

Zadávací dokumentace pro veřejnou zakázku na služby

Druh zakázky:	Zakázka malého rozsahu na služby
Název zakázky:	„Návrh a produkce Direct Mailingu pro domácnosti v územních oblastech Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník, Ostrava“
Zadavatel zakázky:	Česká televize Kavčí hory, 140 70 Praha 4 IČ: 00027383 zastoupená Mgr. Jiřím Janečkem, generálním ředitelem
Předpokládaný termín zahájení realizace veřejné zakázky:	15.3.2011
Ukončení realizace plnění realizace veřejné zakázky:	30.11.2011

„Návrh a produkce Direct Mailingu pro domácnosti – jako součást informační kampaně k přechodu na digitální televizní vysílání pro územní oblasti Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník a Ostrava“

Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v ČR (dále jen „NKS“) byla zřízena usnesením vlády č. 563 ze dne 17. května 2006 jako pracovní orgán Vlády České republiky (dále jen „vláda“). Činnost Národní koordinační skupiny je vykonávána v souladu s usnesením vlády č. 261 ze dne 15. března 2006 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, dále jen „TPP“) 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.

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 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.

Pro realizaci informační a komunikační kampaně týkající se přechodu ze zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání předpokládá Národní koordinační skupina, resp. výše uvedené subjekty vybrat dodavatele pro zakázku „Návrh a produkce Direct Mailingu pro domácnosti – jako součást informační kampaně k přechodu na digitální televizní vysílání pro územní oblasti Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník a Ostrava“.

K zadání veřejné zakázky malého rozsahu, tímto zjišťujeme Vaši vůli a schopnosti poskytovat předmětné služby. Za tím účelem si Vás dovoluji oslovit s následujícím zadáním:

1. PŘEDMĚT VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Předmětem zakázky je kreativní a grafické zpracování neadresného Direct Mailingu, tisková produkce pro domácnosti v územních oblastech Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník a Ostrava.

2. ZADÁNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

2. 1. Grafické a kreativní zpracování Direct Mailingu

Uchazeč předloží kreativní a grafické řešení pro efektivní oslovení všech domácností neadresným Direct Mailingem v územních oblastech Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník a Ostrava stanovených v TPP. 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 územních oblastí, dle předpokladu zadavatele, by měla proběhnout jedna vlna neadresné distribuce do schránek všech obyvatel v dané územní oblasti stanovené dle TTP. Informační materiál by měl sledovat následující cíle:

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 dané oblasti
- možném rozšíření informací: programová nabídka atd.
- aktuálním termínu ukončení zemského analogového televizního vysílání

- nutnosti přechodu na jiný typ signálu než představuje zemské analogové televizní vysílání
- území - geografická mapa znázorňující lokality územní oblasti, kde se předpokládá potřeba přechodu na digitální televizní vysílání
- informací o televizních a rozhlasových stanicích, které je možné přijímat v rámci zemského digitálního vysílání
- dalších relevantních a důležitých informací ve vztahu k přechodu na digitální televizní vysílání.
- předpokládaný termín distribuce: cca 2 měsíce před vypnutím zemského analogového televizního vysílání v dané územní oblasti.

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. V případě použití veškerých obrazových a jiných autorských materiálů (fotografie, obrázky, schémata atd.) je uchazeč povinen zahrnout autorská práva (apod.) do celkové nabídkové ceny.

Zadavatel zdůrazňuje, že tato aktivita nemá komerční charakter a nelze ji ze strany uchazeče propojovat s žádnými komerčními zakázkami, které by zvýhodňovaly některou z platform přijmu televizního digitálního vysílání. Rovněž v textech nelze uvádět žádné konkrétní značky spojované s konkrétními typy platform přijmu digitálního televizního vysílání. Kampaň k přechodu na digitální televizní vysílání má neutrální charakter vůči jednotlivým platformám přijmu digitálního televizního 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 s ohledem na počet domácností v jednotlivých územních oblastech dle TTP a s tím, že zajistí 5% výtisků navíc pro další využití v rámci informační kampaně. Pokud bude uchazeč navrhovat jinou než tiskovou produkci pro řešení Direct Mailingu – např.: distribuce DVD apod.; rovněž specifikuje přesně náklad, provedení a typy materiálů.

2. 3. Doprava

Uchazeč předloží náklady za dopravu pro každou fázi Direct Mailingu:

- a) Kompletní dopravení zakázky na adresu v Praze
- b) Dopravení 5% výtisků na adresu určenou NKS v Praze, případně v Brně.

3. HODNOTÍCÍ KRITÉRIA

Hodnocení nabídek proběhne na základě těchto hodnotících kritérií:

- výše nabídkové ceny navrhovaného řešení bez DPH
- návrh vhodného grafického a produkčního řešení
- návrh vhodného obsahového řešení
- zkušenosti s problematikou přechodu na televizní digitální vysílání.

4. PODMÍNKY A POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ NABÍDKY

- a) Nabídka bude sepsána v českém jazyce, bude obsahovat popis nabízeného řešení, včetně celkové nabídkové ceny.
- b) 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 adresou zadavatele, v levé horní části bude obsahovat identifikaci uchazeče a adresu, Uprostřed přední strany bude balík/obálka výrazným způsobem označena jako „Návrh a produkce Direct Mailingu pro domácnosti – jako součást informační kampaně k přechodu na digitální televizní vysílání pro územní oblasti Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník a Ostrava“.
- c) Nabídka uchazeče bude předložena v této struktuře:
 - identifikační údaje uchazeče, včetně uvedení statutárního zástupce,
 - doklad o oprávnění k podnikání tzn. výpis z OR v prosté kopii ne starší tři měsíců,
 - nabídka a popis řešení,
 - konečná cena bez DPH,
 - konečná cenová nabídka bez DPH s rozpisem jednotlivých položek,
 - reference z oblasti digitalizace a ict,
 - návrh smlouvy o dílo.

5. MÍSTO A LHŮTA PRO PODÁNÍ NABÍDEK

Uchazeč předloží nabídku na veřejnou zakázku malého rozsahu do 10. února 2011 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@mvr.cz.

6. VÝZVA K PODÁNÍ NABÍDKY

Uveřejněna na internetových stránkách Národní koordinační skupiny a zaslána vybraným zájemcům poštou nebo elektronicky dne 27. ledna 2011.

V Praze dne 27.1. 2011

.....
Ing. Zdeněk Duspiva,
Předseda Národní koordinační skupiny