

V Praze dne 20. srpna 2021
Č. j.: 2021/085678/CNB/420

Vysvětlení č. 3
k poptávce České národní banky na výběr dodavatele veřejné zakázky:
„Komunikační kampaň a následná propagace Návštěvnického centra ČNB
– kreativní a exekuční část“

Zadavatel obdržel u výše uvedené poptávky dotaz dodavatele. Dotaz je uveden níže, včetně odpovědi zadavatele na tento dotaz.

Dotaz č. 1:

„...prosím o upřesnění obsahu bodu '10.7.1 b) Grafický koncept - dodání klíčových vizuálů pro předpokládané výchozí výstupy' v cenové nabídce.

Myslí se tím odevzdání otevřených zdrojových dat od materiálů, vytvořených v bodě 10.7.1 a) 'Grafický koncept - dopracování vybraného kreativního konceptu realizace komunikace (ideace, textace, výroba kreativ dle 4 cílových skupin)'?...“

Odpověď č. 1:

- a. Do **položky 10.7.1 a) Cenové tabulky** dodavatelé doplní **cenu za dopracování kreativního konceptu realizace komunikace** (dále jen „kreativní koncept“).

Kreativním konceptem se dle bodu 4.5.1 poptávkového dopisu rozumí „*návrh ideového, textového a vizuálního pojetí komunikace včetně vysvětlení a argumentace návaznosti návrhu na výstupy Situační analýzy a výchozí Strategii komunikace včetně vztahu k daným cílovým skupinám*“. Velmi zjednodušeně řečeno se jedná o koncept celkového pojetí komunikační kampaně.

Návrh kreativního konceptu dodavatelé předloží již ve svých nabídkách a bude hodnocen dle bodu 4.5 poptávkového dopisu, nicméně po uzavření smlouvy ho bude nutné dopracovat na základě připomínek zadavatele.

- b. Do **položky 10.7.1 b) Cenové tabulky** dodavatelé doplní **cenu za výrobu klíčových vizuálů pro všechny výchozí výstupy, které jsou definovány v bodu 10.7.1 Specifikace plnění** (tj. tiskoviny, plakáty, letáky, online bannery atd.), a to **pro všechny cílové skupiny**.

Pro úplnost zadavatel uvádí, že ukázky grafického ztvárnění vybraných výstupů, určených pro cílovou skupinu Žáci a studenti, dodavatelé rovněž předloží již ve svých nabídkách a budou hodnoceny dle bodu 4.6 poptávkového dopisu.

Na rozdíl od vypracování kreativního konceptu (dle písm. a. této odpovědi) se tedy jedná o výrobu vizuálů již specifických typů výstupů (min. tedy po jednom vizuálu pro každý uvedený výstup dle bodu 10.7.1 Specifikace plnění). Nejde tedy jen o otevřená data ke kreativnímu konceptu.

Předpokladem je, že každý výstup bude trochu jinak pojatý. Např. online banner je specifický v tom, že skrz něj se dá prokliknout do rezervačního systému, proto na něm může být např. claim typu „Rezervujte zde“ apod. To ale samozřejmě nebude platit např. pro plakát apod. Na každém z výstupů může být i trochu jiná (vhodně poupravená) grafika, liší se typicky i formátem atp.

- c. Nad rámec dotazu dodavatele zadavatel dodává, že předchozí položku (písm. b. této odpovědi) nelze zaměňovat s **grafickými adaptacemi dle položek 10.7.2 a) + b) Cenové tabulky**.

Grafickými adaptacemi se rozumí již pouze drobnější textové, grafické a/nebo rozměrové modifikace již vzniklých vizuálů jednotlivých výstupů.

Tj. např. připravený vizuál online banneru bude třeba vzhledem k délce trvání kampaně občas lehce pozměnit, např. bude zvat na aktuální akci v NC apod.

Pro úplnost zadavatel doplňuje, že v položce 10.7.2 a) Cenové tabulky dodavatelé nacení 50 grafických adaptací (což je minimální množství, které zadavatel plánuje využít). A pro případ, že by zadavatel potřeboval další grafické adaptace, dodavatel si bude účtovat cenu dle položky 10.7.2 b) Cenové tabulky vynásobenou počtem hodin práce.

S pozdravem

Ing. Zdeněk Virius
ředitel sekce správní
podepsáno elektronicky