

Veřejná zakázka malého rozsahu

„Rámcová smlouva: komunikační agentura pro realizaci kreativního řešení integrované komunikační strategie Chytré Brno“

Dodatečné informace 1		
Datum	Otázka	Odpověď
15.9.2016	Dobrý den, rád bych se dotázal v rámci veřejné zakázky Rámcová_smlouva: komunikační agentura pro realizaci kreativního řešení integrované komunikační strategie Chytré Brno, zda neuvažujete o prodloužení lhůty pro podání nabídek?	Na Váš dotaz zda neuvažujeme o prodloužení lhůty pro podání nabídek odpovídáme ne. Lhůtu pro podání nabídek považujeme s ohledem na předmět veřejné zakázky stále za adekvátní a nespátřujeme důvod k jejímu prodloužení.
Dodatečné informace 2		
Datum	Otázka	Odpověď
20.9.2016	PARO - 1.) Rozpočet je stanoven na 1.800.000 Kč – poprosím o informaci, která z povinných médií mají být tedy hrazena z tohoto rozpočtu a které by šla mimo rozpočet.	Rozpočet 1 800 000 Kč je celkový rozpočet, který máme připraven na celou komunikační kampaň projektu PARO. Mimo stanovený rozpočet (kromě kreativy, tvorby vizuálů, grafiky, tvorby videa apod.) lze počítat s využitím médií web projektu (tvorba webu je ale začleněna v rozpočtu) FB profil, You Tube profil města Brna, Twitter účet města Brna, Instagram profil města Brna, Intranet Magistrátu města Brna.Brněnský metropolitán, 2 x 2A4 v Brno Business&Style (vychází 6 x ročně) - pro celou IKK Chytré Brno, vernisáž a výstava v prostorách Urban centra. Částečně můžeme zajistit CLV nosiče od Euro AWK. Pro celou IKK Chytré Brno (tedy nejen pro PARO) je předběžně zarezervováno na prosinec 2016 20 nosičů, grafika do tisku do 25.11.2016 a na rok 2017 je předběžně zarezervováno 100 nosičů).
20.9.2016	PARO - 2.) Chápeme správně, že zadavatel dodá kompletní funkční web projektu, FB profil projektu, Twitter účet projektu... a zároveň tyto účty i sám bude spravovat?	Ano. Pro naplnění webu a tvorbu obsahu na sociálních sítích však budeme využívat komunikační agenturou vytvořený obsah jako například texty připravené pro kampaně, fotografie, letáky (jpeg na FB) apod. U webu pak předpokládáme jakousi vizuálně/grafickou supervizi tzn. součinnost s UX designerem, grafikem dodavatele webu projektu.

20.9.2016	BRNĚNSKÁ KARTA - 1.) Můžete prosím popsat princip fungování v praxi? Jakým způsobem se bude v praxi pracovat s platební kartou jako „nosičem odebraných služeb“?	Příklady jsou hlavně na úvodní služby MHD. Ale analogicky později by mohly fungovat i pro služby v oblasti kultury či sportu (kde místo revizora by byla kontrola na vstupu). Každá oblast služeb by byla pravděpodobně jedním modulem e-shopu a zákazník by si dle zájmu pořizoval elektronicky různé služby. Příklad turista: - má zájem si koupit lístek na MHD (později snad i přímo kompletní turistický balíček) - bude se muset zaregistrovat v e-shopu města (= zadá email a heslo) - následně si určí nosič jízdenky (přes webový formulář nahlásí číslo své bezkontaktní bankovní karty, které se zašifruje do tzv. tokenu = bezpečného čísla, se kterým se v celém systému pracuje a nikdo kromě dodavatele platební brány obsluhující zmíněný formulář číslo karty nezná) - na nosič si koupí lístek dle svého výběru (na 2 až 30 kalendářních dní) na určené období a zaplatí v platební bráně - přijede do města a případnému revizorovi se prokazuje svým nosičem (revizor načte kartu bankovní čtečkou, ta spočítá token a podle něj následně v databázi MHD pozná, zda turista má lístek či ne) Příklad občan (pro běžné tarify): - má zájem si koupit šalinkartu (nepřenosnou, tedy na jméno) - bude se muset zaregistrovat v e-shopu města a zadat i osobní údaje + nahrát svou fotku - následně si určí nosič jízdenky (opět ideálně tokenizace bankovní karty) - na nosič si vybere šalinkartu na určené období a zaplatí (preferovaně) v platební bráně - do 21 dnů se dostaví na pobočku DPMB, aby si nechal ověřit své osobní údaje, že jsou správné (toto se provádí pouze jedenkrát na počátku) - případnému revizorovi se prokazuje svým nosičem (revizor načte kartu bankovní čtečkou, ta spočítá token a podle něj mu následně zobrazí osobní údaje o cestujícím a jeho zakoupené lístky) Odlišnost pro zvýhodněné tarify: - bude se muset zaregistrovat v e-shopu města a zadat osobní údaje - fotku může nahrát (nebo si ji nechá naskenovat na pobočce DPMB) - musí nejprve doložit na pobočce DPMB nárok na slevu (na nějaké období) a u toho si nechá rovnou ověřit osobní údaje - na počítači na pobočce či klidně později z domu si může koupit příslušný zlevněný tarif a zaplatit za něj Podstatné je, že zákaznický účet v e-shopu je jeden. Z něj by v budoucnu měl být přístup k různým službám. Některé (jako nepřenosné šalinkarty) potřebují ověřené osobní údaje. Když zákazník podstoupí jednou ověření, tak už je má ověřené pro všechny služby. Stejně jako když jednou doloží někde, že je třeba student, tak to může využít i pro další služby.
-----------	--	--

20.9.2016	BRNĚNSKÁ KARTA - 2.) Počítá se v tomto projektu s využitím mobilní aplikace?	Pro začátek ne. Na úvod bude e-shop přístupný jen jako responzivní webová stránka (i přes mobil).
20.9.2016	BRNĚNSKÁ KARTA - 3.) V odstavci „Měření úspěšnosti“ uvádíte jako kritérium „Počet článků v médiích“. Důležitým ukazatelem tedy bude čistě jen kvantita, nebo i dosah?	Kvantitativní přehled publikovaných článků + náklad/čtenost média.
20.9.2016	BRNĚNSKÁ KARTA - 4.) Rozpočet je stanoven na 1.000.000 Kč – poprosím o informaci, která z povinných médií mají být tedy hrazena z tohoto rozpočtu a které by šla mimo rozpočet.	Rozpočet 1 000 000 Kč je celkový rozpočet, který máme připraven na celou komunikační kampaň projektu Brněnská karta. Mimo stanovený rozpočet (kromě kreativy, tvorby vizuálů, grafiky, tvorby videa apod.) lze počítat s využitím médií web projektu, FB profil, You Tube profil města Brna, Twitter účet města Brna, Instagram profil města Brna. Částečně můžeme zajistit CLV nosiče od Euro AWK. Pro celou IKK Chytré Brno (tedy nejen pro Brněnskou kartu) je předběžně zarezervováno na prosinec 2016 20 nosičů, grafika do tisku do 25.11.2016 a na rok 2017 je předběžně zarezervováno 100 nosičů).

Pokračování na další straně

Dodatečné informace 3

Datum	Otázka	Odpověď
20.9.2016	PARO - a. Projekty předkládané občany – jsou již známy parametry těchto projektů / pravidla pro podávání projektů, tj. jak má takový předkládaný projekt vypadat, jaký má mít obsah, povinné náležitosti, rozsah, zda má mít strukturovaný rozpočet apod.?	Parametry projektů: - max. 2 mil. Kč (vč. DPH a provozních nákladů za 3 roky)/ projekt - realizovatelný během 12 měsíců - realizace na majetku statutárního města Brna - realizovat ho bude statutární město Brno (MMB nebo jeho organizace, popř. MČ pokud o to projeví zájem (nejedná se o granty!) - projekt nesmí směřovat do bytového fondu města Brna Náležitosti podávaných návrhů projektu: - Název projektu. - Očekávaná celková finanční náročnost. - Místní, či tematická příslušnost k vypsáním veřejným fóřům. - Uvedení lokality, ve které má k realizaci dojít (pokud je návrh vázaný na určitou lokalitu). - Uvedení termínu realizace (pokud je realizace návrhu časově limitována). - Popis veřejně prospěšného účelu, který má být realizací projektu dosažen. - Popis návrhu: navrhovatel musí ke svému návrhu dodat podklady/informace pro následnou technickou analýzu (posouzení) možnosti realizace záměru. Dále musí být uveden zejména podrobný popis, který uvede důvody pro předložení návrhu a blíže specifikuje předkládaný návrh. - Kontaktní údaje navrhovatele. - Fotodokumentace stávajícího stavu (vyžaduje-li to povaha projektu). K návrhu projektu je nutno přiložit: - Ilustrační obrázek určený k prezentaci návrhu na webu PaRo, jehož autorem je předkladatel projektu nebo k němu má autorská práva. - V případě investičního projektu mapu (situační nákres) místa, kde má být projekt realizován (investiční projekty lze realizovat pouze na majetku statutárního města Brna).
20.9.2016	PARO - b. Projekty předkládané občany – budou určitá zájmová témata v obou letech? Mohou podávat pouze fyzické osoby?	Zatím není plánováno. Pouze fyzické osoby, nutno doložit 15 podpisů.

20.9.2016	PARO - c. Projekty předkládané občany – projektů může přijít mnoho a nemusí být realizovatelné. Bude ustavena nějaká hodnotící/vstupní komise, která projde zaslané projekty a určí pro hlasování pouze (dle stanovených parametrů) realizovatelné projekty s možností evidence všech zaslaných projektů na webu - ad Předvýběrová veřejná zvažování? Uvažujeme tak, že „nerealizovatelné“ projekty nejsou určeny k hlasování.	Formální náležitosti zkontroluje koordinátorka (schválí, popř. zajistí doplnění s navrhovatelem); dále návrh projde „kolečkem“ po úřadu a na MČ, zda realizaci nebrání žádné legislativní omezení, zda je v souladu se strategií města (např. vybudování parkovací plochy na úkor zeleně). Městská část má možnost projekt zamítnout, pokud k tomu bude mít důvod. Projekty, které projdou „kolečkem“ jako realizovatelné, postoupí do veřejných jednání (mezi navrhovateli – kde je i možnost projekt stáhnout a tím takticky dát šanci jinému; pak i s veřejností). Následně bude o nich hlasováno – primárně (zásadně) elektronicky, bude i možnost hlasovat papírem – mělo by být minimální
20.9.2016	PARO - d. Projekty předkládané občany – uvedených 20 mil. Kč je myšleno pro rok 2017 a pro rok 2018 další 20 mil. Kč, nebo 20 mil. Kč pro roky 2017 a 2018 celkem?	20 mil. je zatím dohoda k rozdělení v roce 2017 (do rozpočtu 2018), další roky nevíme.
20.9.2016	PARO - e. Možnost zapojení se občanů do procesu sestavování rozpočtu – jakou formou? Mínil se tím výhradně možnost posílat své vlastní projekty + hlasování + možnost připomínkování před a po schválení rozpočtu?	Měli jsme na mysli nejen v rámci participativního rozpočtu, ale i v rámci klasického připomínkování návrhu rozpočtu (dle zákona o obcích). Dosud je o tento zákonný způsob velmi malý (mizivý) zájem.
20.9.2016	PARO - f. Jaká data chce Statutární město Brno díky projektu od respondentů získávat – pouze mailové adresy?	Nechceme zpracovávat osobní údaje – mailové adresy, telefon, jméno, příjmení . Dobrovolně sledovat věk, bydliště, městská část, vzdělání, ...
20.9.2016	PARO -g. Token – je cílem jeho získání prostřednictvím webu?	Preferujeme komunikaci prostřednictvím webu, kde by se mělo odehrávat vše podstatné (informace, podávání návrhů, hlasování). Právě pro hlasování (budou moci pouze občané s trvalým pobytem v Brně) potřebujeme systém na ověření identity, že mají trvalý pobyt a mohou hlasovat – výsledkem ověření by mohl být token – systém ověření a tokeny není ještě dopracovaný
20.9.2016	PARO -h. Rozpočet 1,8 mil. Kč – bez nebo s DPH?	S DPH
20.9.2016	PARO -i. Strategický cíl a mktg cíl – „zapojení“ 10.000 lidí znamená, že je v projektu evidováno 10.000 unikátních příspěvků, resp. Jak je definován „zapojený“ člověk?	Definice „zapojeného“ člověka – každý, kdo se zapojí do jakékoliv akce (návrhy, workshopy, projednání, hlasování)

20.9.2016	PARO -j. Eventy i. Workshop ke zpracování projektu – každý rok 1x? ii. Veřejná setkání – jedná se o roadshow, na niž bude upotřeben mobilní stánek? iii. Metrika určující počet účastníků veřejných fór je směřována právě k veřejným setkáním – viz bod výše? iv. Veřejná setkání – předpokládáte jejich konání v každé ze 7 etap komunikační kampaně? v. Eventy zahrnout do rozpočtu stejně jako ostatní povinná média?	i. zřejmě více – nebylo zatím stanoveno ii. Roadshow by mělo občany nalákat na zapojení se, ať už do veřejných projednání či do hlasování nebo podání návrhů iii. Za všechny akce PARO iv. V období od podání návrhů po hlasování v. Organizaci veřejných setkání a workshopů plánujeme zajistit sami. Nicméně finanční výdaje vzniklé v souvislosti s uskutečněním eventu musí být zahrnuty v rozpočtu PARO.
20.9.2016	PARO -k. Web projektu a správa sociálních sítí – v jaké formě zde plní roli dodávky zadavatel? Dodavatel musí být schopen plnit metriky projektu – povědomí z 0% na 7%, 35.000 unikátních přístupů a 4.000 likes – nespravuje-li tyto nástroje, je nutná dostatečná časová součinnost se stranou zadavatele. Bude mít dodavatel přístupy, resp. spolupracujícího člověka s dostatečnými časovými možnostmi? i. Workshop ke zpracování projektu – každý rok 1x? ii. Veřejná setkání – jedná se o roadshow, na niž bude upotřeben mobilní stánek? iii. Metrika určující počet účastníků veřejných fór je směřována právě k veřejným setkáním – viz bod výše? iv. Veřejná setkání – předpokládáte jejich konání v každé ze 7 etap komunikační kampaně? v. Eventy zahrnout do rozpočtu stejně jako ostatní povinná média?	Pro naplnění webu a tvorbu obsahu na sociálních sítích budeme využívat komunikační agenturou vytvořený obsah jako například texty připravené pro kampaně, fotografie, letáky (jpeg na FB) apod. U webu pak předpokládáme jakousi vizuálně/grafickou supervizi tzn. součinnost s UX designerem, grafikem dodavatelů webu. Metriky ad1 a ad2 – maximální součinnost zadavatele bude zajištěna, ad3 (FB profil-likes) tam bude stanovený komunikační cíl primárně vztažen ke strategickému tvůrci obsahu FB profilu a až sekundárně k dodavateli, nicméně předpokládáme součinnost dodavatele-texty, fotografie, bannery).

20.9.2016	Brněnská karta - a. Jak přesně, jakým způsobem projekt Brněnské karty funguje – prosíme přesný popis.	Záměrem je vytvořit e-shop městských služeb, přes tento e-shop by měly být postupně dostupné obyvatelům města různé poskytované služby města (na počátku jako první elektronické šalinkarty). Obyvatelé města se budou pravděpodobně moci kdykoliv zaregistrovat na e-shopu a zřídit si základní uživatelský účet. Pro určité služby (například nepřenositelné elektronické šalinkarty) budou pravděpodobně vyžadované ověřené osobní údaje zákaznického účtu. Tím se z běžného účtu stane fakticky elektronická identita obyvatele města. Takovýto účet pak nazýváme ověřený (ověřovat se budou základní identifikační údaje pro ty služby, které se kupují "na jméno"). E-shop bude pravděpodobně obsahovat platební bránu jako základní platební kanál. Zákazník si může přes webový formulář nahlásit bezkontaktní bankovní kartu jako nosič (tokenizace popsána v jiné odpovědi). Všechny čtečky v systému budou tuto kartu poznávat na základě stejného tokenizačního výpočtu (karta se vždy změní v jedno unikátní číslo) a následně si budou z databáze prodaných služeb načítat, co má zákazník k tomuto nosiči pořízené. Na samotné kartě se nic neukládá, vše je v tzv. informačním zázemí systému (databázích napojených na e-shop). V případě ztráty/výměny nosiče bude mít zákazník možnost (s nějakými omezeními proti zneužití) si zvolit nový nosič pro pořízené služby. Brněnská karta pak fakticky označuje jen to, co si zákazník vybere jako identifikační nosič. Preferované budou pravděpodobně bezkontaktní bankovní karty (kvůli bezpečnosti a zajištěné unikátnosti čísel karet).
20.9.2016	Brněnská karta - b. Máte informace, jaká je penetrace standardních platebních, bezkontaktních platebních karet?	V České republice by měla být nejvyšší penetrace bezkontaktních platebních karet na světě (podle našich informací od bankovních asociací). Uváděná čísla byly někde mezi 70 až 80% rozšíření (a asi dále rostou s tím, jak se vyměňují karty s končící platností). Některé okolní země (Slovensko, Polsko) mají nižší byť také vysoká čísla. Západní Evropa je víc pozadu, ale postupně se šíří i tam. V USA fungují ještě dost masivně i na pouhých magnetických proužcích.

20.9.2016	Brněnská karta - c. Skutečně Brno nechce vydávat vlastní kartu / fyzický nosič cílovým skupinám? Bereme v potaz děti 15 let aj. osoby, které nevlastní nosič mající určitou „hodnotu“	Možná ano, ne jako standardní řešení, ale jako nouzové pro takovéto případy. Buď se například pro děti povolí i nebankovní karty (téměř libovolné čipové karty a pak je možnost mít i nějaké levné čipové karty v záloze na vydávání pro ty, kteří nic použitelného doma nemají). Anebo (aktuálně se na tom pracuje a zjišťují ceny a možnosti) by město vydávalo karty na bankovní technologii (ale bez schopnosti placení), tedy fakticky by pouze rozdávalo bezpečné nosiče. Výhodou bankovních karet je možnost je pohodlně nahrát (tokenizovat) jako nosič odkudkoliv i z domova. A šetří se i náklady města, protože se používá už existující používaná věc a město nevnučuje zákazníkům další čipovou kartičku (jako například Praha). Ostatní karty by si jako nosič musel zákazník nechat "nahrát" na kontaktních místech (DPMB či později dalších organizací).
20.9.2016	Brněnská karta - d. Metriky – počet ověřených účtů vs. Počet zákaznických účtů – jaký je zde vztah?	Jak popisovaly jiné odpovědi, pro některé služby podmíněné osobními údaji zákazníků (šalinkarta na jméno) jsou nutné osobní údaje a musí být ověřené (= správné, nemůže si je ten člověk jen tak vymyslet). Takže každý účet je na počátku zákaznický. Po podstoupení ověření o něm mluvíme jako o ověřeném. Pro dlouhodobý rozvoj e-governmentu k obyvatelům města jsou pro město zajímavější ověřené účty. Ale u služeb, kde nejsou třeba osobní údaje (přenosné krátkodobé jízdenky) samozřejmě bude e-shop plně k dispozici i pro pouhé registrované (neověřené) zákaznické účty.

Pokračování na další straně

Dodatečné informace 4

Datum	Otázka	Odpověď
23.9.2016	Brněnská karta - V zadání je uvedeno, že doporučený nosič je platební karta. Pokud občan platební kartu nevlastní, dostane NFC nálepkou nebo co může být další/jiný nosič?“	Je důležité zdůraznit, že elektronicky pořizované služby v e-shopu lze platit pouze bezhotovostní formou (prioritně přes platební bránu, jako záložní možnost je i varianta bankovních převodů). A kdo je schopen takto platit, tak má s největší pravděpodobností zřízen nějaký bankovní účet a tedy i bankovní kartu. Pokud by však občan nevlastnil bezkontaktní platební kartu (ani jinou kartu na bankovní technologii, například Globus karta, Blesk karta apod.), tak se předběžně uvažuje o dvou variantách (ještě nejsou známy přesné náklady a tudíž ani finální volba řešení): a) město bude pravděpodobně vydávat/prodávat (za poplatek stejně jako se platí i za papírovou „šalinkartu“) vlastní kartu na bankovní technologii, ovšem bez funkce platby a tedy i bez účtu vázaného ke kartě b) město pravděpodobně povolí (pro některé skupiny tarifů, zejména děti) i nebankovní typy karet a samo by opět jednu nebankovní kartu jako nosič i případně nabízelo po ty, kteří by nic neměli Tým připravující projekt Brněnská karta předběžně upřednostňuje (z pohledu bezpečnosti, omezení rizika klonování a podvodů) variantu A (může se však změnit), pokud se podaří zajistit nákladově únosný nosič postavený na bankovní technologii.