

PÍSEMNÁ ZPRÁVA ZADAVATELE**ZADAVATEL:** Česká republika – Ministerstvo práce a sociálních věcí

Sídlem: Na Poříčním právu 376/1, 128 01 Praha 2

Zastoupena: Robinem Povšíkem, náměstkem ministryně pro řízení úřadu

IČ: 00551023

„REALIZACE INFORMAČNÍ KAMPANĚ PRÁVO NA DĚTSTVÍ“

Zadavatel na základě ustanovení § 85 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“), k výše uvedené veřejné zakázce zadávané dle zákona, vyhotovil tuto písemnou zprávu.

1. Předmět veřejné zakázky a sjednaná cena ve smlouvě

1.1. Předmětem plnění veřejné zakázky jsou služby spočívající v realizaci informační kampaně k Národní strategii ochrany práv dětí s názvem Právo na dětství

Předmětem plnění veřejné zakázky je realizace informační kampaně cílů a záměrů transformace systému péče o ohrožené děti v České republice, která je komplexně popsána v Národní strategii ochrany práv dětí s názvem Právo na dětství (dále jen „Národní strategie“) a navazujícím Akčním plánem k naplnění Národní strategie ochrany práv dětí pro období let 2012 – 2015 (dále jen „Akční plán“). Informační kampaň bude cílena na cílové skupiny. Více viz zadávací dokumentace.

1.2. Cena sjednaná ve smlouvě:

Celková cena za skutečně poskytnuté služby činí 13 749 300,00 Kč bez DPH, tj. 16 636 653,00 Kč vč. DPH. Smlouva byla uzavřena dne 24. 3. 2015 s uchazečem McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY, sídlem Riegrovy sady čp. 28, 120 00 Praha 2, IČ: 17046041.

2. Zvolený druh zadávacího řízení

Veřejná zakázka byla zadána dle § 21 odst. 1 písm. a) zákona, resp. dle § 27 zákona v otevřeném řízení.

3. Identifikační údaje vybraného uchazeče, popř. uchazečů, je-li smlouva uzavírána s více osobami na straně uchazeče, odůvodnění výběru nejvhodnější nabídky a část veřejné zakázky, která má být plněna prostřednictvím subdodavatele

3.1. Identifikační údaje vybraného uchazeče

Obchodní firma nebo název:	McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY
Sídlem:	Riegrovy sady čp. 28, 120 00 Praha 2
IČ:	17046041

3.2. Odůvodnění výběru nejvhodnější nabídky

V návaznosti na podmínky stanovené v zadávacích podmínkách veřejné zakázky provedla komise hodnocení nabídek dle § 78 a § 79 zákona podle základního hodnotícího kritéria ekonomická výhodnost nabídky.

Základním kritériem hodnocení pro zadání veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Předmětem hodnocení budou následující dílčí kritéria hodnocení:

EKONOMICKÁ VÝHODNOST NABÍDKY	Dílčí hodnotící kritérium		Váha
	A.	Nabídková cena	60 %
	B.	Popis projektového řízení	20 %
	C.	Modelová kampaň	20 %

A) Nabídková cena:

V případě hodnocení nabídek podle kritéria „**Nabídková cena**“, které je číselně vyjádřitelné, získá hodnocená nabídka bodovou hodnotu dle vzorce:

$$100 \times \frac{\text{nejvýhodnější nabídka, tj. nejnižší cena (hodnota)}}{\text{cena (hodnota) hodnocené nabídky}}$$

kde hodnocenou cenou je celková cena hodnocené nabídky bez DPH.

Způsob zpracování nabídkové ceny viz kapitola 6. této zadávací dokumentace.

B) Způsob řízení veřejné zakázky:

V případě hodnocení nabídek podle kritéria „**Popis projektového řízení**“, které nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnotící komise pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvýhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto dílčího kritéria ve vztahu k nejvýhodnější nabídce. Bodové hodnocení každé nabídky bude určeno tímto vzorcem:

$$100 \times \frac{\text{hodnota hodnocené nabídky}}{\text{hodnota nejvýhodnější nabídky, tzn. nejvyšší hodnota}}$$

V rámci tohoto dílčího kritéria bude hodnocena celková odborná úroveň a kvalita popisu projektového řízení veřejné zakázky na základě těchto hledisek:

- navržené schvalovací procesy ve vztahu k organizačnímu zajištění kampaně,
- možnosti monitoringu činností zadavatelem ve sdíleném online projektovém prostředí,
- zapojení pracovníků dodavatele vč. popisu jejich rolí a zodpovědností v projektu,
- systém řízení rizik a kvality projektu - vydefinování relevantních rizik spojených s realizací předmětu plnění veřejné zakázky a návrh řešení pro zvládnutí těchto rizik (návrh opatření pro zvládnutí problémových situací, které mohou v průběhu plnění veřejné zakázky nastat),
- harmonogram realizace veřejné zakázky, ze kterého bude zřejmá provázanost a návaznost realizace jednotlivých dílčích aktivit kampaně v rámci každého tématu kampaně

Lépe bude hodnocena ta nabídka, která:

- jasněji, detailněji a přesto výstižně a lépe strukturovaně popíše způsob projektového řízení (organizačního zajištění realizace) veřejné zakázky v podobě nastavených schvalovacích procesů ve vztahu k organizačnímu zajištění kampaně a zohlednění všech aspektů a všech dílčích aktivit realizace veřejné zakázky při její přípravné i realizační fázi,
- nastaví vhodnější způsob monitoringu realizovaných dílčích aktivit se strany zadavatele ve sdíleném online projektovém prostředí, a to s ohledem na podrobnost sdílených informací, četnost aktualizace apod. Zadavatel očekává, že monitoring bude sloužit zejména k průběžné kontrole realizace jednotlivých aktivit ze strany zadavatele a zároveň umožní sdílení potřebných dokumentů včetně možnosti jejich editace tak, aby byla zajištěna kontinuita projektu, zastupitelnost jednotlivých členů řešitelského týmu a realizačního týmu zadavatele.
- bude obsahovat ve větší míře definovaná možná (relevantní) rizika pokrývající všechny oblasti předmětu plnění veřejné zakázky a uvede v rámci definování rizik také pravděpodobnost jejich výskytu, významnost a dopad a návrh na jejich eliminaci,
- prokáže vyšší míru logické návaznosti a provázanosti jednotlivých dílčích aktivit kampaně v rámci každého tématu kampaně, a u níž tedy bude zřejmé, že uchazeč má v porovnání s ostatními nabídkami konkrétnější představu o celkovém procesu realizace zakázky a tato představa lépe odráží požadovaný záměr (cíle) zadavatele v daném časovém rozmezí.

C) Modelová kampaň:

V případě hodnocení nabídek podle kritéria „**Modelová kampaň**“, které nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnotící komise pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí nejvýhodnější nabídce 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto dílčího kritéria ve vztahu k nejvýhodnější nabídce. Bodové hodnocení každé nabídky bude určeno tímto vzorcem:

$$100 \times \frac{\text{hodnota hodnocené nabídky}}{\text{hodnota nejvýhodnější nabídky, tzn. nejvyšší hodnota}}$$

V rámci tohoto dílčího kritéria bude hodnocena obsahová a technická úroveň návrhu řešení modelové informační kampaně na podporu deinstitucionalizace péče o ohrožené děti v ČR na základě těchto hledisek:

- návrh věcného a časového harmonogramu včetně popisu plánovaných aktivit
- návrh mediálního plánu pro inzerci a PR
- návrh hlavního sdělení (key message) tématu
- návrh spolupráce s ambasadorem tématu, jeho výběr a využití v kampani
- návrh stručného scénáře 5minutového vysvětlujícího videa pro odbornou veřejnost
- návrh indikátorů a způsobu jejich zjišťování

Lépe bude hodnocena ta nabídka, která:

- v návrhu harmonogramu a mediálního plánu navrhne a popíše takové marketingové metody a postupy (včetně odůvodnění jejich použití), které lépe zajistí efektivitu navržené kampaně – dosažení pozitivního vnímání procesu deinstitucionalizace s přihlédnutím na specifika cílové skupiny;
- v návrhu hlavního sdělení lépe vystihne komplexnost tématu deinstitucionalizace;

- u návrhu ambasadora navrhne efektivnější způsob jeho zapojení do kampaně v rámci jednotlivých aktivit (např. účast na tiskových konferencích, poskytování rozhovorů médiím, zapojení do doprovodných akcí kampaně apod.),
- v návrhu scénáře pro odbornou veřejnost zpracuje téma deinstitucionalizace formou vhodnou pro odbornou veřejnost, která bude výstižnější a mít ucelenější strukturu, bude věcně správná a zohlední příslušnou legislativu vztahující se k oblasti péče o ohrožené děti. Dále bude lépe hodnocen návrh scénáře, který ve vyšší míře zohlední metodiky MPSV (vztahující se k oblasti péče o ohrožené děti a dostupné na webových stránkách zadavatele (<http://www.mpsv.cz/cs/4>) a využije dostupná statistická data a odbornou literaturu z oblasti péče o ohrožené děti,
- v rámci návrhu indikátorů modelové informační kampaně prokáže orientaci v oblasti péče o ohrožené děti řádným a argumentačně lépe podloženým zdůvodněním metod zjišťování indikátorů, vč. definování relevantní skupiny respondentů (např. dotazníkové šetření, on-line anketa, řízené rozhovory apod.),
- celkově prokáže vyšší míru logické návaznosti a provázanosti jednotlivých dílčích aktivit modelové kampaně, u níž bude zřejmé, že uchazeč má v porovnání s ostatními nabídkami konkrétnější představu o celkovém procesu realizace informační kampaně.

Celkové hodnocení

Celkové hodnocení nabídek provede hodnotící komise tak, že bodová hodnocení nabídek dle dílčích kritérií vynásobí vždy vahou příslušného kritéria (Nabídková cena vahou 60 %, Způsob řízení veřejné zakázky vahou 20 % a Modelová kampaň vahou 20 %). Takto získané hodnoty hodnotící komise sečte pro každou nabídku a stanoví pořadí úspěšnosti uchazečů, přičemž jako nejlepší bude vyhodnocena nabídka, která dosáhla nejvyšší bodové hodnoty.

Údaje z nabídek, které jsou předmětem hodnocení:

	OGILVY ONE, a.s.	McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY	Leones Production, spol. s r.o.
A. Nabídková cena (bez DPH)	14 202 826,00 Kč	13 749 300,00 Kč	11 001 600,00 Kč
Počet bodů	77,46	80,02	100,00
Počet bodů - váha 60 %	46,48	48,01	60,00
C. Modelová kampaň			
Počet bodů	80,00	100,00	0,00
Počet bodů - váha 20 %	16,00	20,00	0,00
B. Popis projektového řízení			
Počet bodů	85,00	85,00	100,00
Počet bodů - váha 20 %	17,00	17,00	20,00
Celkem bodů	79,476	85,009	80,000
Výsledné pořadí	3.	1.	2.

Slovní hodnocení:

B) Popis projektového řízení

❖ Nabídka s pořadovým číslem 1: OGILVY ONE, a.s. – 2. – 3. (85 b.)

Nabídka uchazeče OGILVY ONE, a.s. znázorňuje jednotlivé schvalovací fáze graficky pomocí přehledného diagramu, ze kterého je patrný jasně a detailně popsany schvalovací proces ve fázi zahájení, plánování, koordinace, kontroly a uzavření projektu. Z uvedeného diagramu v nabídce je rovněž patrné zapojení zadavatele i dodavatele při schvalovacím procesu. V nabídce uchazeče je dále uvedeno, že ke schvalování jednotlivých výstupů dochází při společných schůzkách. S ohledem na organizační zajištění kampaně však nabídka nezohledňuje všechny aspekty plnění této zakázky, např. popis jednotlivých rolí, které by měly být do procesu zapojeny, je obecný a bez zohlednění specifických aspektů zakázky.

Monitoring v rámci zakázky nabízí řešení formou software Redmine. Tento nástroj dle uchazeče umožňuje monitoring zakázky v reálném čase díky online přístupu. Dle očekávání zadavatele tedy umožňuje průběžnou kontrolu jednotlivých aktivit zakázky. Konkrétní informace o četnosti aktualizace, podrobnosti sdílených informací a jiných relevantních aspektů online prostředí uchazeč v nabídce neuvádí a z popisu je ani nelze dovodit. V popisu nástroje dále uchazeč uvádí, že nástroj umí v rámci svých funkcionalit sdílet a spravovat soubory, a to včetně možnosti jejich editace. Dále je v nabídce uvedeno, že stejně jako ostatní nástroje v hodnocených nabídkách umožňuje začlenění nového uživatele, čímž zajišťuje možnou zastupitelnost jednotlivých členů řešitelského týmu a realizačního týmu zadavatele při realizaci zakázky. Noví uživatelé se do aplikace zařazují vložením do seznamu osob podílejících se na realizaci projektu. Výše uvedené rovněž přispívá k zajištění kontinuity projektu. Oproti lépe hodnoceným nabídkám popisuje nabídka uchazeče OGILVY ONE, a.s. pouze obecné metody řízení rizik rozdělené do fází při identifikaci rizik. Uchazeč uvádí, že v rámci projektu bude rizika identifikovat a vyhodnocovat jejich dopady včetně možností jejich ošetření. V nabídce však nejsou uvedena žádná obecná ani specifická rizika relevantní ve vztahu k předmětu zakázky. Bez konkrétních uvedených rizik a příkladů však nelze ověřit určení jejich významnosti a pravděpodobnosti, kterou uchazeč ve své nabídce ani explicitně neuvádí.

V rámci popisu harmonogramu realizace projektu uchazeč ve své nabídce prokazuje rozpracování jednotlivých dílčích aktivit projektu, čímž rovněž prokazuje konkrétní představu o celkovém procesu realizace zakázky. K vyšší míře logické návaznosti a provázanosti jednotlivých dílčích aktivit kampaně v rámci každého tématu kampaně přispívá i využití Ganttova diagramu pro účely sledování harmonogramu a rovněž využití modelu Vodopádového.

❖ Nabídka s pořadovým číslem 2: McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY – 2. – 3. (85 b.)

Druhou nejvhodnější nabídkou byla hodnocena nabídka uchazeče McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o. s přihlédnutím k hodnocení v rámci definovaných kritérií. Nabídka popisuje v přípravné fázi sběr požadavků zadavatele na schvalovací popisy ve vztahu k organizačnímu zajištění kampaně. Pro průběžné schvalování výstupů uchazeč uvádí, že bude využíván nástroj Basecamp, který schvalování umožňuje dle přidělených rolí v rámci projektu. Schvalovací proces však není popsán a standardizován na všechny konkrétní aspekty realizace této zakázky ve všech předmětných fázích. V části řízení rizik nabídka uvádí užívání pravidelných tzv. „status reportů“ s definicemi úkolů a termínů a zavedení

systému odsouhlasení dokumentů. Nabídka však nedostatečně konkrétně a málo výstižně popisuje způsob projektového řízení v podobě schvalovacích procesů. Oproti lépe hodnocené nabídce uchazeče Leones Production, spol. s r.o. není popis nastavení schvalovacích procesů tak dobře a jasně strukturován a objevuje se v různých částech nabídky.

Jak již bylo zmíněno, uchazeč pro monitoring zakázky navrhuje užívání online nástroje Basecamp. Přístup do aplikace je tedy umožněn v reálném čase a zadavatel má možnost kdykoliv sledovat dílčí aktivity. Konkrétní informace o četnosti aktualizace, podrobnosti sdílených informací a jiných relevantních aspektů online prostředí uchazeč v nabídce neuvádí a z popisu je ani nelze dovodit. V rámci nabídky uchazeč uvádí, že aplikace umožňuje správu a sdílení dokumentů, čímž je zajištěna kontinuita projektu, která se vyznačuje i možností zachovávat historii jednotlivých dokumentů / výstupů. O možnosti editace dokumentů uchazeč ve své nabídce explicitně nepíše. Stejně jako ostatní nástroje v rámci předložených nabídek, umožňuje uvedený nástroj přidání uživatelů kdykoliv v průběhu realizace zakázky, čímž je tedy zajištěna zastupitelnost, jelikož uživatel může např. sledovat jednotlivá zadání úkolů.

Uchazeč ve své nabídce definuje obecně oblasti, kde rizika vznikají a dále identifikuje 4 obecná rizika. Tato uvedená rizika lze aplikovat na jakýkoliv projekt. Tato rizika však nepokrývají všechny specifické oblasti tohoto konkrétního předmětu plnění veřejné zakázky, jako tomu je u lépe hodnocené nabídky uchazeče Leones Production, spol. s r.o. Rizika jsou však ve vztahu k zakázce relevantní. V rámci definovaných rizik uchazeč uvádí jejich dopad a stanovuje nápravná opatření. Oproti lépe hodnocené nabídce však již nedefinuje pravděpodobnost výskytu a významnost jednotlivých rizik.

V rámci popisu harmonogramu prokazuje nabídka rozpracování jednotlivých dílčích aktivit kampaně v rámci každého tématu kampaně a z toho plynoucí jejich logickou návaznost a provázanost, čímž tak prokazuje konkrétní představu o celkovém procesu realizace zakázky.

❖ **Nabídka s pořadovým číslem 3: Leones Production, spol. s r.o. – 1. (100 b.)**

V rámci hodnocení kvalitativního kritéria B) Popis projektového řízení byla jako nejvhodnější, v porovnání s nabídkami ostatních uchazečů, hodnocena nabídka uchazeče Leones Production, spol. s r.o. Nabídka popisuje projektové řízení v podobě schvalovacích procesů konajících se na úrovni řídicího týmu, který je součástí projektového týmu, v porovnání s ostatními nabídkami nejdetailněji. Zároveň oproti hůře hodnoceným nabídkám nejjasněji a nejlépe strukturovaně popisuje způsob projektového řízení v podobě nastavených schvalovacích procesů. V rámci řídicího týmu figurují jak zástupci dodavatele, tak zástupci zadavatele. Schvalování uvádí uchazeč formou pravidelných měsíčních porad, případně dalších mimořádných porad. Oproti ostatním uchazečům nabídka Leones Production, spol. s r.o. specifikuje alespoň četnost konaných setkání určených ke schvalování jednotlivých výstupů. O dalším postupu informuje uchazeč formou pravidelných reportů zadavateli. Díky popisu kompetencí řídicího a projektového týmu a návrhu na realizaci pravidelných porad nabídka popisuje alespoň částečně standardizovaný schvalovací proces včetně zapojení zadavatele. Ve vztahu k organizačnímu zajištění však neuvádí, mimo popis specifických rolí projektového týmu, žádné další významné aspekty při realizaci této zakázky. Nabídka popisuje všechny dílčí aktivity realizace veřejné zakázky při její přípravné i realizační fázi.

Monitoring realizovaných dílčích aktivit navrhuje uchazeč pomocí webové aplikace OnlyOffice. Přístup do prostředí je tedy dle požadavku zadavatele online a umožňuje průběžný monitoring v reálném čase. Dále v nabídce uchazeč uvádí, že opět v souladu s požadavky zadavatele umožňuje aplikaci

správu dokumentace online. Konkrétní informace o četnosti aktualizace, podrobnosti sdílených informací a jiných relevantních aspektů online prostředí uchazeč v nabídce neuvádí a z popisu je ani nelze dovodit. Aspekt zachování kontinuity projektu ve vztahu ke sdílení dokumentů včetně jejich editace však není v popisu funkcionalit aplikace uveden, tudíž se zadavatel nemůže domnívat, že je možné dokumenty editovat takovým způsobem, aby byla zajištěna kontinuita projektu. Webová aplikace umožňuje přidání nového člena projektového týmu (ať již ze strany dodavatele či zadavatele), čímž je taktéž naplněn požadavek na zastupitelnost jednotlivých členů týmu s ohledem na to, že po přihlášení mají jednotliví uživatelé přístup k dokumentaci zakázky a mají možnost příslušné dokumenty editovat.

V rámci své nabídky uchazeč Leones Production, spol. s r.o. identifikoval samotná rizika, která jsou dále klasifikována – je stanovena tedy jejich významnost, dopad, pravděpodobnost jejich výskytu a dále navrhuje nápravná opatření. Uchazeč v nabídce uvádí jak obecná rizika vztažitelná na všechny typy projektů / zakázek, tak i relevantní rizika pokrývající specifické oblasti předmětu plnění veřejné zakázky, která jsou zde definována nejlépe. Avšak, stejně jako v nabídkách ostatních uchazečů, nepokrývá všechny tyto specifické oblasti. To vše včetně výše uvedených požadavků na definování pravděpodobnosti výskytu, významnosti / dopadu a návrhů na eliminaci uvedených rizik.

V rámci popisu harmonogramu prokazuje uchazeč ve své nabídce detailní rozpracování jednotlivých dílčích aktivit kampaně v rámci každého tématu kampaně a z toho plynoucí jejich logickou návaznost a provázanost, čímž tak prokazuje konkrétní představu o celkovém procesu realizace zakázky.

C) Modelová kampaň

❖ Nabídka s pořadovým číslem 1: OGILVY ONE, a.s. – 2. (80 b.)

Jako druhý nejlepší hodnotíme návrh společnosti OGILVY ONE, a.s., který však vykazuje určité rozpory ve zpracování komplexnosti pojetí tématu deinstitutionalizace. Za nevhodný pak považujeme navržený videospot.

- Velmi pozitivně lze hodnotit výběr marketingových metod a postupů (online marketing včetně e-learningu, informační web, využití tištěných médií, videomateriál a přímá práce s cílovou skupinou), kdy uchazeč komplexně pokrývá mediální prostor v ČR a zároveň díky svému partnerovi nabízí možnost návaznosti na již probíhající kampaně. Využité metody a postupy jsou zvolené velmi vhodně, zejména s ohledem na požadavek zadavatele na zajištění pozitivního vnímání procesu deinstitutionalizace ze strany odborné veřejnosti.
- Pokud jde o komplexní pojetí tématu deinstitutionalizace, objevují se zde rozpory mezi navrženými „key message“, které se velmi důrazně vymezují vůči ústavní péči (např. „Řekněme ne ústavům“ nebo „Aby děti vyrostly doma, ne v dětském domově“) a požadavkem na pozitivní vnímání deinstitutionalizace ze strany cílové skupiny. Takto nastavené hlavní sdělení by rozhodně nepřispělo k pozitivnímu vnímání celkového procesu. Na druhé straně se uchazeč ve svém návrhu právě transformaci ústavní péče věnuje a v příslušné problematice se jednoznačně velmi dobře orientuje. Tento rozpor vedl k horšímu hodnocení v tomto kritériu.
- Pozitivně hodnotíme zapojení ambasadorů do realizace kampaně. Zvolení zástupci jsou jednak všeobecně uznávanými odborníky a zároveň mají potenciál oslovit širokou veřejnost a předat jí potřebné informace dostatečně erudovanou a zároveň srozumitelnou formou, způsob jejich zapojení do kampaně je efektivní a odpovídá potřebám zadavatele.
- V rámci kritéria návrhu scénáře pro odbornou veřejnost uchazeč pominul požadavek zadavatele zohlednit metodiky MPSV a příslušnou legislativu. Jako velmi slabou hodnotíme

zvolenou formu návrhu na publicistickou reportáž. Navržený scénář uchazeč pojal pouze jako 5 individuálních příspěvků – rozhovorů – k dané problematice. Zvolený formát nás nepřesvědčil, že odpovídá poptávce po informačním médiu, které by mělo sloužit cílové skupině při její práci. Nejedná se o formu výstižnou ani o formu s ucelenou strukturou.

- Uchazeč velmi dobře zpracoval a řádně zdůvodnil požadované indikátory – povědomí o komunikované problematice, míra informovanosti cílové skupiny, aktivita jednotlivých cílových skupin, funkční vnímání jednotlivých cílových atributů, i metody jejich zjišťování (osobní rozhovory a dotazníková šetření), čímž prokázal, stejně jako uchazeč McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., velmi dobrou orientaci v oblasti péče o ohrožené rodiny a děti.
- Ze všech uchazečů prokázal nejvyšší míru logické návaznosti a provázanosti jednotlivých dílčích aktivit modelové kampaně a nejkonkrétnější představu o celkovém procesu realizace informační kampaně.

❖ **Nabídka s pořadovým číslem 2: McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o.,
INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY – 1. (100 b.)**

Jako nejlepší návrh modelové kampaně hodnotíme zpracování společnosti McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o. V porovnání s ostatními nabídkami navrhl tento uchazeč nejlepší koncepci modelové kampaně, a to včetně scénáře spotu pro odbornou veřejnost. Zcela pochopil smysl zamýšleného materiálu a cílové skupině nabízí mix faktografických informací vztahující se k oblasti deinstitutionalizace zpracovaný tak, aby forma i obsah cílovou skupinu zaujaly a přispěly k pozitivnímu vnímání tohoto procesu.

- Uchazeč velmi dobře pracuje na pozitivním vnímání procesu deinstitutionalizace a navržený mediaplán odpovídá potřebám pro oslovení cílové skupiny. Využití jednotlivých marketingových metod (online marketing včetně e-learningu, informační web, využití tištěných médií, videomateriál a přímá práce s cílovou skupinou) je pro definovanou cílovou skupinu velmi vhodné. Uchazeč s ohledem na efektivitu kampaně rovněž velmi dobře zpracoval jednotlivé marketingové postupy (rozfázování kampaně na základě úvodního zjišťování cílů, budování kontaktů, aktivní zapojení odborné veřejnosti do vzdělávacích aktivit, kulatých stolů, rozvoje odborné diskuze atd.), které budou v rámci kampaně využity.
- Zvolený „key message“ hodnotíme kladně, stejně jako zcela jasné a pozitivně laděné motto. Uchazeč se v materiálu detailně a uceleně věnuje tématu v celé jeho šíři, tzn. i důsledkům, které deinstitutionalizace přinese všem zainteresovaným stranám. Věnuje se nejen nárokům na rozvoj pěstounské péče a pěstounské péče na přechodnou dobu, ale i změnám v práci odborníků z oblasti SPOD a NRP a zejména transformaci funkce stávajících ústavů, a to obzvlášť s důrazem na transformaci poskytovaných služeb. Celkové vyznění „key message“ je pozitivní, protože cílové skupině prezentuje nejen potřebné změny, ale rovněž navrhuje možná řešení, která jsou zcela v souladu s Národní strategií práv dítěte „Právo na dětství“. Zvolené motto „Všechny děti mají právo na dětství. Pomozme jim najít cestu domů.“ Pak cílovou skupinu vyzývá k aktivnímu osobnímu zapojení do zahájeného procesu deinstitutionalizace, což v návaznosti na pozitivní vyznění celkového záměru hodnotíme jako velmi vhodné a účinné.
- Zapojení ambasadora do kampaně zpracoval uchazeč stručně, nicméně plně využívá jeho schopností a potenciálu nejen pro komunikaci s veřejností, ale rovněž pro přípravu odborných materiálů a článků. Zvolený zástupce je jednak uznávaným odborníkem a zároveň má potenciál oslovit širokou veřejnost a předat jí potřebné informace dostatečně erudovanou

a zároveň srozumitelnou formou. Způsob jejich zapojení do kampaně je efektivní a odpovídá potřebám zadavatele.

- Scénář videa důsledně sleduje jedno základní sdělení – pozitivní přínos života dítěte v rodině místo v ústavní péči. Po definici této potřeby následuje řešení ve formě profesionální péstounské péče a pozitivní pohled na OSPOD. Také závěr ve výzvě „Jak můžeme pomoci my“ je věcně správný. Formu zpracování návrhu tohoto uchazeče z hlediska její vhodnosti pro odbornou veřejnost tedy hodnotíme jako zcela nejlepší, tj. nejvýstižnější a nejucelenější co do struktury. Uchazeč se ve zpracovaném návrhu opírá o odborné materiály získané nejen z webu MPSV (www.mpsv.cz), ale i z jiných zdrojů (ať již statistická data či odborná literatura z oblasti péče o ohrožené děti) a celkový koncept vypovídá o jeho velmi dobré orientaci v oblasti péče o ohrožené rodiny a děti.
- Ve své nabídce uchazeč zvolil vhodné indikátory, při jejichž definování prokázal dobrou znalost a orientaci v oblasti péče o ohrožené děti a rodiny. Zvolené indikátory se vztahují jak k procesu deinstitutionalizace jako takové, tak i k průvodním jevům, které ji doprovázejí v oblasti náboru péstounů, stabilizace podmínek a systému podpory pro péstouny, kooperace s dalšími poskytovateli sociálních služeb, finanční podpory aktivit spojených s deinstitutionalizací, změn v rozhodování / uvažování a další konkretizované pro jednotlivé cílové skupiny odborníků. Popsané metody jejich zjišťování odpovídají zvoleným indikátorům (dotazníkové šetření se standardizovanými škálami a sadami typizovaných odpovědí), což ve své nabídce uchazeč rovněž řádně podložil a zdůvodnil.
- Pokud jde o provázanost dílčích aktivit modelové kampaně je zřejmé, že uchazeč má konkrétní představu o celkovém procesu realizace. Nicméně v porovnání s nabídkou společnosti OGILVY ONE, a.s. toto kritérium hodnotíme jako slabší, protože chybí detailnější zpracování návaznosti u jednotlivých navržených touchpointů.

❖ Nabídka s pořadovým číslem 3: Leones Production, spol. s r.o. – 3. (0 b.)

Jako nejméně vhodnou hodnotíme nabídku společnosti Leones Production spol. s r.o. V rámci předložené modelové kampaně dochází k prolínání témat deinstitutionalizace a transformace, přičemž hlavní důraz je kladen na transformaci. V některých bodech autoři návrhu dokonce používají tyto pojmy jako synonyma. V části návrhu na jednotlivé fáze kampaně a jejich popis je deinstitutionalizace pojímána pouze jako jedno z témat transformace a také souhrn předložených aktivit vychází ze Strategie informační kampaně „Právo na dětství“. Návrh modelové kampaně v této podobě nenaplnuje zadání veřejné zakázky a je proto nevyhodnotitelný.

3.3. Část veřejné zakázky, která má být plněna prostřednictvím subdodavatele

Uchazeč má v úmyslu využít k plnění veřejné zakázky níže uvedeného subdodavatele. Subdodavatel se bude podílet na vývoji informačního systému.

Název subdodavatele	IČ:	Podíl na plnění veřejné zakázky
MediaCom Praha s.r.o.	25149962	20 %
Procoma, spol. s r.o.	25101528	70 %

4. Identifikační údaje všech uchazečů a jejich nabídkové ceny

Nabídka č. 1:	
Obchodní firma nebo název:	OGILVY ONE, a.s.
Sídlo / místo podnikání:	Přívozní 2A, č.p. 1064, 170 00 Praha 7
IČ:	25725831
Kontrola nabídky dle § 71 odst. 8 zákona:	
Nabídka je zpracována v požadovaném jazyce:	ANO
Návrh smlouvy je podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče:	ANO
Informace o nabídkové ceně a o údajích odpovídajících číselně vyjádřitelným dílčím hodnotícím kritériím:	
Celková nabídková cena v Kč bez DPH	14 202 826,-

Nabídka č. 2	
Obchodní firma nebo název:	McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY
Sídlem:	Riegrovy sady čp. 28, 120 00 Praha 2
IČ:	17046041
Kontrola nabídky dle § 71 odst. 8 zákona:	
Nabídka je zpracována v požadovaném jazyce:	ANO
Návrh smlouvy je podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče:	ANO
Informace o nabídkové ceně a o údajích odpovídajících číselně vyjádřitelným dílčím hodnotícím kritériím:	
Celková nabídková cena v Kč bez DPH	13 749 300,-

Nabídka č. 3	
Obchodní firma nebo název:	Leones Production, spol. s r.o.
Sídlo / místo podnikání:	Křemencova 178, 110 00 Praha 1
IČ:	63671913
Kontrola nabídky dle § 71 odst. 8 zákona:	
Nabídka je zpracována v požadovaném jazyce:	ANO
Návrh smlouvy je podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče:	ANO
Informace o nabídkové ceně a o údajích odpovídajících číselně vyjádřitelným dílčím hodnotícím kritériím:	
Celková nabídková cena v Kč bez DPH	11 001 600,-

Nabídka č. 4	
Obchodní firma nebo název:	Equica, a.s.
Sídlo / místo podnikání:	Rubeška 215/1, 190 00 Praha 9 – Vysočany

IČ:	26490951
Kontrola nabídky dle § 71 odst. 8 zákona:	
Nabídka je zpracována v požadovaném jazyce:	ANO
Návrh smlouvy je podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče:	ANO
Informace o nabídkové ceně a o údajích odpovídajících číselně vyjádřitelným dílčím hodnotícím kritériím:	
Celková nabídková cena v Kč bez DPH	10 728 000,-

5. Identifikační údaje uchazečů, jež byli vyloučeni z účasti v zadávacím řízení a odůvodnění jejich vyloučení

Zadavatel na základě ustanovení § 76 odst. 6 zákona vyloučil uchazeče č. 4, a to z následujícího důvodu:

Zadavatel v zadávací dokumentaci požadoval, aby uchazeč nabídkovou cenu za plnění veřejné zakázky zpracoval a ve své nabídce předložil ve formě vyplněného závazného formuláře pro zpracování nabídkové ceny – položkového rozpočtu. V případě, že nabídka nebude obsahovat nabídkovou cenu zpracovanou podle této zadávací dokumentace, jedná se o nesplnění požadavku zadavatele uvedeného v zadávacích podmínkách.

Zadavatel dále v dodatečných informacích č. VII uveřejněných na profilu zadavatele dne 4. 12. 2014 konstatoval, mimo jiné, „že pro účely hodnocení nabídek bude rozhodující součet nabídkových cen za jednotlivá témata (rozuměj jednotlivé listy v položkovém rozpočtu, vyjma listu „Budget Summary“)“.

Uchazeč nesplnil zadávací podmínky zadavatele, když ve své nabídce předložil neúplný položkový rozpočet, tj. uchazeč ve své nabídce nepředložil část položkového rozpočtu (jedno z témat, resp. listů položkového rozpočtu) s názvem „NSPD – Zahajovací TK (Dítě jako subjekt práva)“.

Vzhledem ke znění dodatečných informací č. VII zadavatel rovněž nemůže stanovit celkovou nabídkovou cenu uchazeče pro účely hodnocení, tj. zadavatel nemůže provést součet nabídkových cen za jednotlivá témata (rozuměj jednotlivé listy v položkovém rozpočtu, vyjma listu „Budget Summary“).