



## VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE Č. 3

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

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

Dobrý den,

obracíme se na vás s dotazy k veřejné zakázce,

### **Otázka č. 1**

Jaké konkrétní kreativní výstupy (formáty) mají být odevzdány?

Např. má být vytvořen klíčový vizuál a ten rozpracován pro názornost na dva nosiče?



### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel uvádí, že v rámci hodnocení kvality navrhovaného řešení dle subkritéria **2.B Subkritérium – Kreativní strategie kampaně** bude hodnotit jednotlivé části a zároveň tyto části ve vzájemných souvislostech tak, aby toto řešení bylo v souladu s navrhovanou komunikační strategií. Konkrétní výstup není definovaný a musí obsahovat veškeré požadované části dle subkritéria **2.B Subkritérium – Kreativní strategie kampaně**, a to například klíčový vizuál a hlavní sdělení, refresh loga, návrh redesignu webové stránky.

### **Otázka č. 2**

V zadávací dokumentaci nejsou uvedeny cílové skupiny, pro které je kampaň určena. Prosíme o jejich definici.

### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel uvádí, že cílová skupina komunikační kampaně je uvedena v Komunikační strategii ČÁST 1: se zaměřením na zvýšení informovanosti spotřebitelů o prospěšnosti konzumace sladkovodních ryb a environmentálních přínosech sladkovodní akvakultury, a to v samostatné kapitole (str. 52 – str. 68).

Odkaz na znění komunikační strategie je k dispozici v příloze č. 1 závazného textu návrhu Rámcové smlouvy (příloha č. 1 zadávací dokumentace), nebo přímo na webových stránkách Ministerstva zemědělství:

<https://eagri.cz/public/web/mze/dotace/operacni-program-rybarstvi-na-obdobi-2021-2027/komunikacni-strategie.html>

### **Otázka č. 3**

Abychom mohli efektivně naplánovat kampaň, potřebujeme znát výchozí situaci a požadovaný konečný stav (definice cílů).

Máme vycházet z tři roky starého dokumentu, na který je odkaz ve smlouvě?



### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel uvádí, že účastník zadávacího řízení vychází z vypracované Komunikační strategie na podporu informovanosti spotřebitelů, která nastavuje a doporučuje jednotlivé nástroje komunikace včetně finanční alokace a mediaplánu na roky 2023 až 2029. Při vypracování návrhu efektivní kampaně zohlední účastník analýzu situace z dostupných zdrojů a aktuální předpokládanou hodnotu za nákup médií 11 700 000,- Kč bez DPH a předpokládanou hodnotu produkce 1 600 000,- Kč bez DPH.

### **Otázka č. 4**

V příložených dokumentech je návrh strategie a alokace nástrojů a rozpočtu do roku 2029 včetně mediaplánu pro rok 2024 – Chápeme správně, že máme navrhnout vlastní řešení, když zadavatel bude hodnotit komunikační mix? V zadávací dokumentaci je uvedeno: V rámci tohoto subkritéria bude zadavatel hodnotit kvalitu komunikačního mixu především z hlediska efektivity vynaložených finančních prostředků. V rámci hodnocení kvality komunikačního mixu ATL/BTL bude zadavatel posuzovat:...

### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel uvádí, že předpokládaná hodnota za nákup médií činí 11 700 000,- Kč bez DPH a předpokládaná hodnota produkce (tj. zajištění eventů, reklamní a PR produkce, grafická a předtisková příprava a výroba propagačních materiálů, výroba technických podkladů, správa webových stránek, správa sociálních sítí) činí 1 600 000,- Kč bez DPH.

Zadavatel bude hodnotit kvalitu navrženého komunikačního mixu, a to s ohledem na výši předpokládaných hodnot pro nákup médií a produkce a dobu trvání Rámcové smlouvy.

Účastník zadávacího řízení vychází z komunikačního mixu navrženého Komunikační strategií ČÁST 1: se zaměřením na zvýšení informovanosti spotřebitelů o prospěšnosti konzumace sladkovodních ryb a environmentálních přínosech sladkovodní akvakultury, který ale lze upravit podle aktuální situace a dle doporučení účastníka zadávacího řízení viz printscreen zadávací dokumentace, hodnocení kvality nabízeného řešení- **2.C Subkritérium - Návrh komunikačního mixu ATL/BTL aktivit:**



## **2.C Subkritérium - Návrh komunikačního mixu ATL/BTL aktivit:**

V rámci tohoto subkritéria bude zadavatel hodnotit kvalitu komunikačního mixu především z hlediska efektivity vynaložených finančních prostředků. V rámci hodnocení kvality komunikačního mixu ATL/BTL bude zadavatel posuzovat:

- využití relevantních dat pro plánování komunikačních prostředků/nástrojů
- optimalizaci komunikačních prostředků/nástrojů z komunikační strategie vzhledem k předpokládané hodnotě části veřejné zakázky
- optimalizaci komunikačních prostředků/nástrojů za účelem maximalizace efektivního zásahu cílové skupiny/jejich segmentů
- harmonogram (časový plán) z pohledu vhodné sezonality a cross komunikační optimalizace
- doporučení vizuální i zvukové podoby zpracování kampaně pro jednotlivé media typy a formáty
- přehlednost a správnost údajů uvedených v komunikačním plánu ATL/BTLnávrh metodiky vyhodnocení komunikačního plánu ATL/BTL

Hodnotící komise bude v rámci tohoto subkritéria hodnotit položky komunikačního plánu ATL/BTL jednotlivě i ve vzájemných souvislostech. Jako nejvhodnější nabídka bude vyhodnocen takový komunikační plán ATL/BTL, který bude přehledný, obsahově i formálně správný, bude vycházet z dostatečného množství relevantních dat, využívat relevantní techniky zpracování, bude obsahovat relevantní statistiky a explikaci využitých komunikačních prostředků/nástrojů, bude nejlépe optimalizován z pohledu efektivity zásahu cílové skupiny, sezonality komunikace i nasazení vhodného zpracování vizuální a zvukové podoby komunikace pro jednotlivá média a bude tak přispívat k dosažení termín dodání podkladů do médií.

### **Otázka č. 5**

Jaká je povinná publicita v rámci grafických a textových výstupů

### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel uvádí, že dodavatel je povinen postupovat v souladu s Manuálem jednotného vizuálního stylu Evropských fondů, Manuálem jednotného vizuálního stylu MZe a v souladu s metodickým pokynem pro oblast indikátorů, evaluací a publicity v programovém období 2021–2027. Dokumenty jsou k nalezení na odkazech a jsou taky přílohou tohoto vysvětlené zadávací dokumentace:

<https://portal.mze.cz/public/portal/-q284685---DOKPvUfq/manual-jednotneho-vizualniho-stylu-fondu>



<https://portal.mze.cz/public/portal/-q391535---vpA3rKup/manual-vizualniho-stylu-mze>

[https://www.dotaceeu.cz/getmedia/3e6a30f5-8c17-46b2-9229-10760c2c7c02/MP-IEP-2021-2027\\_v2.pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.dotaceeu.cz/getmedia/3e6a30f5-8c17-46b2-9229-10760c2c7c02/MP-IEP-2021-2027_v2.pdf.aspx?ext=.pdf)

[https://eagri.cz/public/portal/-a25690---J\\_XjNTda/generator-povinne-publicity? linka=a518686](https://eagri.cz/public/portal/-a25690---J_XjNTda/generator-povinne-publicity? linka=a518686)

### **Otázka č. 6**

Ve smlouvě jsou uvedeny odkazy na dokumenty volně ke stažení str. 20, některé odkazy jsou nefunkční. Proto žádáme o zpřístupnění.

### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel poskytuje odkazy na dokumenty a zároveň dokumenty přikládá přílohou tohoto vysvětlení.

- Zelená dohoda pro Evropu:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640>

- Strategie „od zemědělce ke spotřebiteli“ pro spravedlivé, zdravé a ekologické potravinové systémy

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0381&qid=1708693292070>

- Strategie EU v oblasti biologické rozmanitosti do roku 2030

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52020DC0380>

- Programový dokument OP Rybářství 2021–2027

<https://eagri.cz/public/portal/-q306473---tJssasEH/op-rybarstvi-2021-2027>

- Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu pro léta 2021 až 2030:

<https://eagri.cz/public/portal/-q306467---yszAxBZ1/vicelety-narodni-strategicky-plan-pro>

- Nařízení evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/1060:

<https://eurlex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32021R1060>

- Nařízení evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/1139:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R1139&qid=1708936392795>

- Komunikační strategie se zaměřením na zvýšení informovanosti spotřebitelů o prospěšnosti konzumace sladkovodních ryb a environmentálních přínosech sladkovodní akvakultury:

<https://eagri.cz/public/portal/-q305889---nUI5d4OZ/komunikacni-strategie-spotrebitel>



- Manuál jednotného vizuálního stylu Evropských fondů:

<https://eagri.cz/public/portal/-q284685---DOKPvUfq/manual-jednotneho-vizualniho-stylu-fondu?linka=a426043>

- Manuál jednotného vizuálního stylu MZe:

<https://portal.mze.cz/public/portal/-q391535---vpA3rKup/manual-vizualniho-stylu-mze>

- Metodický pokynem pro oblast indikátorů, evaluací a publicity v programovém období 2021-2027

[https://www.dotaceeu.cz/getmedia/3e6a30f5-8c17-46b2-9229-10760c2c7c02/MP-IEP-2021-2027\\_v2.pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.dotaceeu.cz/getmedia/3e6a30f5-8c17-46b2-9229-10760c2c7c02/MP-IEP-2021-2027_v2.pdf.aspx?ext=.pdf)

### **Otázka č. 7**

Prosíme o sdělení jména certifikovaného hodnotitele, který se podílel na přípravě zadávací dokumentace.

### **Odpověď zadavatele**

Zadavatel sděluje, že uvedení jména certifikovaného hodnotitele není možné z hlediska ochrany osobních údajů (GDPR). Certifikovaný hodnotitel byl pověřen ze strany Asociace komunikačních agentur České republiky, spolek, se kterou zadavatel spolupracoval při přípravě některých částí zadávací dokumentace a se kterou uzavřel smluvní vztah.

S ohledem na charakter vysvětlení zadávací dokumentace se zadavatel rozhodl ponechat původní lhůtu pro podání nabídek. Nabídky je tedy možné podat do 21.03.2024 do 10 hod.

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

---

Česká republika – Ministerstvo zemědělství

Ing. Pavel Pojer

ředitel

Odbor Řídicí orgán Operačního programu Rybářství