zadávací dokumentace) je definováno, že „Předmětem této Rámcové smlouvy je závazek Zhotovitele **zajistit kreativní návrh a produkci** audio video formátů na podporu zvýšení informovanosti spotřebitelů o prospěšnosti konzumace sladkovodních ryb a enviromentálních přínosech sladkovodní akvakultury“. V bližší specifikaci dílčího plnění č. 1 je mimo jiné uvedeno, že se jedná o „**vypracování návrhů a její produkce pro jednotlivá média/komunikační kanály použité v kampani, vlastní výroba zvukově-obrazové reklamy**“. Stejná definice je uvedena i v Příloze č. 1 Smlouvy – podrobná specifikace.

Z uvedeného vyplývá, že se jedná o koncepční a grafickou přípravu i samotnou výrobu audio/video formátů.

K dotazu ohledně videospotu zadavatel uvádí, že pro účely propagace v TV médiích se bude jednat o spot v délce 30 s., sponzorský vzkaz v délce 10 s., reportáž/minipořad v délce 3 min. Dále o kino spot v délce 30 s. Pro internetová média se bude jednat o video spot a video v délkách dle potřeb jednotlivých video formátů, max 30 s.

S ohledem na charakter vysvětlení zadávací dokumentace se zadavatel rozhodl ponechat původní lhůtu pro podání nabídek. Nabídky je tedy možné podat do 21.3.2024 do 10 hod.

V Praze dne: *shodné s datem a časem el. podpisu*

Česká republika – Ministerstvo zemědělství

Ing. Pavel Pojer

ředitel

Odbor Řídící orgán Operačního programu Rybářství