



VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE Č. 4

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 Řídicí orgán Operačního programu Rybářství
IČO:	00020478

Česká republika – Ministerstvo zemědělství jako zadavatel výše uvedené veřejné zakázky obdržel dne 26.02.2024 žádost o vysvětlení zadávací dokumentace. Níže uvádíme její úplné znění společně s odpověďmi zadavatele.

Otázky

Dobrý den,

ráda bych se zeptala, zda je součástí zakázky i samotná produkce a výroba reklamního video spotu (TV a online). Z popisu plnění to vypadá, že ano, ale v konkrétním výčtu bodů plnění produkce není (jen scénář, storyboard a animatik).



Dále bych se ráda zeptala na požadovanou délku video spotu.

Třetí otázka se týká požadované analýzy - máte ji detailně zpracovanou v rámci komunikační strategie, jaká jsou vaše očekávání, v čem by se měla ta naše odlišovat?

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 (pro TV i online).

K dotazu ohledně délky video spotu 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.

K třetí otázce, týkající se požadované analýzy v rámci kvalitativního hodnocení **2A.Subkritérium – Analýza spotřebního chování a životního stylu obyvatelstva ČR ve vztahu ke konzumaci ryb**, zadavatel uvádí vysvětlující informace:

V rámci tohoto subkritéria bude zadavatel hodnotit kvalitu analýzy především z hlediska jejího využití pro tvorbu kreativní strategie a výběr prostředků komunikace. V rámci hodnocení kvality analýzy bude zadavatel posuzovat:

- spektrum využitých dat, jejich rozsah, důvěryhodnost a významnost



Jedná se především o výběr vhodných dat a přístup k nim.

- vývoj relevantních parametrů analýzy v čase
Jedná se o použití dat uvedených výše v čase tzn. např. rok zpětně a odhad dat na rok dopředu apod.
- relevanci segmentace cílové skupiny a využitelnost pro kreativní strategii
Jedná se o segmentaci cílové skupiny jak dle strategie, tak dle doporučení, aby byla použitelná.
- využitelnost segmentace pro výběr prostředků komunikace
Jedná se o segmentaci viz výše tak, aby doporučená segmentace/cílové skupiny byly reálně použitelné (měřitelný může být např. vzorek/velikost).
- doporučení na práci s daty tak, aby byly využitelné pro řízení komunikačních aktivit
Jedná se např. o doporučení na MML data/lifestyle, poslechovost, návštěvnost atd.

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