

Protokol z předběžné tržní konzultace

v souladu s ustanovením § 33 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek k připravované veřejné zakázce s názvem

„Nákup mediálního prostoru“

Datum a čas konání: úterý 7. května 2019 od 10:00 hodin

Místo konání: místnost Radioklub, budova C, Vinohradská 12, 120 00 Praha 2

Přítomní zástupci za zadavatele (ČRo):

- Jiří Jeřábek – vedoucí Oddělení marketingu
- Markéta Bouchalová – manažer marketingu
- Tomáš Vávra – právník veřejných zakázek
- David Kostelka – právník veřejných zakázek
- Martina Žáčková – produkční marketingu
- Marek Buchta – externí konzultant
- Zora Ondrovčáková – asistent, zápis

Přítomní zástupci za dodavatele:

Marta Berková – DENTSU AEGIS NETWORK CZECH REPUBLIC s.r.o.

Jitka Ulbrtová – MÉDEA, a.s.

Zápis z průběhu jednání:

1) Úvod

Zástupci českého rozhlasu přivítali všechny zúčastněné dodavatele a poděkovali jim za zájem o předběžnou tržní konzultaci.

Proběhl podpis prezenční listiny (viz. Příloha č. 1 tohoto protokolu) a bylo odsouhlaseno všemi přítomnými pořízení zvukového záznamu předběžné tržní konzultace pro účely vyhotovení písemného protokolu, který bude po odsouhlasení finální podoby písemného protokolu vymazán.

2) Průběh předběžné tržní konzultace

Nové pojetí veřejné zakázky

Zástupci Českého rozhlasu představili zástupcům dodavatelů své důvody, proč jsou předběžné tržní konzultace k dané veřejné zakázce pořádány a co by mělo být jejich cílem.

Následně zástupci Českého rozhlasu představili koncepci a pojetí veřejné zakázky.

Skutečnosti, které vedou k přípravě a vypsání nového zadávacího řízení:

- blíží se vyčerpání finančního limitu současné rámcové smlouvy (v současné době máme 4 smluvní partnery);

- legislativní změny (nový zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek již neposkytuje některé zákonné možnosti, které poskytovala předešlá právní úprava, a to zejména s ohledem na nastavení kontraktačního procesu a nastavení smluvního vztahu);
- navýšení finančního limitu (předchozí veřejná zakázka byla uzavřena na dobu 4 let s předpokládanou hodnotou 32 mil. Kč bez DPH, připravovaná veřejná zakázka je v tomto stádiu přípravy koncipována na dobu 2 let s předpokládanou hodnotou 40 mil. Kč bez DPH).

Rozdělení veřejné zakázky na dvě části:

První část:

- rámcová dohoda pouze s jedním vybraným dodavatelem;
- bez obnovení soutěže (tzn. objednávání na základě požadavků zadavatele)
- konkrétní položky, které objednáváme pravidelně – standardizované věci (dodavatel vyplní tabulku s konkrétním položkovým seznamem);
- ceny jednotlivých položek budou zafixovány po celou dobu účinnosti smlouvy;
- předpokládaná hodnota této části v objemu cca 13 – 15 mil. Kč bez DPH;
- bude hodnocena dle nejnižší nabídkové ceny;
- podmínky zadávacího řízení budou stanoveny tak, aby odpovídaly požadavkům Českého rozhlasu, ale zároveň se mohlo přihlásit celé široké relevantní spektrum subjektů.

Druhá část:

- rámcová dohoda s více vybranými dodavateli (v současném stádiu přípravy cca. 2 – 10 subjektů)
- s obnovením soutěže (tzn. mezi jednotlivými dodavateli probíhají následně dílčí veřejné zakázky, tzv. minitendry, a to formou elektronických aukcí v aukčním systému PROebiz);
- pravděpodobně koncipováno ve formě tzv. vyhrazené změny závazku podle § 100 odst. 1 ZZVZ;
- nelze hodnotit předem daný koš položek, předem budou položky dány pouze typově v obecné rovině (billboard, double bigboard, CLV apod.), přičemž budou v souladu se ZZVZ následně konkretizovány do jednotlivých minitendrů;
- některé položky se občas mohou dublovat s položkami v první části;
- předpokládaná hodnota této části v objemu cca 25 – 27 mil. Kč bez DPH;
- hodnocení bude provedeno na základě nejnižší nabídkové ceny a koncipováno na skutečnou mediální kampaň Českého rozhlasu, která zároveň bude i dílčí zakázkou č. 1 (tato jediná nebude realizována formou minitendru) a kterou Český rozhlas následně skutečně odebere, přičemž toto pojetí zvolil Český rozhlas jednak proto, že mu dává legální možnost vybrat prvních 10 dodavatelů k uzavření rámcové dohody, a jednak z důvodu ochrany dodavatelů před netržním chováním některých subjektů (např. „podsektnutí“ ceny tak, že je nereálná, přičemž posuzování mimořádně nízké nabídkové ceny u mediálních ploch není téměř reálné a nedá se tak cenotvorba spolehlivě ověřit, dá se vycházet pouze z ceníkových cen);
- vzhledem k tomu, že dodavatelé nebudou vyplňovat konkrétní tabulku, nebudou fixovány ceny u jednotlivých položek.

Proč Český rozhlas přistoupil k této koncepci, resp. co si od tohoto pojetí slibuje:

- zrychlení objednávání položek pravidelné povahy v první části;

- možnost nákupu většího objemu mediálního prostoru (zvýšení předpokládané hodnoty veřejné zakázky);
- zlepšení smluvních podmínek v druhé části tak, aby minitendry probíhaly s menší administrativní náročností na obě dvě strany (myšleno jak u zadavatele, tak u dodavatelů);
- vysoutěžení veřejné zakázky, resp. uzavření rámcových dohod na přelomu srpna/září 2019;
- možnost dodavatelů přihlásit se do jedné či obou částí.

Diskuze:

J. Jeřábek: Do nové zakázky počítáme s tím, že v případě outdooru bude i včetně tisku. Bude zapotřebí také specifikovat kvalitu daného tisku.

J. Ulbrtová: V jakém aukčním prostředí probíhají minitendry?

T. Vávra: Český rozhlas používá aukční systém PROEbiz, v případě zájmu je možné předat kontakt na provozovatele tohoto systému, který pořádá v případě zájmu i školení na práci se systémem (někdy i zdarma).

M. Berková: Vaše koncepce je sice časově a administrativně náročná, ale je to náročné jak pro dodavatele, tak i pro Český rozhlas, a je pochopitelná vzhledem k předmětu veřejné zakázky.

M. Buchta: Důležité je zmínit, že v této koncepci se bavíme o třech různých cenících – 2019, 2020 a 2021, neboť veřejná zakázka bude mít kalendářně meziroční přesah.

M. Berková: Ceny jsou dávány s DPH nebo bez DPH?

J. Jeřábek: Ceny jsou vždy bez DPH.

J. Ulbrtová: V části 2. vyberete tedy maximálně 10 dodavatelé, které následně budete oslovovat k dílčím veřejným zakázkám?

T. Vávra: Ano, vždy se zasílá výzva všem vybraným dodavatelům, přičemž tato výzva obsahuje všechny požadavky včetně specifikace položek a cen.

T. Vávra: O vyhlášení veřejné zakázky budeme všechny potencionální dodavatele zajisté informovat.

3) Závěr

Případné problémy či dotazy vzniklé v souvislosti se zadávacím řízením je možno konzultovat s Jiřím Jeřábkem nebo s Oddělením veřejných zakázek Českého rozhlasu.

Veřejnou zakázku by Český rozhlas rád vyhlásil na přelomu června a července 2019. Konec zadávacího řízení by tak v případě, že by se v průběhu nevyskytly žádné komplikace, byl směřován na konec srpna či začátek září 2019.

Příloha: Prezentace - Nákup mediálního prostoru

Odpovědnost za správnost zápisu a vyhotovení: Mgr. Tomáš Vávra, právník veřejných zakázek, Oddělení veřejných zakázek, Český rozhlas