

<b>Zadavatel:</b> Česká televize
<b>Druh zakázky:</b> Zakázka malého rozsahu na služby
<b>Název projektu:</b> Direct Mailing pro územní oblasti Plzeň a Praha - grafické zpracování a tisk
<b>Datum zadání:</b> 3. červen 2009
<b>Datum zahájení:</b> 15. červen 2009

Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v ČR (dále jen „NKS“) byla zřízena usnesením vlády ze dne 17. května 2006 č. 563 jako pracovní orgán Vlády České republiky (dále jen „vláda“). Činnost Národní koordinační skupiny je vykonávána v souladu s usnesením vlády ze dne 15. března 2006 č. 261 a s usnesením vlády č. 668 ze dne 11. 6. 2007 o Statutu Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání v České republice a o jmenování 1. místopředsedy a místopředsedy této skupiny. Do působnosti Národní koordinační skupiny podle Čl. II odst. 2 písm. a) Statutu Národní koordinační skupiny, který vláda schválila usnesením č. 668 z 11. června 2007, spadá mimo jiné i příprava informační a komunikační kampaně týkající se přechodu ze zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání.

Vláda uložila usnesením č. 485 ze dne 28. 4. 2008 o nařízení vlády o stanovení Technického plánu přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání (Technický plán přechodu) ministru vnitra připravit ve spolupráci s předsedou Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání v České republice návrh na provedení informační kampaně a předložit jej vládě k informaci do 31. května 2008 a zajistit ve spolupráci s předsedou Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání v České republice provedení informační kampaně způsobem a v termínech stanovených v nařízení vlády podle bodu I a II/1 tohoto usnesení. Návrh na provedení informační kampaně vzala vláda na vědomí usnesením č. 684 ze dne 2.6.2008.

Ministerstvo vnitra je úřadem odpovědným za realizaci výše uvedené informační kampaně ve spolupráci s Národní koordinační skupinou. Zadavatelem zakázky je Česká televize, organizací řízení byl v souladu s Dohodou uzavřenou mezi Českou televizí a Ministerstvem vnitra ČR ve spolupráci s NKS pověřen předseda Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání v ČR Ing. Zdeněk Duspiva.

- a) Česká televize na základě zákona č. 304/2007 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s dokončením přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání, ukládá určenou část výnosu z reklam na svůj zvláštní účet, který zřídila a který spravuje. Dvě třetiny prostředků uložených na tomto účtu používá Česká televize na podporu a rozvoj zemského digitálního televizního vysílání v České republice, zejména na rozvoj a provoz multiplexu 1. Podle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách veřejné služby podle zákona

o České televizi, ostatní prostředky uložené na tomto účtu používá Česká televize na správu a digitalizaci archivu České televize; Česká televize dále hradí z tohoto účtu prokázané účelně vynaložené náklady spojené s výběrem a se správou výnosů z reklam. Česká televize sestavuje na každý kalendářní rok návrh rozpočtu tohoto účtu a předkládá jej ke schválení vládě vždy do 31. října předchozího kalendářního roku; návrh rozpočtu zvláštního účtu České televize na rok 2009 schválila vláda usnesením č. 463 ze dne 20. 4. 2009.

Pro realizaci informační a komunikační kampaně týkající se přechodu ze zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání předpokládá Národní koordináční skupina, resp. výše uvedené subjekty vybrat dodavatele Direct Mailingu pro územní oblasti Plzeň a Praha - grafické zpracování. K zadání veřejné zakázky malého rozsahu podle § 12 odst. 6 ZVZ, tímto zjišťujeme Vaši vůli a schopnosti poskytovat předmětné služby. Za tím účelem si Vás dovoluji oslovit s následujícími zadáním:

### **1. Předmět zakázky:**

Předmětem zakázky je kreativní a grafické zpracování neadresného Direct Mailingu, tisková produkce a zajištění dopravy. Zakázka na službu je zadávána na dobu do 31. 12. 2009.

### **2. Předmět plnění veřejné zakázky malého rozsahu:**

Uchazeč na základě smlouvy zajistí pro zadavatele tyto služby:

#### **2. 1. Grafické a kreativní zpracování Direct Mailingu**

Uchazeč předloží kreativní a grafické řešení pro efektivní oslovení všech domácností neadresným Direct Mailingem v územní oblasti Plzeň a Praha. Grafické a obsahové řešení musí jasně a srozumitelně informovat o požadovaných datech a faktech zejména v otázce ukončení zemského analogového vysílání v daných územních oblastech.

V rámci územní oblasti Plzeň jsou požadovány 2 vlny oslovení a v rámci územní oblasti Praha pouze jedna vlna oslovení domácností:

V první vlně (územní oblast Plzeň) bude kladen důraz na informace o:

- Výhodách digitálního televizního vysílání
- Všech možnostech příjmu digitálního televizního vysílání
- Informačních zdrojích – zejména národní kampaně (infolinka a web)
- Nutnosti přejít na televizní digitální vysílání s ohledem na plánované ukončení zemského analogového televizního vysílání v září 2009
- Možné rozšíření informací: programová nabídka atd.

Ve druhé vlně (územní oblasti Plzeň a Praha) bude kladen důraz na informace o:

- Aktuální termínu ukončení zemského analogového televizního vysílání
- Nutnost přechodu na jiný typ signálu než představuje zemské analogové televizní vysílání
- Geografická mapa znázorňující lokality územní oblasti, kde se předpokládá potřeba přechodu na digitální televizní vysílání
- Informace o televizních a rozhlasových stanicích, které je možné přijímat v rámci zemského digitálního vysílání
- Další relevantní a důležité informace ve vztahu k přechodu na digitální televizní vysílání.

V rámci předkládaných řešení je požadováno využití oficiálního motivu (tzv. digiboy) a loga přechodu na digitální televizní vysílání. Uchazeč odevzdáním nabídky rovněž potvrdí svůj souhlas s tím, že zpracované informační materiály mohou být využity v rámci jiných komunikačních prostředků informujících o přechodu na televizní digitální vysílání.

## **2. 2. Tisková produkce**

Uchazeč předloží kompletní náklady za tiskovou produkci vč. kvality a gramáže papíru, způsobu tisku a veškerých spojených nákladů. V rámci nabídky uchazeč předloží optimální počet výtisků v každé vlně s ohledem na počet domácností v jednotlivých územních oblastech a s tím, že zajistí 2% výtisků navíc pro další využití v rámci informační kampaně.

## **2. 3. Doprava**

Uchazeč předloží náklady za dopravu:

- a) Kompletní dopravení zakázky na adresu v Praze
- b) Dopravení 2% výtisků na adresu NKS, Nám. Hrdinů 3, Praha 4

## **3. Výzva k podání nabídky**

Uveřejněna na stránkách a zaslána vybraným zájemcům poštou nebo elektronicky dne 3. června 2009.

## **4. Datum a místo podání nabídky:**

Uchazeč předloží nabídku na veřejnou zakázku malého rozsahu do 10. června 2009 do 11:30 hod. SEČ v listinné nebo elektronické podobě. Místem pro osobní podání nabídek je podatelna Ministerstva vnitra. Uchazeč může nabídku také zaslat prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu Ing. Zdeněk Duspiva, předseda Národní koordinační skupiny, kancelář náměstka ministra, Ministerstvo vnitra ČR, náměstí Hrdinů 3, Praha 4, PSČ: 140 21 s tím, že odpovědnost za doručení zásilky ve lhůtě pro podání nabídek zůstává na uchazeči. V případě elektronického podání nabídek je adresa nks@mvcz.cz

## **5. Formální náležitosti nabídky**

Nabídka uchazeče bude spojena v jeden balík/obálku, bude řádně zabalena a uzavřena. Na přední straně balíku/obálky bude označena v pravé spodní části označením a dresou zadavatele, v levé horní části bude obsahovat identifikaci uchazeče a adresu, Uprostřed přední strany bude balík/obálka výrazným způsobem označena jako „NABÍDKA“ a názvem veřejné zakázky „Direct Mailing pro územní oblasti Plzeň a Praha - grafické zpracování“.

### **5.1. Součástí nabídky bude:**

- a) identifikační údaje uchazeče, včetně uvedení statutárního zástupce
- b) doklad o oprávnění k podnikání tzn. výpis z OR v prosté kopii ne starší 3 měsíců
- c) konečná cena bez DPH
- d) konečná cenová nabídka bez DPH s rozpisem jednotlivých položek
- e) nabídka řešení
- f) reference z oblasti direct mailingových kampaní
- g) návrh smlouvy o dílo

## **6. Hodnotící kritéria**

- cena
- kvalifikace uchazeče
- kvalita navrhovaného řešení
- reference uchazeče