

PÍSEMNÁ ZPRÁVA ZADAVATELE

(vyhotovená v souladu s § 217 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“))

Veřejná zakázka: „Nákup mediálního prostoru v tištěných médiích 2020 - 2021“, evidované u zadavatele pod č.j.: ZPMV/0445491/2019-R, evidenční číslo zakázky Z2019-026670 ve Věstníku veřejných zakázek, číslo zakázky 2019/S149-367406 v Úředním věstníku Evropské unie. (dále též „VZ“)

1. Označení zadavatele

Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra České republiky

se sídlem Vinohradská 2577/178, Praha 3, PSČ 130 00
zastoupená MUDr. Davidem Kostkou, MBA, generálním ředitelem
(dále jen „Zadavatel“)

2. Předmět veřejné zakázky

Předmětem veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v tištěných médiích v rámci propagační kampaně Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra České republiky (dále též jen „ZP MV ČR“).

Zadavatel požaduje nákup mediálního prostoru v tištěných médiích, a to ve formátech a kategoriích níže uvedených a dále zajištění aktivit s tím spojených.

Součástí předmětu plnění je také:

1/ příprava mediálních plánů dle specifikace zadavatele (zadavatel stanoví vhodné rozložení inzerce do jednotlivých kategorií tištěných médií, zadavatel dále stanoví konkrétní tištěná média do kampaně a rovněž i její načasování, a to ke každé jednotlivé kampani).

Výběr jednotlivých tištěných médií musí vycházet z údajů čtenosti tisku výzkumu MEDIA PROJEKT za 4. čtvrtletí 2018 a 1. čtvrtletí 2019 (měřítkem je tedy zejména čtenost) a rovněž i z potřeby zacílení na žádoucí cílovou skupinu a celkovou komunikační strategii ZP MV ČR.

Cílem kampaně ZP MV ČR je:

Informovat širokou veřejnost (s akcentací žádoucí cílové skupiny) o možnosti změny zdravotní pojišťovny, dále informovat danou cílovou skupinu o produktech, službách a výhodách pojištění u ZP MV ČR. Informovat odbornou veřejnost o produktech, službách a výhodách spolupráce se ZP MV ČR.

Cílová skupina:

- široká veřejnost ve věku 20 – 50 let, a to zejména ženy a rodiny s dětmi a lidé se zájmem o sport a aktivní zdravý životní styl,
- odborná veřejnost pracující ve zdravotnictví, zejména lékaři a zdravotnický personál.

2/ nákup mediálního prostoru v tištěných médiích na základě schválených mediálních plánů. Předání přesných specifik požadavků na inzerci a PR (rozměry, termíny uzávěrek apod.) v jednotlivých tištěných médiích zadavateli.

3/ předání příslušných reklamních formátů od zadavatele směrem k jednotlivým médiím.

4/ vyhodnocení efektivity jednotlivých mediálních kampaní a případné doporučení k zefektivnění kampaně.

5/ dodání dokladových výtisků k doložení plnění pro fakturaci.

3. Cena sjednaná ve smlouvě na VZ

Cena plnění byla stanovena dle ceníku jednotlivých předmětů plnění, který tvoří Přílohu č. 1 této zprávy.

4. Použitý druh zadávacího řízení

VZ byla zadávána v otevřeném nadlimitním řízení.

5. Označení účastníků zadávacího řízení

Účastník 1: Life Com s.r.o., se sídlem Vinohradská 3216/165, Praha 10 - Strašnice, PSČ 100 00,
Účastník 2: MEDIA INVESTMENTS a.s., se sídlem Praha 4 - Nusle, K Sídlišti 1728/31, PSČ 14000,
Účastník 3: Remmark a.s., se sídlem Křemencova 178, Praha 1 PSČ 110 00

6. Označení vyloučených účastníků zadávacího řízení a odůvodnění jejich vyloučení

Ze zadávacího řízení nebyl vyloučen žádný účastník.

7. Označení dodavatele, s nímž byla uzavřena smlouva vč. odůvodnění jeho výběru

Vybraným dodavatelem, jehož nabídka byla v zadávacím řízení vyhodnocena jako ekonomicky nejvýhodnější podle výsledku hodnocení nabídek a s nímž byla uzavřena smlouva, je společnost **Remmark, a.s.**, se sídlem Křemencova 178/10, 110 00 Praha 1 – Nové Město, Česká republika.

Odůvodnění výběru:

Nabídky byly hodnoceny podle jejich ekonomické výhodnosti. Ekonomická výhodnost nabídek byla hodnocena podle níže uvedených kritérií.

Nabídky byly hodnoceny podle následujících kritérií a vah:

- 1) **Kategorie A – deníky a celostátní suplementy 40%**
- 2) **Kategorie B – časopisy 60%**

Kritéria 1 a 2 byla hodnocena bodovací metodou. Byla použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce bylo dle příslušného kritéria hodnocení či jeho jednotlivých podkritérií přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci příslušného kritéria hodnocení či jeho jednotlivých podkritérií (a která se dále vynásobí příslušnou vahou daného podkritéria).

Bodová ohodnocení nabídek dle kritérií hodnocení 1 – 2 se následně vynásobila příslušnou vahou daného kritéria. Na základě součtu výsledných hodnot u jednotlivých nabídek bylo stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější byla stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší bodové hodnoty.

Kritérium hodnocení 1:

v rámci kritéria hodnocení 1 jsou dále stanovena tato podkritéria:

- a) **Celostátní deníky včetně celostátních deníků s regionální mutací 60%**
- b) **Celostátní suplement 30%**
- c) **Deníky zdarma 10%**

Podkritéria a), b) a c) byla hodnocena bodovací metodou. Byla použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce byla dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria.

V rámci každého podkritéria byla hodnocena celková výše nabídkové ceny v Kč bez DPH. Pro každé číselně vyjádřitelné kritérium má nejvhodnější nabídka nejnížší hodnotu kritéria. Nejvhodnější nabídka získala 100 bodů. Každá další hodnocená nabídka získala bodovou hodnotu, která vznikne násobkem 100 a poměru hodnoty nejvhodnější nabídky k hodnocené nabídce.

Bodová ohodnocení nabídek dle jednotlivých podkritérií se vynásobila příslušnou vahou daného podkritéria. Následně došlo k součtu výsledných hodnot u jednotlivých podkritérií a tato hodnota byla následně vynásobena příslušnou vahou kritéria 1.

Kritérium hodnocení 2:

v rámci kritéria hodnocení 2 jsou dále stanovena tato podkritéria:

- a) Časopis pro ženy 30%
- b) Časopis – oblast péče o zdraví 20%
- c) Časopis – oblast životního stylu pro ženy 30%
- d) Časopis – programové 10%
- e) Časopis – společenské 10%

Podkritéria a), b), c), d) a e) byla hodnocena bodovací metodou. Byla použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce byla dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria.

Popis srovnání hodnot získaných při hodnocení v jednotlivých kritériích hodnocení:

V rámci každého podkritéria byla hodnocena celková výše nabídkové ceny v Kč bez DPH. Pro každé číselně vyjádřitelné kritérium má nejvhodnější nabídka nejvyšší hodnotu kritéria. Nejvhodnější nabídka získala 100 bodů. Každá další hodnocená nabídka získala bodovou hodnotu, která vznikne násobkem 100 a poměru hodnoty nejvhodnější nabídky k hodnocené nabídce.

Bodová ohodnocení nabídek dle jednotlivých podkritérií se vynásobila příslušnou vahou daného podkritéria. Následně došlo k součtu výsledných hodnot u jednotlivých podkritérií a tato hodnota byla následně vynásobena příslušnou vahou kritéria 2.

Bodové ohodnocení nabídek:

Nákup mediálního prostoru v tištěných médiích 2020-2021

Účastníci zadávacího řízení	Krit. 1 celkem	Krit. 2 celkem	Celková nab.	Výsledné body	Pořadí
I. Life Com s.r.o.	2 699 100,00	1 935 700,00	4 634 800,00	7416,80	2.
II. Media Investments a.s.	2 343 123,00	3 030 462,00	5 373 585,00	5541,10	3.
III. Remmark, a.s.	1 402 500,00	2 161 000,00	3 563 500,00	8456,19	1.

Kritérium 1)

Kategorie A - deníky a celostátní suplementy - váha 40%

Podkritéria

A1) Celostátní deníky včetně celostátních deníků s regionální mutací - váha 60%

A2) Celostátní suplement - váha 30 %

A3) Deníky zdarma - váha 10%

Podkritérium A1				Podkritérium A2				Podkritérium A3				Kritérium 1)	
účastník	cena	body	přepočet	účastník	cena	body	přepočet	účastník	cena	body	přepočet	účastník	body
I.	1 609 800,00	55,78	3347,00	I.	929 700,00	43,89	1316,55	I.	159 600,00	60,46	604,64	I.	5268,19
II.	1 323 004,00	67,88	4072,55	II.	828 998,00	49,22	1476,48	II.	191 121,00	50,49	504,92	II.	6053,95
III.	898 000,00	100,00	6000,00	III.	408 000,00	100,00	3000,00	III.	96 500,00	100,00	1000,00	III.	10000,00

Kritérium 2)

Kategorie B - časopisy - váha 60%

Podkritéria

B4) Časopis pro ženy - váha 30%

B5) Časopis - oblast péče o zdraví - váha 20 %

B6) Časopis - oblast životního stylu pro ženy - váha 30%

B7) Časopis - programové - váha 10 %

B8) Časopis - společenské - váha 10 %

Podkritérium B4				Podkritérium B5				Podkritérium B6				Kritérium 2)	
účastník	cena	body	přepočet	účastník	cena	body	přepočet	účastník	cena	body	přepočet	účastník	body
I.	837 300,00	79,78	2393,41	I.	90 900,00	100	2000,00	I.	481 600,00	100,00	3000,00	I.	8849,20
II.	939 787,00	71,08	2132,40	II.	353 911,00	25,68	513,69	II.	944 080,00	51,01	1530,38	II.	5199,19
III.	668 000,00	100,00	3000,00	III.	359 500,00	25,29	505,70	III.	752 000,00	64,04	1921,28	III.	7426,98

Podkritérium B7				Podkritérium B8				Kritérium 2)	
účastník	cena	body	přepočet	účastník	cena	body	přepočet	účastník	body
I.	276 200,00	67,89	678,86	I.	249 700,00	77,69	776,93	I.	8849,20
II.	489 355,00	38,32	383,16	II.	303 329,00	63,96	639,57	II.	5199,19
III.	187 500,00	100,00	1000,00	III.	194 000,00	100,00	1000,00	III.	7426,98

Celkové hodnocení

účastník	kriter 1	přepočet kriter 2	přepočet	celkem	pořadí	
I.	5268,19	2107,28	8849,20	5309,52	7416,80	2.
II.	6053,95	2421,58	5199,19	3119,52	5541,10	3.
III.	10000,00	4000,00	7426,98	4456,19	8456,19	1.

Jako nejúspěšnější byla stanovena nabídka s nejvyšším počtem bodů, tj. nabídka Účastníka 3 – Remmark, a.s.,

8. Označení poddodavatele dodavatele, s nímž byla uzavřena smlouva, pokud jsou Zadavateli známi

Zadavateli nejsou známi žádní poddodavatelé dodavatele, s nímž byla uzavřena smlouva.

9. Odůvodnění použití jednacího řízení s uveřejněním nebo řízení se soutěžním dialogem

Nepoužito.

10. Odůvodnění použití jednacího řízení bez uveřejnění

Nepoužito.

11. Odůvodnění použití zjednodušeného režimu

Nepoužito.

12. Odůvodnění zrušení zadávacího řízení nebo nezavedení dynamického nákupního systému

Veřejná zakázka byla zadána vybranému dodavateli REMMARK, a.s.

13. Odůvodnění použití jiných komunikačních prostředků při podání nabídky namísto elektronických prostředků

Nepoužito.

14. Osoby, u kterých byl zjištěn střet zájmů spolu s uvedením přijatých opatření

U žádné osoby nebyl zjištěn střet zájmů.

15. Odůvodnění nerozdělení nadlimitní VZ na části

Zadavatel nepřistoupil k rozdělení nadlimitní VZ na části, neboť předmět veřejné zakázky tvoří jeden funkční celek a je zadáván v časové souvislosti

16. Odůvodnění stanovení požadavku na prokázání obratu v případě postupu dle § 78 odst. 3 ZZVZ

Zadavatel nestanovil požadavek na obrat nad rámec zákonných limitů.

Příloha č. 1: ceník jednotlivých předmětů plnění

V Praze dne



MUDr. David Kostka, MBA
generální ředitel
Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra
České republiky

Příloha č. 1 ceník jednotlivých předmětů plnění

Charakteristika média	Jednotka - formát	Konkrétní titul	Nabídková cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v % za jednotku	Nabídková cena v Kč s DPH za jednotku
A1	1/1	MF DNES	85 000	21%	102 850
A1	1/2	MF DNES	65 000	21%	78 650
A1	1/4	MF DNES	45 000	21%	54 450
A1	1/1	Deník	135 000	21%	163 350
A1	1/2	Deník	99 000	21%	119 790
A1	1/4	Deník	55 000	21%	66 550
A1	1/1	Právo	61 500	21%	74 415
A1	1/2	Právo	45 000	21%	54 450
A1	1/4	Právo	25 000	21%	30 250
A1	1/1	Lidové noviny	36 500	21%	44 165
A1	1/2	Lidové noviny	26 500	21%	32 065
A1	1/4	Lidové noviny	22 500	21%	27 225
A1	1/1	Hospodářské noviny	95 000	21%	114 950
A1	1/2	Hospodářské noviny	62 000	21%	75 020
A1	1/4	Hospodářské noviny	40 000	21%	48 400
Celková cena k hodnocení A1			898 000	21%	1 086 580
A2	1/1	TV magazín	85 000	21%	102 850
A2	1/2	TV magazín	65 000	21%	78 650
A2	1/4	TV magazín	32 500	21%	39 325
A2	1/1	Magazín DNES + TV	40 000	21%	48 400
A2	1/2	Magazín DNES + TV	35 000	21%	42 350
A2	1/4	Magazín DNES + TV	17 500	21%	21 175
A2	1/1	Ona DNES	32 000	21%	38 720
A2	1/2	Ona DNES	26 000	21%	31 460
A2	1/4	Ona DNES	13 000	21%	15 730
A2	1/1	Víkend DNES	27 000	21%	32 670
A2	1/2	Víkend DNES	22 500	21%	27 225
A2	1/4	Víkend DNES	12 500	21%	15 125
Celková cena k hodnocení A2			408 000	21%	493 680
A3	1/1	E15	45 000	21%	54 450
A3	1/2	E15	34 000	21%	41 140
A3	1/4	E15	17 500	21%	21 175

Celková cena k hodnocení A3			96 500	21%	116 765
B4	1/1	Blesk pro ženy	75 000	21%	90 750
B4	1/2	Blesk pro ženy	62 000	21%	75 020
B4	1/4	Blesk pro ženy	31 000	21%	37 510
B4	1/8	Blesk pro ženy	16 000	21%	19 360
B4	1/1	Chvilka pro tebe	37 000	21%	44 770
B4	1/2	Chvilka pro tebe	29 000	21%	35 090
B4	1/4	Chvilka pro tebe	15 000	21%	18 150
B4	1/8 PR tip	Chvilka pro tebe	7 500	21%	9 075
B4	1/1	Překvapení	41 000	21%	49 610
B4	1/2	Překvapení	32 000	21%	38 720
B4	1/4	Překvapení	16 000	21%	19 360
B4	1/8	Překvapení	8 000	21%	9 680
B4	1/1	Maminka	83 500	21%	101 035
B4	1/2	Maminka	63 500	21%	76 835
B4	1/4	Maminka	32 000	21%	38 720
B4	1/8 PR tip	Maminka	16 000	21%	19 360
B4	1/1	Tina	28 000	21%	33 880
B4	1/2	Tina	23 000	21%	27 830
B4	1/4	Tina	12 500	21%	15 125
B4	1/8	Tina	7 500	21%	9 075
B4	1/1	Napsáno životem	12 000	21%	14 520
B4	1/2	Napsáno životem	9 500	21%	11 495
B4	1/4	Napsáno životem	7 000	21%	8 470
B4	1/8 PR tip	Napsáno životem	4 000	21%	4 840
Celková cena k hodnocení B4			668 000	21%	808 280
B5	1/1	Blesk Zdraví	58 500	21%	70 785
B5	1/2	Blesk Zdraví	38 500	21%	46 585
B5	1/4	Blesk Zdraví	22 500	21%	27 225
B5	1/8	Blesk Zdraví	13 000	21%	15 730
B5	1/1	Moje zdraví	58 000	21%	70 180
B5	1/2	Moje zdraví	44 500	21%	53 845
B5	1/4	Moje zdraví	25 000	21%	30 250
B5	1/8 PR tip	Moje zdraví	14 500	21%	17 545
B5	1/1	100+1 Zázraky medicíny	40 000	21%	48 400

B5	1/2	100+1 Základy medicíny	25 000	21%	30 250
B5	1/4	100+1 Základy medicíny	13 000	21%	15 730
B5	1/8 PR tip	100+1 Základy medicíny	7 000	21%	8 470
Celková cena k hodnocení B5			359 500	21%	434 995
B6	1/1	Žena a život	51 000	21%	61 710
B6	1/2	Žena a život	43 500	21%	52 635
B6	1/4	Žena a život	22 000	21%	26 620
B6	1/8	Žena a život	7 000	21%	8 470
B6	1/1	Glanc	56 000	21%	67 760
B6	1/2	Glanc	47 000	21%	56 870
B6	1/4	Glanc	24 000	21%	29 040
B6	1/8 PR tip	Glanc	10 000	21%	12 100
B6	1/1	Kreativ Praktická žena	47 000	21%	56 870
B6	1/2	Kreativ Praktická žena	38 000	21%	45 980
B6	1/4	Kreativ Praktická žena	19 000	21%	22 990
B6	1/8 PR tip	Kreativ Praktická žena	10 000	21%	12 100
B6	1/1	Moje psychologie	53 000	21%	64 130
B6	1/2	Moje psychologie	42 000	21%	50 820
B6	1/4	Moje psychologie	22 000	21%	26 620
B6	1/8 PR tip	Moje psychologie	11 000	21%	13 310
B6	1/1	Dieta	53 000	21%	64 130
B6	1/2	Dieta	42 000	21%	50 820
B6	1/4	Dieta	22 000	21%	26 620
B6	1/8 PR tip	Dieta	11 000	21%	13 310
B6	1/1	Cosmopolitan	50 000	21%	60 500
B6	1/2	Cosmopolitan	42 000	21%	50 820
B6	1/4	Cosmopolitan	22 000	21%	26 620
B6	1/8 PR tip	Cosmopolitan	7 500	21%	9 075
Celková cena k hodnocení B6			752 000	21%	909 920
B7	1/1	TV max	38 500	21%	46 585
B7	1/2	TV max	27 000	21%	32 670
B7	1/4	TV max	13 500	21%	16 335
B7	1/8 PR	TV max	9 000	21%	10 890

	tip				
B7	1/1	TV mini	42 000	21%	50 820
B7	1/2	TV mini	32 500	21%	39 325
B7	1/4	TV mini	16 500	21%	19 965
B7	1/8 PR tip	TV mini	8 500	21%	10 285
Celková cena k hodnocení B7			187 500	21%	226 875
B8	1/1	Rytmus života	42 000	21%	50 820
B8	1/2	Rytmus života	35 000	21%	42 350
B8	1/4	Rytmus života	17 500	21%	21 175
B8	1/8 PR tip	Rytmus života	10 500	21%	12 705
B8	1/1	Epocha	37 500	21%	45 375
B8	1/2	Epocha	28 000	21%	33 880
B8	1/4	Epocha	15 500	21%	18 755
B8	1/8 PR tip	Epocha	8 000	21%	9 680
Celková cena k hodnocení B8			194 000	21%	234 740