

OZNÁMENÍ ZADAVATELE O VÝBĚRU NEJVÝHODNĚJŠÍ NABÍDKY

ZADAVATEL

Zařízení služeb MZe s.p.o.
se sídlem Těšnov 65/17, 110 00 Praha 1 – Nové Město
IČ: 71294295
právní forma: 331 – státní příspěvková organizace zřízená Ministerstvem zemědělství ČR

VEŘEJNÁ ZAKÁZKA

Zajištění kreativní části kampaně Ryba na talíř pro roky 2019 a 2020

Vážená paní, vážený pane,

Dovolujeme si Vám oznámit, že ve veřejné zakázce „Zajištění kreativní části kampaně Ryba na talíř pro roky 2019 a 2020“ dospěl zadavatel na základě činnosti hodnotící komise ke konečnému pořadí hodnocených nabídek.

Seznam doručených nabídek:

Poř. číslo	Identifikační údaje uchazeče	Časový údaj o doručení nabídky	
		datum	hodina
1.	MOTÝL MEDIA s.r.o. IČ: 26867583 Žerotínova 720/16, Valašské Meziříčí Nabídková cena: 2 299 500 Kč bez DPH	30.9.2019	15:20
2.	Promotion Factory CR s.r.o. IČ: 26425157 Všehrdova 560/2, Praha 1 Nabídková cena: 1 963 225 Kč bez DPH	1.10.2019	11:59
3.	Olmer ad s.r.o. IČ: 61250198 Ve Střešovičkách 43/166, Praha 6 Nabídková cena: 1 954 240 Kč bez DPH	1.10.2019	15:29
4.	BEDNA FILMS s.r.o. IČ: 28892577 Hradčanské nám. 61/11, Praha 1 Nabídková cena: 2 310 800 Kč bez DPH	1.10.2019	18:44

5.	MEDIA AGE s.r.o. IČ: 26977958, Kpt. Jaroše 1927/8, Brno Nabídková cena: 1 941 765 Kč bez DPH	2.10.2019	8:45
6.	ImperialMedia s.r.o. IČ: 27737683 Svatojiřské nábřeží 1208, Uherské Hradiště Nabídková cena: 1 811 188 Kč bez DPH	2.10.2019	9:46
7.	YEZEDE s.r.o. IČ: 28338103 Buchlovská 9, Velehrad Nabídková cena: 1 498 600 Kč bez DPH	2.10.2019	10:11
8.	Everesta s.r.o. IČ: 25014650 Mimoňská 3223, Česká Lípa Nabídková cena: 2 673 550 Kč bez DPH	2.10.2019	10:51
9.	grey dot s.r.o. IČ: 05003717 Vilímkova 1243, Praha 5 Nabídková cena: 934 875 Kč bez DPH	2.10.2019	10:56

Nabídky, které byly ze zadávacího řízení vyřazeny s uvedením důvodu vyřazení

Všechny dodané nabídky splnily kvalifikační kritéria předepsaná ve Výzvě k podání nabídek v části II s názvem Kvalifikace dodavatelů a všechny nabídky tak postoupily do fáze hodnocení nabídek.

Popis způsobu hodnocení nabídek

Nabídky byly hodnoceny v souladu s částí III. Výzvy k podání nabídek s názvem Hodnotící kritéria, a zároveň dle přílohy č. 4 Hodnotící kritéria, kde je uveden detailní popis způsobu hodnocení došlých nabídek v rámci jednotlivých kritérií.

Výsledek hodnocení – pořadí nabídek:

Na základě hodnocení stanovila hodnotící komise následující pořadí nabídek:

Pořadí	Identifikační údaje uchazeče
1.	Olmer ad, s.r.o
2.	MEDIA AGE s.r.o.
3.	Promotion Factory ČR s.r.o.
4.	MOTÝL MEDIA s.r.o
5.	grey dot s.r.o
6.	ImperialMedia s.r.o
7.	BEDNA FILMS, s.r.o
8.	YEZEDE s.r.o
9.	Everesta, s.r.o

Údaj o tom, jak byly nabídky hodnoceny v rámci jednotlivých kritérií:

20 % Návrh klíčového vizuálu kampaně

Uchazeč: MOTÝL MEDIA s.r.o

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80 %

Bodů získaných v dané kategorii: 16

Komentář komise: Návrh staví do značné míry na navrhovaném ambasadorovi kampaně – Lindě Rybové. Toto spojení představuje zajímavý nápad. Vizuál pracuje s tematikou „kouzlení v kuchyni“, což také nepůsobí špatně, byť nápad připomíná vánoční reklamu Tesco z roku 2018.

Uchazeč: Promotion factory ČR s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 14

Komentář komise: Vizuál je lákavý díky své práci s kvalitními fotografiemi chutně vypadajícího jídla. Kamenné pozadí evokuje grilovací kámen a grilování celkově, nicméně působí poněkud chladně a staticky a zároveň celý hlavní vizuál přes své dobré umístění loga kampaně přímo uprostřed vytváří dojem chaosu.

Uchazeč: Olmer ad s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 100 %

Bodů získaných v dané kategorii: 20

Komentář komise: Členové komise návrh uchazeče Olmer ad s.r.o. ocenili jako nejlepší v dané kategorii klíčového vizuálu. Nabídka obsahuje velmi lákavě a chutně vypadající zpracovanou sladkovodní rybu s fontem motta jasně provázaným s tematikou rybářství. Food styling je perfektní, jídlo ihned zaujme a návrh obsahuje příjemné barvy jasně spojené s vodou. Dobře jsou ve vizuálu zvoleny také jednoduché ikony poukazující na důležité aspekty konzumace sladkovodních ryb a celý koncept působí moderním a trendy dojmem, k čemuž jen dopomáhá také návrh využití ambasadorů projektu z řad food bloggerů.

Uchazeč: BEDNA FILMS s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 40 %

Bodů získaných v dané kategorii: 8

Komentář komise: Členové komise sice ocenili kvalitní kreslířskou práci, která vizuálu nelze upřít, ale zároveň v komplexní rovině působí celý vizuál velmi agresivně, namalované ryby jsou děsivé a nejsou vůbec příjemné ani lákavé na pohled. Vazba s konceptem kampaně Ryba na talíř se zde vytrácí.

Uchazeč: MEDIA AGE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60 %

Bodů získaných v dané kategorii: 12

Komentář komise: Komise ocenila jednoduchost předkládaného návrhu a jasně daný koncept včetně vybraných barev. Vertikálně postavený talíř je zajímavý moment, nicméně pokrm na něm zobrazený členové komise hodnotili jako nevábne vypadající hmotu spíše než jako lákavý rybí pokrm. V tomto ohledu na předkládaném vizuálu selhal food styling.

Uchazeč: ImperialMedia s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 14

Komentář komise: Postava vodníka jako průvodce, který nabízí ryby k snědku, je poněkud infantilní a hodila by se spíše na kampaň pro děti. Sice má jasné spojení s historií a tradicemi českých zemí, ale jeho spojení s konzumací ryb a pozitivem jež přináší pro člověka není jednoznačné. Pozitivem je jasné spojení se sloganem, nicméně nabídka smažených kapříků hranolek nepůsobí lákavě.

Uchazeč: YEZEDE s.r.o

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 30 %

Bodů získaných v dané kategorii: 6

Komentář komise: Vizuál založený na rybách v konzervě působí spíše odpuzivým než příjemným dojmem. Dále se rozvíjí přidáním čerstvého jídla z ryb, což je složité a těžko pochopitelné. Barevnost návrhu je primitivní a celý koncept je neinovativní.

Uchazeč: Everesta s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 14

Komentář komise: Vizuál je napohled zajímavý a líbivý, volí dobré barvy a hezké obrázky ryb, nicméně působí chaotickým a neuceleným dojmem, pohled na celkového a nijak neupraveného kapra působí spíše biologicky nežli kulinářsky.

Uchazeč: grey dot s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 10 %

Bodů získaných v dané kategorii: 2

Komentář komise: Návrh vizuálu je z nabídky nepochopitelný a de facto v ní není žádný představen. Jsou zde pouze navržené ikony, barevnost a typy písma. Barevnost navíc vychází ze stávajících webových stránek Ryba na talíř a nepřináší žádnou inovaci.

15 % **Návrh hlavního sdělení**

Uchazeč: MOTÝL MEDIA s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80%

Bodů získaných v dané kategorii: 12

Komentář komise: Slogan je poutavý, nicméně evokuje sklon hodnotit rybí maso jako nudný pokrm a jídlo neoblíbené chuti, což je právě stereotyp, který se snaží kampaň odbourat.

Uchazeč: Promotion Factory ČR s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 10,5

Komentář komise: Slogan přesně nevystihuje aspekty projektu. Rychlost si spotřebitel spojuje převážně s přípravou polotovarů, nikoliv rybiho pokrmu. Velmi podobné jsou doplňkové návrhy Uchazeče, v nichž se téměř vždy poukazuje na rychlost přípravy.

Uchazeč: Olmer ad s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 100%

Bodů získaných v dané kategorii: 15

Komentář komise: Dle vyjádření členů komise nejzdařilejší ze sloganů podaných Uchazeči. Velmi vtipný, poutavý, a přitom jasný slogan, který zaujme cílovou skupinu. Motto „Chyťte se na ryby“ naprosto splňuje koncepci projektu, který je zaměřen nejen na propagaci domácí sladkovodní produkce, ale i na pozitivu konzumace sladkovodních ryb.

Uchazeč: BEDNA FILMS s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 40 %

Bodů získaných v dané kategorii: 6

Komentář komise: Vtipný slogan paralelně spojující ryby s se známými „zlatými českými ručičkami“. Výhrady komise souvisí s nespisovnou podobou tohoto sloganu, který je sice zábavný a vtipný, ale není vhodný k širšímu využití v rámci projektu.

Uchazeč: MEDIA AGE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 10,5

Komentář komise: Slogan odkazující na čerstvou českou rybu hodnotí komise jako velmi zajímavý a dobrý ve své jednoduchosti, ale v rámci sdělení projektu značně neefektivní, a to z důvodu nejasného spojení s přípravou (resp. úpravou) ryb pro konzumaci.

Uchazeč: ImperialMedia s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 50 %

Bodů získaných v dané kategorii: 7,5

Komentář komise: Slogan bez postavy vodníka postrádá vtipný efekt, ke kterému je zamýšlen. Spojitost s konzumací ryb je neurčitá.

Uchazeč: YEZEDE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 20 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Vyjádření navrhovaného sloganu hodnotí komise jako těžko chápateľné a v řadě použití jej lze aplikovat také negativně. Konzumenta / veřejnost / spotřebitele by měl slogan příjemně oslovit a motivovat k nákupu a přípravě ryby, ale daný slogan poukazuje na jistou neuchopitelnou „výjimečnost“ spotřebitele pokud začne konzumovat rybí pokrmy.

Uchazeč: Everesta s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 20 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Slogan sice odkazuje na český původ ryb, ale zároveň spojení s jejich čistotou a zdravím působí dojmem a evokuje spíše dobrou hygienu, nežli chutné kvalitní produkty. Sdělení je tak nejasné a matoucí.

Uchazeč: grey dot s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 30 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4,5

Komentář komise: Slogan působí vtipně a rýmuje se, ale je velmi dlouhý a ve své podstatě dosti primitivní. Vzhledem k posuzování dalších konkurenční návrhů ho komise vnímá jako méně vhodný.

5 % Návrh foto kuchařky

Uchazeč: MOTÝL MEDIA s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4

Komentář komise: Komise ohodnotila MOTÝL MEDIA s.r.o. 80 %. Kladně hodnotila celkové líbivé působení kuchařky s jednoduchým a příjemným vizuálem. Komise také ocenila nápad s QR kódem kuchařky. Zvolení známé tváře na fotokuchařku, Lindy Rybové, se neslučuje se záměrem projektu. Mohlo by docházet se záměnou oficiálního loga se známou tváří.

Uchazeč: Promotion Factory ČR s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4

Komentář komise: Komise kladně hodnotila přehledné rozvržení stránek, zajímavé recepty, zvolené fotografie a umístění postupové fotografie přímo z přípravy. Negativně komise hodnotila temný výzor úvodní stránky.

Uchazeč: Olmer ad s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4

Komentář komise: Uchazečem předložený návrh kuchařky je vizuálně nápaditý a zajímavý. Jeho předností je čistý design, zvolené fotografie a recepty. Dále jsou to také tipy kuchaře a jasné, přehledné postupové body, u kterých se čtenář rychle orientuje.

Uchazeč: BEDNA FILMS s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3,5

Komentář komise: V příloze byla jen malá ukázka kuchařky, přesto komise kladně hodnotí její celkový design. Úvodní fotografie byla tematicky zvolená do vzoru dřeva, který navozuje „vesnický“ styl. Dále kladně hodnotí líbivou fotografii receptu a v neposlední řadě také komise ocenila nápad graficky zpracované ryby u daného receptu.

Uchazeč: MEDIA AGE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 100 %

Bodů získaných v dané kategorii: 5

Komentář komise: Jako nejvhodnější byla hodnotící komisí vybrána fotokuchařka od Uchazeče MEDIA AGE s.r.o., která získala maximální počet bodů. Komise kladně hodnotí korelaci kuchařky s dalšími návrhy Uchazeče, líbivý a čistý design a také skvěle zvoleného kuchaře s jeho podobiznou ve fotokuchařce, Jiřího Hilgarda, který zaručuje kvalitu. Komise se také kladně vyjádřila k ilustraci nad receptem, ve které najdeme všechny potřebné suroviny k přípravě pokrmu.

Uchazeč: ImperialMedia s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60%

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Podobně jako u uchazeče MOTÝL MEDIA s.r.o. není dominantou logo Ryba na talíř, nýbrž jiná postava. V tomto případě se jedná o fiktivní postavu vodníka. Nápad vizuálu kuchařky je kreativní, ovšem nehodí se pro tento projekt a působí na fotokuchařce spíše jako pohádková knížka.

Uchazeč: YEZEDE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60%

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Komise nebyla příliš přesvědčena designem, nápadem ani fotografiemi. Uchazeč poskytl nedostatek ukázek, aby komisi utvrdil o opaku tohoto názoru.

Uchazeč: Everesta s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70%

Bodů získaných v dané kategorii: 3,5

Komentář komise: Hodnotící komise velmi pozitivně ocenila celkovou ilustraci, která je hravá a dynamická. Ukazované stránky však pokračují v duchu současné kampaně. Tmavé části u vizuálu receptu působí jako „spálená“ ryba.

Uchazeč: grey dot s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70%

Bodů získaných v dané kategorii: 3,5

Komentář komise: V tomto případě hodnotící komise vyzdvihla nápad okolních lišt v receptu, jednoduchý a líbivý design a také vložené postupové fotografie – filetování. Negativně hodnotila komise nedokončené návrhy.

5 % Návrh kalendáře

Uchazeč: MOTÝL MEDIA s.r.o

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 90 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4,5

Komentář komise: Návrh nabízí bizarní přední stranu, která ale dokáže zaujmout. Zajímavé a originální zpracování jednotlivých zpracování je doplněno o návrh doporučení ve formě razítka. Fotka je na stránku chytře vložena a návrh byl hodnocen srovnatelně dobrý s nejlepším návrhem.

Uchazeč: Promotion factory ČR s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3,5

Komentář komise: Uchazeč zvolil doplnění do kalendáře dobře vypadajících ikon a velmi chytré je barevné rozlišení dle jednotlivých druhů ryb. Rozložení je klasické a je pozitivně hodnotící komise reagovala na přidání tip obsahující zajímavost, nicméně přední strana kalendáře působí velmi chladně.

Uchazeč: Olmer ad s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Nabídka Uchazeče nabízí profesionální vzhled a dobře řešená loga a označení v dolní části kalendáře, která zůstává permanentně. Nicméně verze s rybami je velmi vědecká, a ne moc přitažlivá na pohled.

Uchazeč: BEDNA FILMS s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 40 %

Bodů získaných v dané kategorii: 2

Komentář komise: Uchazeč nezvolil zcela vhodný font, protože jej lze přečíst jen stěží. Byly ale vybrány poutavé fotografie, nicméně je obrázek ryby nevhodně umístěn takže přesahuje do fotografie receptu samotné. Přestože se pozadí vcelku hodí, působí chladným dojemem.

Uchazeč: MEDIA AGE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 100 %

Bodů získaných v dané kategorii: 5

Komentář komise: Nejlépe hodnocený návrh kalendáře. Líbivý a barevně pro oko příjemný návrh kalendáře obsahující moderní design. Zároveň je zde dobře umístěná také povinná publicita. Skvělá barevná kombinace a recept zasazený uprostřed stránky je výrazný a upoutá.

Uchazeč: ImperialMedia s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 50 %

Bodů získaných v dané kategorii: 2,5

Komentář komise: Přední strana návrhu kalendáře je poměrně špatně zasazená. Je poutavá a nabízí jasnou spojitost s celou Uchazečem navrhovanou kampaní včetně jasné spojitosti s ČR., Přestože jsou jednotlivé stránky graficky vyvážené, práce s ostrotí fotky působí zmatečným dojmem a celý návrh je poměrně infantilní.

Uchazeč: YEZEDE s.r.o

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4

Komentář komise: Ačkoliv je fotografie a celkové zpracování přední stránky pro kalendář zdařilé a na jednotlivých stránkách je dostatek místa na recept, kalendář působí temným dojmem a není příliš přitažlivý.

Uchazeč: Everesta s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Návrh je poměrně moderní a nabízí hezky kreslené obrázky, ale je zde málo prostoru na recept, který v ostatním hodně zapadá.

Uchazeč: grey dot s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 90 %

Bodů získaných v dané kategorii: 4,5

Komentář komise: Nabídka byla komisí hodnocena velmi pozitivně. Obsahuje skvělou úvodní stránku a nabízí dobré a smysluplné rozložení i jednoduché a snadno pochopitelné ikony. Uchazeč rovněž zvolil dobrou barevnou kombinaci a nabídka je svými kvalitami srovnatelná s nejhodnější nabídkou.

15 % Návrh krátkých videí

Uchazeč: MOTÝL MEDIA s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60%

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: V této ukázce nejsou videa ve formě klasických storyboardů, nýbrž v textové formě. U předložené ukázky videa není prostředí a grafika líbivá. Jako tomu bylo i u návrhů kuchařek, i v tomto případě narážíme na výhody a nevýhody vizualizace známé osobnosti jako ambasadorky – Lindy Rybové.

Uchazeč: Promotion Factory ČR s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 90%

Bodů získaných v dané kategorii: 4,5

Komentář komise: Hodnotící komise kladně klasifikovala nápad s úvodním pohledem na ingredience, kterých bude během vaření potřeba. Komise také pozitivně hodnotila čistý design, úhel natáčení formou „pohledu shora“ a jasné instrukce u kterých se pozorovatel neztratí. Návrh byl hodnocen jako jeden z nejlepších v dané kategorii.

Uchazeč: Olmer ad s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70%

Bodů získaných v dané kategorii: 3,5

Komentář komise: V tomto případě není příběh detailněji popsán. Přesto komise kladně hodnotila zvolené prostředí, fotografie a záběry.

Uchazeč: BEDNA FILMS s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70%

Bodů získaných v dané kategorii: 3,5

Komentář komise: Návrhy video receptů jsou zasazeny do příběhů. Tento nápad je osobitý, ovšem pro naše potřeby jsou žádoucí spíše jasné a úderné postupy při vaření, nikoliv

detailnější příběh či působení na emoce. Komise kladně hodnotí návrh různorodých tematických míst.

Uchazeč: MEDIA AGE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 100%

Bodů získaných v dané kategorii: 5

Komentář komise: Hodnotící komise klasifikovala tohoto uchazeče s nejvyšším počtem bodů, a to především za propracovaný storyboard, ve kterém bylo ideálně zvolené prolnutí úhlu natáčení formou „pohledu shora“, voiceoverů, kuchaře Jiřího Linharta, a doplňujících zvuků. Tento Uchazeč také počítal s celkovým moodboardem, který perfektně zapadá do koncepce.

Uchazeč: ImperialMedia s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60%

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Stejně jako u mini kuchařek nevnímá hodnotící komise dominantu loga Ryba na talíř, nýbrž jiné postavy. V hlavní roli je zde vodník, který uvádí celé vaření ve fotokuchaře. Kuchař začíná v zelených rukavicích s bambulkami.

Uchazeč: YEZEDE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 0%

Bodů získaných v dané kategorii: 0

Komentář komise: Ukázky krátkých videí u tohoto uchazeče chyběly, a proto nemohla komise účastníka hodnotit.

Uchazeč: Everesta s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 30%

Bodů získaných v dané kategorii: 1,5

Komentář komise: Komise kladně klasifikovala vhodně zvolenou komunikaci s Přemkem Forejtem a Janem Vorelem, ovšem návrh není graficky zpracován a je jen popsán textovým scénářem.

Uchazeč: grey dot s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 90%

Bodů získaných v dané kategorii: 4,5

Komentář komise: Komise kvituje hezky zpracovaný a promyšlený storyboard. Uchazeč počítá i s celkovým moodboardem, který odpovídá projektu Ryba na talíř. Celkové vyznění je příjemné a decentní.

10 % Návrh revitalizace webových stránek

Uchazeč: MOTÝL MEDIA s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 80 %

Bodů získaných v dané kategorii: 8

Komentář komise: Moderně zpracované stránky s nápaditým menu, kladně komise také hodnotila prokliky a kompozici video návodů. Méně vhodně byly vnímány některé fotografie ambasadora, kdy například drží nůž v nevhodné pozici.

Uchazeč: Promotion Factory ČR s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 60%

Bodů získaných v dané kategorii: 6

Komentář komise: Pozitivně byla hodnocena barevná stylizace webu a jeho přívětivost. Zároveň ale působí do určité míry jednotitě. Logo zaniká v barvě lišty nabídkového menu. Celkově působí menu nepřehledně.

Uchazeč: Olmer ad s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 100 %

Bodů získaných v dané kategorii: 10

Komentář komise: Nejlépe hodnocený návrh obsahoval sympatické zpracování stránek v barvách loga kampaně, logické menu včetně záložek s prokliky na volby. Pozitivně byla komisí hodnocena selekce receptů. Navrhovaná vizualizace webu navíc obsahovala kvalitní foodstyling chutně vypadajících pokrmů.

Uchazeč: BEDNA FILMS s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 10 %

Bodů získaných v dané kategorii: 1

Komentář komise: K posouzení byl dodán pouze návrh úvodní stránky webu bez konkrétní specifikace skladby a funkcí. Samotný návrh stránky sice působí poutavě, ale hodí se spíše ke svazu rybářů, nežli k propagaci pozitivních dopadů konzumace ryb na organismus.

Uchazeč: MEDIA AGE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 70%

Bodů získaných v dané kategorii: 7

Komentář komise: Svěží design návrhu webových stránek, který je vkusně doplněn fotografiemi. Komise zároveň kladně hodnotila možnost prokliků na podsekcce. Negativem je, že mmezená nabídka menu nepůsobí uživatelsky přívětivě.

Uchazeč: ImperialMedia s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 15 %

Bodů získaných v dané kategorii: 1,5

Komentář komise: Návrh revitalizace vychází zcela z původních stránek pouze s přidáním nových funkcí. Méně příjemně působí také černý podkres a nevhodně je vnímána i fotografie odkazující na recept smažených rybích prstů.

Uchazeč: YEZEDE s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 50 %

Bodů získaných v dané kategorii: 5

Komentář komise: Představený koncept návrhu menu s podnabídkovou lištou je nepřehledný. Vzhledem k volbě doplnění stránek o mnoho kreseb ryb se stránky stávají velmi chaotické.

Uchazeč: Everesta s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 20 %

Bodů získaných v dané kategorii: 2

Komentář komise: Návrh zcela nespecifikuje rozložení menu. Grafický koncept je nepoutavý a v porovnání s nejlépe hodnoceným návrhem málo zdařilý.

Uchazeč: grey dot s.r.o.

Procentuální hodnocení v daném kritériu: 30 %

Bodů získaných v dané kategorii: 3

Komentář komise: Návrh velmi kopíruje původní stránky, je zde patrná pouze obměna přidáním nových záložek/funkcí. V porovnání s ostatními návrhy revitalizace webových stránek hodnotila komise tento návrh jako málo nápaditý.

Jako vítězný Dodavatel byla na základě hodnocení vybrána společnost **Olmed ad s.r.o.** s nabídkovou cenou **1 954 240 Kč bez DPH.**

Na další straně: Hodnotící tabulka (záznam z bodového hodnocení komise)

poř. číslo	Uchazeč	CENA	bodů za cenu	Návrh vizuálu kampaně (20%)	bodů za kvalitu	Návrh sloganu (15%)	bodů za kvalitu	Návrh fotokuchařky (5%)	bodů za kvalitu	Návrh kalendáře (5%)	bodů za kvalitu	Návrh krátkých videí (15%)	bodů za kvalitu	Návrh webových stránek (10%)	bodů za kvalitu	CELKEM
1	PROMOTION FACTORY	1 963 225,00 Kč	14,29	70	14	70	10,5	80	4	70	3,5	90	13,5	60	6	65,79
2	MEDIA AGE	1 941 765,00 Kč	14,44	60	12	70	10,5	100	5	100	5	100	15	70	7	68,94
3	BEDNA FILMS, s.r.o	2 310 800,00 Kč	12,14	40	8	40	6	70	3,5	40	2	70	10,5	10	1	43,14
4	Everesta, s.r.o	2 673 550,00 Kč	10,49	60	12	20	3	70	3,5	60	3	30	4,5	20	2	38,49
5	grey dot s.r.o	934 875,00 Kč	30,00	10	2	30	4,5	70	3,5	90	4,5	90	13,5	30	3	61,00
6	ImperiaMedia s.r.o	1 811 187,86 Kč	15,49	70	14	50	7,5	60	3	50	2,5	60	9	15	1,5	52,99
7	MOTÝL MEDIA s.r.o	2 299 500,00 Kč	12,20	80	16	80	12	80	4	90	4,5	60	9	80	8	65,70
8	Olmer ad, s.r.o	1 954 240,00 Kč	14,35	100	20	100	15	80	4	60	3	70	10,5	100	10	76,85
9	YEZEDE s.r.o	1 498 600,00 Kč	18,71	30	6	20	3	50	2,5	80	4	0	0	50	5	39,21

Seznam dokladů, kterými vybraný Dodavatel prokazoval kvalifikaci:

- Výpis z obchodního rejstříku s údaji platnými ke dni 17. července 2019
- Výpis z veřejné části živnostenského rejstříku s údaji platnými ke dni 17. července 2019
- Potvrzení o neexistenci daňových nedoplatků vydané Finančním úřadem pro hlavní město Prahu
- Potvrzení o neexistenci nedoplatků na pojistném na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti vydané Pražskou správou sociálního zabezpečení
- Čestné prohlášení odkazující se na skutečnosti dle § 74 zákona 134/2016 Sb., Zákona o zadávání veřejných zakázek
- Výkazy zisku a ztráty pro roky 2016, 2017 a 2018 prokazující splnění ekonomických kvalifikačních kritérií
- Krycí list nabídky

Před podpisem smlouvy bude vítězný Dodavatel vyzván Zadavatelem k předložení fyzických originálů následujících dokumentů:

- Výpis z obchodního rejstříku či jiné obdobné evidence
- Výpis z evidence rejstříku trestů fyzických / právnických osob
- Potvrzení o neexistenci daňových nedoplatků vydané příslušným finančním úřadem
- Potvrzení o neexistenci nedoplatků na sociálním zabezpečení vydané příslušnou Okresní správou sociálního zabezpečení

Děkujeme tímto všem uchazečům za zájem o účast v tomto výběrovém řízení.

Svým podpisem stvrzuji, že tento protokol odpovídá průběhu zasedání komise pro otevírání a hodnocení nabídek.

Jméno a příjmení člena/náhradníka	Datum podpisu	Podpis
Mgr. Adam Homolka	17 -10- 2019	
Lenka Sedláková	17 -10- 2019	
Bc. Jana Riegerová	17 -10- 2019	
Ing. Dana Večeřová	17.10. 19	