

# Písemná zpráva zadavatele

podle § 217 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, („ZZVZ“)

o zadávacím řízení k veřejné zakázce

## č. j. VZ23/2020 s názvem: „Zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb pro ČRo“

### 1. Identifikační údaje zadavatele:

Název:	Český rozhlas
Sídlo:	Vinohradská 12, 120 99 Praha 2
Jméno a příjmení osoby oprávněné zastupovat zadavatele:	Mgr. René Zavoral, generální ředitel
IČO:	45245053

### 2. Předmět zakázky:

Předmětem této veřejné zakázky je zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb pro Český rozhlas, spočívající v marketingových aktivitách s důrazem na celoplošný zásah a se zaměřením na strategii, kreativitu a implementaci (ATL) a marketingových aktivitách s důrazem na regionální působnost a zaměřením na event marketing, produkci a další formy komunikace dle specifických potřeb ČRo (BTL).

V rámci jednotlivých konkrétních segmentů předmětu plnění veřejné zakázky zadavatel požaduje následující:

- **Strategie**

- definování marketingových příležitostí na trhu s rozšiřujícím se přístupem k audiovizuálnímu obsahu;
- návrhy principů věrnostních a dalších taktických přístupů pro udržení a růst posluchačské obce;
- strategie pro udržení pozice ČRo v prostředí rostoucím počtem konkurenčních subjektů.

- **Kreativa**

- kreativní vývoj (zejména tvorba reklamních a marketingových kampaní, vizuálů, formulace sdělení, textů apod.);
- tvorba audiovizuálního obsahu (zejména focení kampaní, vizuálů, natáčení videí atd.);
- tvorba a kompletní příprava grafických návrhů vč. DTP (desktop publishing);
- copywriting (zejména tvorba reklamních a jiných odborných textů);
- online (digitální) aktivity ve smyslu tvorby a kompletní přípravy kampaní, soutěží, aktivit na sociálních sítích, webdesign, reklamní mobilní aplikace, monitoring online prostředí atd.).

- **Produkce výstupů pro média**

- kompletní produkce všech forem reklamy (zejména televizní, rozhlasová, tištěná a internetová forma reklamy, virální formy marketingu vč. buzz marketingu, guerilla marketingu, multimediální projekty, digitální aplikace, webové stránky atd.);
- produkce a postprodukce audiovizuálního obsahu (zejména TV spoty, videa pro účely sociálních sítí a kampaní, focení kampaní, vizuálů atd.).

- **Plánování nákupu mediálního prostoru vč. mediální strategie**

- analýzy výchozího stavu, vývoje a situace v prostředí segmentu rozhlasových stanic; analýzy cílových skupin, preferencí, mediálního chování apod.;

- definice strategických mediálních cílů komunikace; návrh vhodných mediálních typů pro komunikaci;
- optimalizace detailního mediaplánu na základě rozvržených mediálních investic a zásahu cílové skupiny, doporučení výběru vhodných mediálních dodavatelů, maximalizace zásahu cílové skupiny.
- **Vyhodnocení kampaní na základě porovnání naplánovaných a skutečně dosažených mediálních ukazatelů, příprava zprávy s vyhodnocením úspěšnosti kampaně.Event management**
  - kompletní produkce a zajištění akcí Českého rozhlasu (indoor / outdoor – zejména koncerty, tiskové konference, společenská a gala setkání atd.);
  - návrh konceptu osvětlení, ozvučení a scénografického pojetí akce;
  - zprostředkování umělců a hostesek;
  - zajištění podia a pódiové techniky;
  - zajištění odpovídající propagace akce vč. koncepčních návrhů marketingových a propagačních materiálů.
- **Komplexní zajištění komunikačních aktivit**
  - tvorba komunikačních plánů a komunikačních strategií.
- **Návrhy marketingových a propagačních materiálů**
- **Návrh korporátního brandingů, navigačních a orientačních systémů**
  - zejména polep budov, interiérů, vozidel včetně výroby a instalace atd.

V tomto zadávacím řízení měla být uzavřena **rámcová dohoda** podle ustanovení § 131 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „ZZVZ“), a to na dobu **4 let** mezi zadavatelem a jedním dodavatelem, který podal nabídku a který by se na základě provedeného hodnocení umístil na 1. místě v pořadí.

### 3. Celková předpokládaná hodnota veřejné zakázky:

95.000.000,- Kč bez DPH.

### 4. Použitý druh veřejné zakázky a režim zadávacího řízení:

Zadavatel použil pro zadání veřejné zakázky otevřeného nadlimitního řízení dle ustanovení § 56 a násl. ZZVZ na služby

### 5. Nerozdělení veřejné zakázky na části:

Zadavatel nerozdělil veřejnou zakázku na části, neboť to z věcného, místního ani časového hlediska nepovažoval za vhodné a účelné.

### 6. Označení účastníků zadávacího řízení:

Proximity Prague s.r.o., Křížíkova 71, 186 00 Praha 8, IČO: 485 82 085

### 7. Označení všech vyloučených účastníků s uvedením důvodu jejich vyloučení:

Ze zadávacího řízení nebyl vyloučen žádný z účastníků.

### 8. Odůvodnění zrušení zadávacího řízení:

Zadavatel využil svého zákonného práva a zrušil zadávací řízení dle dikce ustanovení § 127 odst. 2 písm. h) ZZVZ, neboť v zadávacím řízení byl pouze jediný účastník.

Zadavatel chce mít možnost vybírat z většího počtu nabídek tak, aby byla zajištěna výhodnost nabídky pro Český rozhlas.

Zadavatel bude zadávací řízení opakovat.

V Praze

Mgr. Josef Hanibal  
vedoucí Oddělení veřejných zakázek