

Vysvětlení zadávací dokumentace č. 4 podle ustanovení § 98 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“ nebo „zákon“), k veřejné zakázce č. j. VZ43/2020

Na základě dotazů dodavatelů Český rozhlas jako zadavatel tímto poskytuje následující vysvětlení zadávací dokumentace č. 4 k veřejné zakázce realizované v otevřeném nadlimitním řízení č. j. VZ43/2020 s názvem: „Zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb pro ČRo“.

Vysvětlení zadávací dokumentace:

Dotaz č. 1

Dobrý den,

prosím o vysvětlení zadávací dokumentace.

V ZD IV. Technická kvalifikace na straně 8, písmeno b) je uvedeno: Dodavatel prokáže toto kritérium technické kvalifikace, pokud v posledních 3 letech realizoval min. 2 obdobné zakázky, jejichž předmětem bylo sestavení vizuální podoby kampaně na základě existujících pravidel (CI manuálu) v min. výši 300.000 Kč (slovy: tři sta tisíc korun českých) bez DPH za každou takovou referenční zakázku, přičemž v této částce nesmí být zahrnut nákup mediálního prostoru.

V příloze č. 2 čestné prohlášení je uvedeno v Seznamu referenčních zakázek písmeno b): Sestavení vizuální podoby kampaně na základě existujících pravidel (CI manuál; min. 500.000,- Kč bez DPH za každou referenční zakázku)

Prosím o upřesnění, jakou min. výši zadavatel požaduje k prokázání?

Děkuji.

Odpověď zadavatele:

Zadavatel k dotazu č. 1 uvádí následující informace:

S ohledem na skutečnost, že obsahově stejný dotaz zadavatel zodpovídal již v rámci vysvětlení zadávací dokumentace č. 3, dovolí si zadavatel na tomto místě odkázat na tento dokument, resp. konkrétně na odpověď k dotazu č. 3.

Zadavatel také v rámci vysvětlení zadávací dokumentace č. 3 zveřejnil novou verzi přílohy č. 2 – Čestné prohlášení, ve kterém je administrativní nedopatření napraveno a prosí všechny dodavatele o použití tohoto dokumentu.

Dotaz č. 2

Vážení,

Tímto si Vás dovoluujeme požádat o vysvětlení zadávacích podmínek uvedených v Zadávací dokumentaci č. j.: VZ43/2020 k veřejné zakázce s názvem „Zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb pro ČRo“ (dále jen „ZD“).

- 1) Zadavatel v ZD v bodě I. Podrobné vymezení předmětu veřejné zakázky v části „Kreativita“ uvádí několik odrážek, může zadavatel specifikovat, zda se tyto body týkají jednotlivých celoplošných a regionálních stanic ČRo, nebo ČRo jako celku?

Může zadavatel u bodu „tvorba audiovizuálního obsahu“ uvést, zda se tento bod týká vytváření samostatných kampaní v rámci jednotlivých regionů?

A jaká je předpokládaná četnost a frekvence v průběhu roku?

Mohl by zadavatel u bodu „online (digitální) aktivity ve smyslu tvorby a kompletní přípravy kampaní, soutěží, aktivit na sociálních sítích, webdesign, reklamní mobilní aplikace, monitoring online prostředí atd. objasnit, zda se tento bod týká vytváření samostatných kampaní v rámci jednotlivých regionů?

Jaká je předpokládaná četnost a frekvence v průběhu roku? Zda se jedná i o kompletní správu jednotlivých mediálních kanálů?

- 2) Může zadavatel uvést, zda má činnostmi uvedenými v ZD v bodě I. Podrobné vymezení předmětu veřejné zakázky v části „Produkce výstupů pro média“ v první odrážce na mysli také správu, či tvorbu nových webových stránek?
- 3) Poskytne ČRo podkladové materiály ze svého archivu, či databanky, při realizaci komunikační kampaně (foto, ilustrace, zvukové nahrávky atd.)?
- 4) Může zadavatel upřesnit „Zadání případové studie“:
 - a) Je součástí zadání dramaturgie akce, nebo je dramaturgie akce v režii zadavatele?
 - b) Je možné klientovi předložit několik variant kreativních konceptů (deadline i vizuály)?

Děkuji a jsem s pozdravem.

Odpověď zadavatele:

Ad 1)

V odrážkách zadavatel uvádí aktivity, se kterými se může v rámci spolupráce Český rozhlas na vybraného dodavatele obrátit. Cílem je nastavení kreativní koncepce a rozvoj veškerých výstupů, které Český rozhlas má. Český rozhlas v tomto bodě je chápán jako celek.

Audiovizuální obsah vytváří zadavatel zejména u větších projektů, které mají spíše celorozhlasový charakter a jsou realizovány v Praze (různá výročí, vysílací projekty, koncerty, kampaně apod.). Nicméně cca 4x do roka jsou realizovány i audiovizuální projekty v rámci regionů (např. Pochoutkový rok, výročí regionálních stanic, Léto v lázních apod.).

Webové stránky a sociální sítě stanic Českého rozhlasu jsou spravovány in-house, a to včetně regionů. Zadavatel tímto bodem míní kreativní rozvoj těchto platforem, nikoliv přímo jejich správu. Tento bod se tedy týká i regionů. Četnost se odvíjí od potřeb regionálních stanic, odhadujeme ji na cca 6 x za rok.

Ad 2)

Webové stránky a sociální sítě stanic Českého rozhlasu jsou vytvářeny a spravovány in-house, a to včetně regionů. Zadavatel tímto bodem myslí zejména správu a tvorbu

Ad 3)

Pokud má dodavatel na mysli komunikační kampaň z případové studie, tak se dá předpokládat, že bude možné užít materiály z rozsáhlého archívu Českého rozhlasu.

Pokud má dodavatel na mysli něco jiného, prosí ho zadavatel o větší konkretizaci dotazu.

Ad 4)

Ad a)

Dramaturgie akce je zcela v režii dodavatele.

Ad b)

Zadavatel si na tomto místě není zcela jistý, kdo je v dotazu myšlen klientem, nicméně platí, že ani zadavateli ani účastníkovi není možné předložit variantní řešení kreativy.

Dotaz č. 3

Dobrý den,

prosím o vysvětlení zadávací dokumentace.

Zadavatel se v manuálu odkazuje na font AG BOOK PRO. Tento font není veřejně dostupný. Můžeme v rámci nabídky do této veřejné zakázky pracovat s podobným fontem?

Děkuji.

Odpověď zadavatele:

Ano, zadavatel si je vědom, že písmo, resp. font AG BOOK PRO není veřejně dostupný.

*Účastník může v rámci své nabídky, resp. případové studie použít jakýkoliv typ písma (fontu). Nejblíže se fontu AG BOOK PRO dle zadavatele blíží font ARIAL, nicméně jeho použití není ze strany zadavatele požadováno, tzn. nejedná se o zadávací podmínku a použití jiného písma (fontu) **nebude** mít za následek nesplnění zadávacích podmínek.*

Dotaz č. 4

Dobrý den,

urgovali jsme žádost o zápis do seznamu kvalifikovaných dodavatelů, ve kterém jsme doposud nebyli evidováni a bylo nám řečeno, že bohužel vzhledem k současné situaci zápis do seznamu může trvat až 60 dní, protože pracovníci, co zápis zprostředkovávají pracují z HO a někteří jsou bohužel nakaženi koronavirem.

Rádi bychom se tedy zeptali, zda je možné výpis dodat později a dočasně je nahradit ostatními dokumenty a potvrzeními, které se snažíme získat od jednotlivých úřadů. Předem děkujeme za info.

Odpověď zadavatele:

*Základní a profesní způsobilost ve smyslu ustanovení § 74, § 75 a § 77 ZZVZ lze prokázat buď zákonem stanovenými dokumenty (např. výpis z evidence Rejstříku trestů, výpis z Obchodního rejstříku apod.) **nebo** výpisem ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů, pokud je tam účastník zapsán, který nahrazuje všechny dokumenty dle výše uvedených zákonných ustanovení.*

Účastník si tedy ve své nabídce může zvolit variantu prokázání základní a profesní způsobilosti zcela dle svého vlastního uvážení.

Nicméně při podání samotné nabídky by v ní již měly být ze strany účastníky předloženy všechny potřebné dokumenty k prokázání jeho základní a profesní způsobilosti, aby mohl být vpuštěn do následného hodnocení.

Na základě tohoto vysvětlení zadávací dokumentace zadavatel neprodlužuje lhůtu pro podání nabídek. Lhůta pro podání nabídek tak uplyne v úterý 10. listopadu 2020 ve 12:00 hodin.

Mgr. Tomáš Vávra
Oddělení veřejných zakázek
Český rozhlas