Zadavatel: Česká televize
Druh zakázky: Zakázka malého rozsahu na služby
Název projektu: Direct Mailing v územní oblasti[1]Praha město - grafické zpracování, tisk a distribuce
Datum zadání: 14. leden 2009
Datum zahájení: 26. leden 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.
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

1 Rozsah územní oblasti Praha je specifikován v příloze č. 1 nařízení vlády č. 161/ 2008 Sb., o technickém plánu přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání (nařízení vlády o Technickém plánu přechodu).

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 schválila na rok 2008 vláda usnesením č. 410 ze dne 16. 4. 2008. Pro realizaci informační a komunikační kampaně týkající se přechodu ze zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání Národní koordinační skupina, resp. výše uvedené subjekty vybrala odborného poradce pro přípravu a vedení informační kampaně přechodu na televizní digitální vysílání.
K zadání veřejné zakázky malého rozsahu podle § 12 odst. 6 podle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, tímto zjišťujeme Vaši vůli a schopnosti poskytovat předmětné služby. Za tím účelem si Vás dovoluji oslovit s následujícím zadáním:

1. Předmět zakázky:

Předmětem zakázky je kreativní a grafické zpracování „Direct Mailingu“, tisková produkce a zajištění distribuce v územní oblasti Praha město. Zakázka zahrnuje dvě vlny komunikačních sdělení. Zakázka na službu je zadávána na dobu do 30. 4. 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 dotčených vypnutím zemského analogového televizního vysílání v dubnu 2009 v územní oblasti Praha město. dle nařízení vlády č. 161/2008 Sb., o technickém plánu přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání (nařízení vlády o technickém plánu přechodu). Toto řešení musí jasně a srozumitelně informovat o požadovaných datech a faktech.

V první vlně bude kladen důraz na informace zejména o:
- Výhodách digitálního televizního vysílání,
- Všech možnostech příjmu digitálního televizního vysílání,
- Informačních zdrojích – zejména národní kampaně (infolinka a web),
- Termínu ukončení zemského analogového televizního vysílání (daný nebo předpokládaný),
- Nutnosti přejít na televizní digitální vysílání s ohledem na plánované ukončení zemského analogového televizního vysílání v Praze v roce 2009,
- Televizních a rozhlasových programech, které je možné přijímat v rámci zemského digitálního vysílání.

Ve druhé vlně bude kladen důraz na informace zejména o:
- Aktuálním termínu ukončení zemského analogového televizního vysílání,

- Nutnosti přechodu na jiný způsob příjmu signálu než představuje zemské analogové televizní vysílání,
- Geografická mapa znázorňující lokality Prahy, kde se předpokládá potřeba přechodu na digitální televizní vysílání v této etapě vypnutí zemského analogového televizního vysílání,
- Televizních a rozhlasových programech, které je možné přijímat v rámci zemského digitálního 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, vč. kreativního řešení 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 (doprava atd.).

2. 3. Distribuce

Uchazeč předloží kompletní náklady na distribuci materiálů do všech domácností v dotčené oblasti. Uchazeč uvede závazný termín do kdy je připraven materiály vyrobit a zajistit jejich kompletní distribuci (neadresný rozsev).
Požadované termíny distribuce:

1. vlna: 2-15. 2. 2009,
2. vlna: 1-15. 4. 2009.

3. Výzva k podání nabídky

Uveřejněna na internetových stránkách Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání v ČR a zaslána vybraným zájemcům poštou nebo elektronicky dne 16. ledna 2009.

4. Datum a místo podání nabídky:

Uchazeč předloží nabídku na veřejnou zakázku malého rozsahu do 22. ledna 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@mvcr.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 adresou 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 Praha - grafické zpracování, tisk a distribuce“.

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
- termíny a lhůty realizace.