

Vysvětlení zadávací dokumentace č. 2 podle ustanovení § 98 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“ nebo „zákon“), k veřejné zakázce č. j. VZ05/2021

Na základě obdržených dotazů Český rozhlas jako zadavatel tímto poskytuje následující vysvětlení zadávací dokumentace č. 2 k veřejné zakázce realizované v nadlimitním režimu na zavedení dynamického nákupního systému č. j. **VZ05/2021** s názvem: „**Dynamický nákupní systém – Zajištění mediálního prostoru**“ (dále jen „**DNS**“ nebo „**veřejná zakázka**“).

Vysvětlení zadávací dokumentace:

Obdržené dotazy

(pozn. zadavatele – dotaz je zveřejněn v přesném znění, v jakém jej zadavatel obdržel, s dodržáním všech povinností vyplývajících z ustanovení § 98 odst. 3 ZZVZ)

Vážený,

po prostudování zadávací dokumentace jsme došli k závěru, že Český rozhlas zařadil nákup mediálního prostoru do kategorie komodita, kterou lze nakupovat pouze na základě nejnižší nabídkové ceny.

Technická kvalifikační kritéria žádným způsobem nezohledňují kvalitu uchazeče v oblasti plánování nákupu mediálního prostoru a vyhodnocení efektivity nákupu. Od uchazečů není ani vyžadován legální přístup ke garantovaným mediálním datům.

U instituce, jakou je Český rozhlas se tento postup i uvažování jeví jako velmi zarážející. Pokud neberete při nákupu mediálního prostoru v úvahu kvalitu mediálního mixu, znamená to, že ani kvalitu svých vlastních produktů nepovažujete za důležitou?

V části zadávací dokumentace B. VI. Explicitně uvádíte, že dílčí veřejné zakázky v rámci DNS budete hodnotit na základě hodnotících kritérií ekonomická výhodnost, respektive nejnižší nabídková cena.

Považujeme za nezbytné Vás upozornit na skutečnost, že se jedná o dva zcela odlišné pojmy.

Nejnižší nabídkovou cenu lze za ekonomicky výhodnou považovat jen a pouze v případech, kdy dodávaný produkt je zcela jednoznačně identifikován, nelze jej zaměnit za jiný a není pochybnost, že jej všichni uchazeči identifikují shodně. Lze tedy považovat za zjevné, že v dílčích veřejných zakázkách již budete požadovat nákup konkrétního mediálního prostoru s konkrétním termínem i formátem. V takovém případě zcela logicky vzniká otázka, kdo a jakým způsobem bude zajišťovat mediální plánování a vyhodnocení efektivity samotného nákupu a kdo za kvalitu mediálního nákupu ponese odpovědnost?

S ohledem na výše uvedené prosíme o vysvětlení vzniklých nejasností, případně o zvážení změny technických kvalifikačních předpokladů, tak aby parametrem hodnocení dílčích veřejných zakázek mohla být skutečně ekonomická výhodnost, tedy efektivní poměr mezi kvalitou a cenou služby.

Doporučujeme, aby jedním z technických kvalifikačních předpokladů byl legální přístup uchazeče k mediálním datům, dále aby součástí dílčích výběrových služeb bylo hodnocení kvality navrhovaného mediálního plánu a vyhodnocení efektivity investovaných prostředků s ohledem na dosažené mediální parametry (postbuy).

Děkujeme za odpověď a přejeeme hezký den.

Odpověď zadavatele:

Zadavatel k dotazům uvádí následující informace:

Zadavatel předně děkuje za vznesené dotazy a pevně věří, že v rámci své odpovědi zcela objasní všechny možné vzniklé nejasnosti, takže všichni relevantní potencionální dodavatelé budou moci podat svoje žádosti o účast pro zařazení do některé z kategorií zřizovaného dynamického nákupního systému.

Zadavatel považuje na prvním místě důležité zdůraznit, že na služby tzv. mediálního plánování má v současné chvíli již několik měsíců, jak je ostatně patrné z jeho veřejně dostupného zadavatelského profilu, probíhající zadávací řízení č. j. VZ43/2020 s názvem „Zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb“ (zadavatel pro úplnost uvádí, že předmětná veřejná zakázka je dostupná na jeho zadavatelském profilu na webové adrese: https://verejnezakazky.rozhlas.cz/contract_display_884.html).

Z logiky věci tak výše uvedené služby ani nemohou být součástí předmětu plnění veřejné zakázky na zavedení DNS, neboť pokud by tomu tak bylo, musela by být taková souvztažnost výslovně uvedena přímo v textu zadávací dokumentace.

Sama zadávací dokumentace této veřejné zakázky byla koncipována tak, aby přesně odrážela reálné potřeby a požadavky zadavatele, a to zejména s ohledem na zkušenosti zadavatele s daným předmětem plnění.

Zadavateli se na základě jeho empiricky získaných zkušeností osvědčil způsob nakupování mediálního prostoru pomocí tzv. postupu s obnovením soutěže mezi účastníky rámcové dohody dle ustanovení § 135 ZZVZ prostřednictvím elektronických aukcí, v rámci nichž jsou nabídky účastníků hodnoceny v souladu s ustanovením § 114 ZZVZ na základě jejich ekonomické výhodnosti, přičemž ekonomická výhodnost nabídek je v souladu se ZZVZ hodnocena na základě nejnižší nabídkové ceny. Tento postup je zcela v souladu s platnou a účinnou legislativou a osvědčen léty praxe. Zadavatel proto nevidí důvod, proč by jej měl měnit. Zavedení samotného DNS je pouze nástavbou zavedené praxe, které má snížit administrativní náročnost na straně dodavatelů. DNS byl zároveň rozdělen do tří kategorií, aby byl usnadněn přístup více dodavatelům a byla tak zajištěna co největší síře hospodářské soutěže.

Zadávací podmínky týkající se kvalifikace dodavatelů, kteří by si přáli na základě svých žádostí o účast zařadit do některé z kategorií DNS, taktéž odpovídají zcela požadavkům ZZVZ, pravidlům nadlimitního režimu i požadavkům zadavatele. Jak již bylo uvedeno výše, předmětem žádné z kategorií DNS nejsou služby mediálního plánování, proto toto nereflektují ani zmiňovaná „technická kvalifikační kritéria“ (zadavatel předpokládá, že jsou tím myšleny podmínky technické kvalifikace dle ustanovení § 79 ZZVZ). Naopak, kdyby zadavatel v zadávací dokumentaci pro některou kategorii DNS požadoval zohlednění kvality účastníků v oblasti plánování nákupu mediálního prostoru a/nebo vyhodnocování efektivity takové nákupu, dopustil by se flagrantního porušení ustanovení § 79 ZZVZ, neboť jak již bylo i mnohokrát judikováno Nejvyšším správním soudem či Úřadem pro ochranu hospodářské

soutěže, zadávací podmínky týkající se technické kvalifikace musí vždy souviset s předmětem dané veřejné zakázky. Ze stejného důvodu vidí zadavatel jako liché i zakomponování požadavků na „legální přístup ke garantovaným mediálním datům“ či zohlednění „kvality mediálního mixu“.

Zadavatel souhlasí s tvrzením, že „ekonomická výhodnost“ a „nejnižší nabídková cena“ jsou dva rozdílné pojmy. Nemůže se však ztotožnit s dalšími uvedenými definicemi těchto pojmů v dotazu, neboť tyto neodpovídají zákonné úpravě obsažené v ustanovení § 114 ZZVZ, kterou je zadavatel povinen se při zadávání veřejné zakázky v nadlimitním režimu řídit. Dle tohoto zmiňovaného ustanovení musí být všem zcela zjevné, že všechny nabídky v běžných typech zadávacích řízení, mezi které jistě patří i řízení na zavedení DNS, mohou být hodnoceny toliko na základě tzv. ekonomické výhodnosti nabídek. Tato je pak hodnocena buď na základě nejvýhodnějšího poměru nabídkové ceny a kvality (popř. poměru kvality a nákladů životního cyklu), nejnižší nabídkové ceny nebo nejnižších nákladů životního cyklu. Hodnocení na základě nejnižší nabídkové ceny je tedy jedním z legálních způsobů hodnocení nabídek na základě jejich ekonomické výhodnosti, resp. zákonný termín „ekonomická výhodnost“ je nadřazeným pojmem mimo jiné i pro termín „nejnižší nabídková cena“.

V dílčích veřejných zakázkách požaduje zadavatel vždy nákup typu nebo formátu mediálního prostoru podle kritérií, která naplní a reflektují jeho aktuální potřeby (i z hlediska případné kvality), a to vše v souladu s pravidly uvedenými v ZZVZ.

Zadavatel je přesvědčen, že na základě shora uvedeného rozptýlil všechny možné pochybnosti, které snad mohly ohledně zadávací dokumentace panovat, a zároveň v duchu již řečeného nespatřuje žádné relevantní důvody, proč by textace či koncepce zadávací dokumentace měla být v tuto chvíli jakkoliv měněna nebo upravována. Parametrem dílčích veřejných zakázek jistě bude jejich ekonomická výhodnost, neboť ZZVZ jinou variantu ani nepřipouští, nicméně tato bude hodnocena toliko na základě kritéria nejnižší nabídkové ceny, neboť to zadavatel považuje vzhledem k předmětu plnění veřejné zakázky za neúčelnější a neefektivnější způsob.

Pokud je v rámci navrhovaných doporučení a změn akcentováno, aby „součástí dílčích výběrových služeb bylo hodnocení kvality navrhovaného mediálního plánu a vyhodnocení efektivity investovaných prostředků s ohledem na dosažené mediální parametry (postbuy)“, zadavatel předpokládá, že tímto je myšleno hodnocení v rámci jednotlivých dílčích veřejných zakázek, přičemž si na tomto místě dovolí zopakovat shora již řečené, že to z hlediska ZZVZ a předmětu plnění veřejné zakázky není legálně možné, proto tento požadavek taktéž nebude nikterak zohledňovat či na jeho základě měnit textaci zadávací dokumentace.

Pro úplnost a dokreslení celé problematiky si zadavatel dovoluje zároveň přiložit následující výňatek z části zadávací dokumentace k veřejné zakázce č. j. VZ43/2020 na „Zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb“.

Aktuální analýzy	Analýzy výchozího stavu, vývoje a situace v prostředí segmentu rozhlasových stanic (CS), analýzy cílových skupin, preferencí, mediálního chování apod
Návrh mediální strategie	Definice strategických mediálních cílů komunikace. Návrh vhodných mediálních typů pro komunikaci. Provedení na základě charakteristiky konkrétní aktivity.
Návrh efektivního mediálního mixu	Zejména stanovení úrovně potenciálu mediálního mixu, stanovení efektivity mediálního mixu vzhledem k CS a mediální strategii. Provedení na základě charakteristiky konkrétní aktivity
Příprava detailního mediálního plánu	Optimalizace detailního mediaplánu na základě rozvržených mediálních investic a zásahů CS, doporučení výběru vhodných mediálních dodavatelů, maximalizace zásahu CS. Provedení na základě charakteristiky konkrétní aktivity.
Vyhodnocení kampaně, post buy report	Vyhodnocení kampaní na základě porovnání naplánovaných a skutečně dosažených mediálních ukazatelů, příprava zprávy s vyhodnocením úspěšnosti kampaně.

Na základě tohoto vysvětlení zadávací dokumentace zadavatel neprodluhuje lhůtu pro podání žádostí o účast.

Mgr. Tomáš Vávra
 Oddělení veřejných zakázek
 Český rozhlas