

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ
Národní orgán pro koordinaci

JAK PROBÍHÁ ZADÁVÁNÍ NA MINISTERSTVU

“Životní cyklus“ zakázky včetně překážek a jak
je zdoláváme na MMR

Radek Kobza, Odbor publicity EU, MMR

19. listopadu 2019, MMR - AVI



EVROPSKÁ UNIE
Fond soudržnosti
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Radek Kobza

PŘEDSTAVENÍ



Co dělám?

Posledních 6 let se věnuji **komunikaci evropských fondů** na Ministerstvu pro místní rozvoj.

O co se snažíme?

Přiblížit přínosy projektů podpořených z EU fondů široké veřejnosti a **zvýšit srozumitelnost** materiálů pro odbornou veřejnost. Najít ty **nejlepší partnery** na straně dodavatelů.

Já a zakázky

Nejsem právník!
Nicméně můj podpis je pod většinou zakázek našeho odboru 😊.

Jak může vypadat nákupní seznam?

SEZNAM OD MANŽELKY:

Balení červených jablek, sladké,
nejlépe Rubíny



TECHNICKÁ SPECIFIKACE:

2 kg plodů jablek odrůd (kultivarů)
pěstovaných z *Malus domestica* Borkh
řazených podle Ústředního zkušebního
ústavu zemědělského (dále ÚKZUZ) do
skupiny ranně zimních odrůd s národní
ochranou odrůdových práv se základní
barvou plodů žlutou, krycí červenou, v
žíhané formě, Výběrové třídy nebo Třídy I
podle Normy FFV-50 týkající se uvádění na
trh a kontroly obchodní jakosti jablek z
roku 2008



Created by supalerk laipawat
from Noun Project



Created by priyanka
from Noun Project

Proč to někdy vypadá jinak? Proč neříkáme, že chceme 2 kg červených jablek, odrůdy Rubín?



Created by supalerk laipawat
from Noun Project

HURÁ DO TOHO!



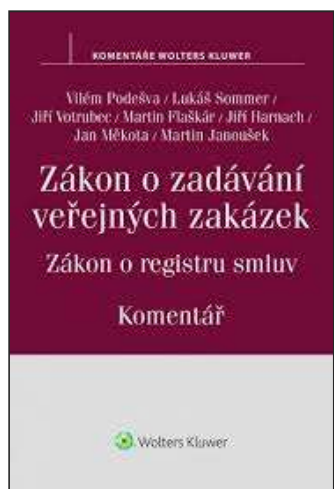
Created by priyanka
from Noun Project

Protože tak jednoduché to není. Utrácíme veřejné prostředky daňových poplatníků.

často velmi konzervativní a přísná
praxe přezkumných orgánů
(ÚOHS, soudy, NKÚ, audity a FÚ)



Created by supalerk laipawat
from Noun Project



Pravidla
OP TP pro
příjemce
dotace

Rozhodnutí
ministryně
(interní
směrnice)
- veřejné
zadávání
- o smlouvách



Created by priyanka
from Noun Project

**Za správnost zadávacího postupu je odpovědný zadavatel,
nikoli agentura (pro ni proces často končí fakturací...).**

Životní cyklus veřejné zakázky

12 – 16 MĚSÍCŮ U SLOŽITĚJŠÍ NADLIMITNÍ ZAKÁZKY (KREATIVA, NÁKUP MÉDIÍ, NOVÝ WEB...)



Záměr VZ

Připomínkuje a schvaluje:
administrátor VZ
(proj. kancelář),
řídící orgán
(poskytovatel dotace)
vedení sekce
(poradci)
ministryně

Zadávací dokumentace, včetně hodnotících kritérií a návrhu smlouvy

Připomínkuje a schvaluje:
administrátor VZ
řídící orgán
odbor
legislativně právní a účtáři
vedení sekce
(poradci)
(ministryně)

VYHLAŠUJEME V NENU
(Ihůty dle Zákona)

Hodnotíme, tážeme se uchazečů (Ihůty!) a sepisujeme vyhodnocení a rozhodnutí o výběru
(Ihůta na odvolání)

Podepisujeme smlouvu - elektronicky

Kontrola procesu VZ před podpisem smlouvy
řídící orgán
odbor
legislativně právní
vedení sekce

Publikujeme smlouvu v Registru smluv
(až poté je možná realizace!)

Pracujeme společně na úspěšné kampani



KONTROLY

(součinnost agentury, až 10 let po ukončení):

řídící orgán
(poskytovatel dotace)

AO MF ČR

FÚ

NKÚ

EK

Jak z ven z časově náročného procesu přípravy VZ?

ROZDĚLENÍM ZAKÁZEK PODLE ČINNOSTI (ŽÁDNÁ AGENTURA NEUMÍ VŠE VÝBORNĚ) A NASTAVENÍM RÁMCOVÝCH SMLUV A ZAVEDENÍM DLOUHODOBÝCH FOREM ZADÁVÁNÍ (DYNAMICKÝCH NÁKUPNÍCH SYSTÉMŮ)

Rámcová smlouva s 1 vítězem na kreativitu

Délka spolupráce na 2 roky + možnost dalších 2 roků (opce): strategie a vlastní výroba kampaní. Kdykoli možnost přestat odebírat plnění (nepoptáme a neobjednáme další kampaň).

Rámcová smlouva s 1 vítězem na nákup on-line médií (až 4 roky, dtto)

Dynamický nákupní systém (DNS) na nákup médií (off-line i on-line,) na tisky, na propagační předměty... více dodavatelů, otevřeno po celou dobu pro vstup dalších, délka až 4 roky nebo do vyčerpání rozpočtu; zadavatel není vázán vyčerpat rozpočet, krátké lhůty pro podání nabídek v rámci tzv. minutendrů.

! „Opticky“ velké rozpočty při zavádění RS / DNS, nutná podpora vedení resortu (schválení záměru, příp. zadávací dokumentace).

! Nutná podmínka: Musíte na přípravu dokumentů a koordinaci procesů lidí – aktuálně je někde i jen 0.5 úvazek na publicitu s marketingovými rozpočty v řádech jednotek až desítek miliónů ☹.

Klíčový faktor pro úspěšné schvalování a přípravu zakázek?

DŮVĚRA VEDENÍ

Co pomáhá ji získat?

- Doručujeme výsledky
- Testujeme – kreativita reklamy se nemusí nadřízené líbit, ale data z pre-testů ji pomáhají přesvědčit
- Nastavujeme a rozvíjíme evaluaci komunikačních aktivit (víme, co měříme a proč!)
- Přiznáme chybu a poučíme se z ní
- Získáváme ocenění (zlatá Effie 2016, stříbrná IMC Czech Award 2017, stříbrná Effie 2019...)

Bez koho by to nešlo 😊 ?

- Tým OPEU: Michal, Martina, všechny holky a Radovan z Eurocenter, Šárka, Ondra, Vojta, Monika, Petra, Martin, Anička, Vašek, Bára
- Lidé z agentur: Momentum, Remmark, Knowlimits, EuroAgency, Xact, TAH, Mary Popps, tiskárny HRG a dalších...

DĚKUJI ZA POZORNOST



EVROPSKÁ UNIE
Fond soudržnosti
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR