



Záznam z prípravných trhových konzultácií

podľa § 25 zákona č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o verejnom obstarávaní“)

A. Identifikácia verejného obstarávateľa:

Názov: Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (ďalej len „MIRRI SR“)

Organizačný útvar: Odbor verejného obstarávania,

Sídlo: Štefánikova 15, 811 05 Bratislava

IČO: 50349287

DIČ: 2120287004

Kontaktná osoba: Martin Poloha, Agáta Strapcová

Tel.: +421 2 2092 8433

E-mail : martin.poloha@mirri.gov.sk; agata.strapcova@mirri.gov.sk

Adresa hlavnej stránky verejného obstarávateľa: www.mirri.gov.sk

B. Identifikácia účastníkov prípravných trhových konzultácií:

Pre účely záznamu z prípravných trhových konzultácií (ďalej aj ako „PTK“), ktorý je publikovaný na webovom sídle verejného obstarávateľa, je identifikácia účastníkov anonymizovaná. Verejný obstarávateľ eviduje zoznam 4 účastníkov PTK ako súčasť kompletnej dokumentácie k postupu zadávania zákazky.

C. Názov zákazky:

Marketingová a mediálna stratégia komunikácie projektu „Slovensko v mobile“

D. Spôsob vykonania a priebeh prípravných trhových konzultácií:

Prípravné trhové konzultácie boli iniciované prostredníctvom zverejnenia dokumentácie na webovej stránke verejného obstarávateľa <https://www.mirri.gov.sk/ministerstvo/pripravne-trhove-konzultacie/>. Predmetnú dokumentáciu tvorilo: Oznámenie o začatí prípravných trhových konzultácií, Príloha č. 1 Formulár na prihlásenie sa do PTK, Príloha č. 2 Okruh otázok PTK, Príloha č. 3 Návrh Výzvy na predkladanie ponúk. Cieľom PTK bola/o:

- príprava a informovanie potenciálnych záujemcov o plánovanom postupe verejného obstarávania na vyššie uvedený predmet zákazky,
- overenie reálnosti, objektívnosti a primeranosti požiadaviek na plnenie predmetu zákazky,
- získanie a zapracovanie spätnej väzby od hospodárskych subjektov – potenciálnych záujemcov, ktorí sa zúčastnia prípravných trhových konzultácií,
- podpora spresnenia návrhu opisu predmetu zákazky, vrátane určenia vhodných termínov na plnenie zákazky, s cieľom zdefinovať jednoznačný, úplný a nestranný opis predmetu zákazky,
- konzultovanie okruhu otázok, ktoré mal účastník PTK k dispozícii pred ich začatím.

Lehota určená na prihlásenie do PTK bola stanovená do 19.01.2022. PTK prebiehali dňa 20.01.2022 a dňa 24.01.2022. Celkovo sa PTK zúčastnili 4 hospodárske subjekty.

Záver z PTK:

Účastník č. 1 uviedol, že s nacením predmetu zákazky poskytnutého v rámci podkladov k PTK nie je problém. Podľa jeho názoru je potrebné oddeliť produkciu od vlastného návrhu, keďže môže dôjsť k situácii, že ponuky budú vzájomne neporovnateľné pri rôznych počtoch komunikátov (v rámci



produkcie), ktoré uchádzači uvedú vo svojich vlastných návrhoch. Daný účastník č. 1 PTK poukazoval na to, že pokiaľ nejaký uchádzač navrhne napr. iba jeden výstup, tak v rámci produkcie nízkymi nákladmi (cenou) „podlezie“ iného uchádzača, ktorý dá síce kvalitnejší vlastný návrh, ale s viac výstupmi a teda bude nákladnejší v rámci produkcie, čo bude mať vplyv na konečnú ponukovú cenu. Zároveň daný účastník č. 1 navrhoval zväziť úpravu váh pri kritériách na vyhodnotenie ponúk, tak aby bol pomer výraznejší v prospech kvalitatívneho kritéria oproti cenovému. Podľa daného účastníka č. 1 PTK je v rámci opisu predmetu zákazky dostatočne oddelená hranica medzi tým, čo je požadované v rámci vlastného návrhu a tým, čo bude plnené v rámci samotnej realizácie predmetu zákazky.

Účastník č. 2 poukázal, že bude potrebné zjednodušiť formu Výzvy, pretože je komplikovane napísaná, s množstvom vnútorných odkazov. Daný účastník PTK odporúča minimálnu lehotu na predkladanie ponúk 3 týždne, keďže ide o čas, ktorý by mal byť dostatočný na prípravu ponuky. Podľa účastníka č. 2 môže byť problém, pre ktorý sa do verejného obstarávania nehlási toľko agentúr je kombinácia nízkeho rozpočtu reputačné riziko. Potenciálny zisk z danej zákazky je nízky oproti tomu, aké reputačné riziko by pre poskytovateľa predstavovala mediálna kritika (z rôznych dôvodov), ktorá je často spojená s realizáciou zákaziek pre štát. Podľa daného účastníka PTK, produkcia v rámci daného opisu predmetu zákazky dáva zmysel, pretože každá firma, ktorá predložila nejaký vlastný kreatívny návrh ho určite aj rada vyprodukuje.

Účastník č.3 naznačil, že by bolo dobré venovať viac času agentúram na vypracovanie zadania, podľa jeho úsudku bolo málo času pri prvej výzve. Tiež uviedol, že by malo byť zadanie komplexnejšie. Nespájal by mediálnu stratégiu a kreatívnu stratégiu, kde bolo potrebné rozpracovať aj fázu 2 a fázu 3, nakoľko by musel osloviť partnera – mediálnu agentúru, keďže sa na túto časť nešpecializujú. Ďalej vidí problém v cene za službu, ktorá je podľa neho veľmi nízka aj práve kvôli spolupráci s mediálnou agentúrou. Uviedol, že by to bolo v tomto prípade za hranicou rentability. Navrhol by dlhodobý komunikačný koncept, ktorý by zastrelil kampaň, ale nenavrhoval by stratégiu pre ďalšie fázy, keďže nie je v tejto chvíli jasné, čo bude o pár mesiacov a zároveň podľa neho vieme získať v procese feedback, čo funguje a čo nefunguje a prispôbiť sa tomu. Odporučil nám zjednodušiť zadanie.

Účastník č.4 v úvode ozrejmil, že sa nezúčastnil prvého kola súťaže, ale zaujímalo ho, či budeme akceptovať, ak vstúpi do súťaže ako konzorcium a tiež aj, či sú potrebné skúsenosti so zákazkami vo verejnom sektore a či preferujeme, aby boli. Zároveň uviedol, že by chcel vedieť, kedy bude výzva poskytnutá záujemcom, nakoľko v zadaní je uvedené, že prvý inkrement by sa mal komunikovať už vo februári a podľa jeho slov by z ich skúsenosti potrebovali 3-4 týždne na vypracovanie, pri takých komplexných kampaniach, ako je táto. K návrhu výzvy uviedol, že je pre nich zrozumiteľný, jediný, čo by chcel ozrejniť, čo očakávame v rámci kreatívneho konceptu, či aj grafické, dizajnové veci a do akej hĺbky by mala agentúra vypracovať tento koncept v rámci výzvy. V rámci celkovej sumy návrhu položil otázku, či môže naceniť zákazku štruktúrovane, teda podľa rozsahu vypracovania a položiek - napríklad prioritné a variabilné časti návrhu. Ďalej uviedol, že by preferoval radšej hodnotiace kritérium 60:40 - kvalita:cena a nie opačne, ako je to nastavené teraz.

01.02.2022