

Doporučení pro certifikované hodnotitele

vzešlá z pravidelné povinné evaluace, ze dne 16.5.2024

1. Doporučujte zadavatelům, ať věnují čas správnému nastavení zakázky v souladu se ZZVZ. **Dělení zakázek na části s hodnotou pod 2 mil. Kč je v rozporu se zákonem** a je téměř **vždy** předmětem šetření ze strany kontrolních orgánů. Koncepční komunikační projekty na širokou veřejnost nelze v podmínkách trhu kvalitně realizovat v hodnotě do 2 mil. Kč.
2. Dynamický nákupní systém podle §138 ZZVZ **není vhodný typ zadávacího řízení** pro komunikační projekty, jejichž součástí je **strategická, tvůrčí a kreativní činnost**. Tento typ zadávacího řízení, slouží ke komoditnímu nákupu. Za určitých okolností jej lze využít pro nákup mediálního prostoru, nikoli však pro jeho strategické a taktické plánování.
3. Doporučte zadavatelům, aby kontrolní nástroje pro kvalitativní plnění **v oblasti výzkumů a mediálního nákupu** definovali již v zadávací dokumentaci.
 - A) Oborové sdružení SIMAR ve spolupráci s odbornou komunitou vytvořilo standardy kvality pro všechny běžné metody sběru dat a práci s nimi. Standardy obsahují vždy v úvodu klíčové otázky, které by si tým měl klást, aby zajistili minimální základní předpoklady pro kvalitu dat. Standardy kvality dat jsou [dostupné zde](#).
 - B) Oborové sdružení ASMEA považuje za standard pro potřeby poskytování kvalitních mediálních služeb, aby
 - zadavatel požadoval v rámci technické kvalifikace po dodavateli mediálních služeb (plánování i nákupu) kvalifikované mediální odborníky a platné licenční smlouvy na využití specializovaného mediálního SW a mediálních neagregovaných dat, které mediální trh považuje za tzv. „one currency“, a to přímo s oprávněnými poskytovateli těchto dat. V případě TV tzv. „TV metrová data“, v případě rozhlasových médií data Radioprojekt, v případě tiskových médií data Mediaprojekt, v případě online médií data Netmonitoru.
 - zadavatel požadoval v rámci předmětu plnění maximalizaci mediálního zásahu kampaně do cílové skupiny (reach, TRP, imprese apod.) za předpokladu splnění kvalifikovaně definovaných sekundárních mediálních parametrů (prime time, hlavní stanice, nedezinformační média, přímý nákup/RTB apod.) nebo nákup konkrétního mediálního plánu za předpokladu jeho zpracování kvalifikovaným poskytovatelem služeb mediálního plánování (viz technická kvalifikace v předchozím bodě).
 - zadavatel definoval v zadávací dokumentaci způsob měření/nezávislého auditu předmětu plnění smlouvy vč. všech požadovaných mediálních parametrů, přitom definovat způsob měření/nezávislého auditu je kompetentní kvalifikovaný zpracovatel předmětu plnění zakázky (např. certifikovaný hodnotitel AKA, strategická mediální agentura).

Doporučení pro certifikované hodnotitele

vzešlá z pravidelné povinné evaluace, ze dne 16.5.2024

4. V souladu se stanovisky NKÚ připomínáme, že u komunikačních projektů je kontrolními orgány posuzována **jejich efektivita a naplnění stanovených cílů**. Toho nelze dosáhnout v případě pouze výběru **nejlevnější nabídky, zejména obsahuje-li nízké ceny, které nejsou na trhu dosažitelné**. V takovém případě zadavatel získá buď nekvalitní plnění, nebo navýšený počet jednotek plnění, kterým je cena zvýšena (viz bod 5.). Zadavatel je oprávněn podle §113 odstavec 2 ZZVZ předem stanovit cenu nebo náklady, které bude považovat za **mimořádně nízké**, případně způsob určení mimořádně nízké nabídkové ceny. Vhodné je využít této možnosti zejména u hodinových sazeb, například formou „*Zadavatel bude považovat za mimořádně nízké nabídkové ceny práce takové hodinové sazby, které budou o více než XY% nižší než průměrné sazby trhu definované průzkumem XY.*“ Využít lze například výzkumu trhu, které obor pravidelně publikuje, například <https://www.aka.cz/wp-content/uploads/2024/03/2024-03-03-hodinove-sazby.pdf>.
5. V návaznosti na předchozí bod upozorňujeme, že u **nacení jednotkových cen** (zejména hodinových sazeb), což je u komunikačních projektů běžné a jedná se o standard trhu, požaduje EU, aby součástí zadávací dokumentace bylo **i stanovení počtu jednotek**, které zadavatel odebere. Cena jednotky je pak vázána na počet odebraných jednotek v rámci plnění. Pokud počet jednotek zadavatel neuvede a bude vybírat pouze nejnižší jednotkové ceny, pak se vystavuje riziku, že v rámci plnění mu dodavatel vykáže více jednotek, aby nahradil ztrátu způsobenou nízkou nabídkovou cenou.
6. Chcete-li zvýšit atraktivitu svých zadávacích řízení a zvýšit počet nabídek zvažte udělení skicovného. **Skicovné alespoň částečně kompenzuje autorskou invenci (podléhající autorským právům)**, která je součástí každé nabídky na komunikační projekt obsahující strategii a kreativitu. Skicovné je určeno účastníkům řízení, kteří nejsou vybráni jako nejvýhodnější nabídka a jejichž autorská díla nebudou využita a uhrazena v rámci smlouvy mezi zadavatelem a dodavatelem.
7. Obor obecně podporuje nové technologie včetně umělé inteligence, ale **nedostatky v cílech a záměrech zadavatele** nelze nahradit využitím AI při tvorbě zadávací dokumentace. Obecný jazyk umělé inteligence také snižuje srozumitelnost zadávací dokumentace pro potenciální dodavatele.