

VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE č. 1

k veřejné zakázce malého rozsahu na služby s názvem

„Marketingová strategie města Sokolov - 2. vyhlášení“

zadávané mimo působnost zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“).

Režim zadávacího řízení	Veřejná zakázka malého rozsahu
Druh veřejné zakázky	Služby
Profil zadavatele	https://ezak.sokolov.cz/profile_display_2.html
Datum zahájení řízení	23. 09. 2024

1. IDENTIFIKACE ZADAVATELE

Název: město Sokolov
Sídlo: Rokycanova 1929, 356 01 Sokolov
IČO: 00259586
DIČ: CZ00259586
Zástupce: **Mgr. Petr Kubis, starosta**

Kontaktní osoba zadavatele: Ing. Lenka Benešová,
odbor rozvoje města Městského úřadu Sokolov
tel. +420 354 228 285
e-mail: lenka.benesova@mu-sokolov.cz

Na základě níže citované žádosti o vysvětlení zadávací dokumentace na zadání veřejné zakázky, učiněné dne 02. 10. 2024 prostřednictvím systému E-ZAK, poskytuje zadavatel účastníkům následující vysvětlení zadávací dokumentace:

Žádost o vysvětlení

Dobrý den, prosíme upřesnit následující:

1. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky je 750 000,- Kč bez DPH.

vs.

Návrh rozpočtu objednatel naplňování marketingové strategie v období, na které se marketingová strategie vypracování a zvlášť pro marketingový plán, přičemž předpokládaný celkový objem prostředků na realizaci marketingového plánu činí 500 000 Kč. Jaký je vztah těchto dvou čísel? Znamená to, že rozpočet na propagaci města (implementaci strategie) je 500 000 Kč? Jestliže ano, je to rozpočet na jeden rok (využití komunikačních prostředků /četnost, počet/ závisí na objemu finančních prostředků)?

2. Hodnotíme-li efektivitu stávající komunikace města, jaký je stávající rozpočet města na komunikaci (marketing)? Jakými nástroji/kanály komunikace město disponuje?

3. Úkolem je předložit „vzorovou strategii“ na téma „Sokolov - zelené město“ – Jde v tomto případě jen o „marketingové cvičení“ nebo je percepce Sokolova jako „zeleného města“ strategickým cílem? Jestli ano, je tento cíl komunikován s občany města? Jaké konkrétní projekty jsou vytvořeny/nastaveny sledující tento cíl?

4. Jestliže počítáme s pětiletou implementací strategie - S jakými KPI's pracujeme/pracujete, tedy - Jakých výsledků by mělo být dosaženo?

5. Využívá město ke komunikaci realizační agenturu nebo pracuje jen s vlastními zdroji (in-house přístup)?

Předem děkujeme za upřesnění.

Vysvětlení

Dotaz č. 1

Předpokládaná hodnota zakázky ve výši 750 000,- Kč bez DPH zahrnuje předmět výše uvedené veřejné zakázky, tedy zejména samotné zpracování Marketingové strategie (dále také „Strategie“) v min. rozsahu: analytická, návrhová a metodická část, včetně prezentace Strategie zástupcům zadavatele. Úplný rozsah veřejné zakázky je podrobněji stanoven v Návrhu smlouvy o dílo, který je přílohou č. 3 Výzvy k podání nabídek a zadávací dokumentace ze dne 23.09.2024 (dále jen „ZD“). Součástí předmětu veřejné zakázky je také poskytování odborného poradenství podle aktuálních potřeb zadavatele za účelem řádného naplňování Strategie.

Součástí předmětu veřejné zakázky je rovněž zpracování Marketingového plánu na první rok doby (z celkového období 2025 až 2029), na kterou se Strategie vypracovává. Samotná realizace Strategie podle zpracovaného Marketingového plánu, tedy uvedení Strategie do praxe a její naplňování není součástí předmětu této veřejné zakázky. Na realizaci Marketingového plánu v prvním roce zadavatel předpokládá prostředky ve výši 500 000,- Kč bez DPH. Vzhledem k tomu, že součástí této veřejné

zakázky je pouze zpracování Marketingového plánu a nikoli jeho samotná realizace, není částka z předchozí věty započtena do předpokládané hodnoty této veřejné zakázky.

Dotaz č. 2

Komunikace města se uskutečňuje primárně třemi kanály:

- webové stránky města: sokolov.cz
- Facebook města (dále jen „FB“): <https://www.facebook.com/osokolove/>
- měsíčník Patriot
<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/139tQms4t3xJdqEmveXfYhUwvOPqVerK0>.

Nad rámec výše uvedených komunikačních kanálů probíhají na městském úřadě pravidelné tiskové konference, vždy v intervalu 2x měsíčně, kde jsou zástupcům médií sdělovány základní informace o dění ve městě. Město rovněž spolupracuje s regionálními zpravodajskými společnostmi TV Západ a MVTV, které pro město zpracovávají reportáže, jež jsou umísťovány na jejich webových a FB portálech, stejně jako na webu a FB města. Dále je k propagaci města možné připočíst i lokální destinační agenturu Kam po Sokolovsku: <https://www.facebook.com/kamposokolovsku>. Město si platí členství i v destinační agentuře Živý kraj. Odbor Finanční a školství zařizuje výrobu a distribuci propagačních materiálů města.

Vzhledem k tomu, že se na stávající komunikační strategii města podílí více subjektů a prostředky na pokrytí výdajů této komunikace jsou vynakládány nejen přímo z rozpočtu města, ale také z rozpočtů příspěvkových organizací města, není vedena souhrnná statistika výdajů v této oblasti.

Dotaz č. 3

V souladu s čl. 9.3 ZD je hodnocení nabídek stanoveno v poměru 60% *Nabídková cena za vytvoření marketingové strategie* a 40% *Kvalita vzorového návrhu na zpracování marketingové strategie na téma „Sokolov - zelené město“*. Z uvedeného důvodu zadavatel požaduje, aby účastníci předložili vzorový návrh na zpracování Strategie. Vzorová Strategie nebude součástí budoucího plnění předmětu veřejné zakázky a slouží pouze jako podklad k hodnocení nabídek účastníků zadávacího řízení. Stanovení skutečných cílů Marketingové strategie bude řešeno až na základě uzavřeného smluvního vztahu s vybraným dodavatelem veřejné zakázky v rámci naplnění služeb požadovaných zadavatelem.

Dotaz č. 4

Realizací veřejné zakázky má být v souladu s odst. 1.2 Návrh smlouvy o dílo dosaženo zejména těchto cílů:

- a) prezentovat přednosti města jako atraktivního místa zejména pro život, práci a rekreaci,
- b) zlepšit celkový obraz města v očích obyvatel města i ostatních osob vč. potenciálních obyvatel města a posílit u nich pozitivní vnímání města a jeho obrazu,
- c) zvýšit atraktivitu města pro jeho současné, budoucí i potenciální obyvatele,
- d) pomocí činností podle písm. a) až c) zastavit úbytek (odliv) obyvatel města a získat nové obyvatele města, zejména ty, kteří mohou přispět k odstranění příčin a důvodů, pro které k úbytku obyvatel města dochází,

a to na základě analýz a výzkumů, které vybraný dodavatel pro potřeby vytvoření Strategie provede.

Dotaz č. 5

Realizační agenturu město nevyužívá. Komunikaci města zajišťuje primárně tiskový mluvčí. Měsíčník Patriot vydává Městský dům kultury, který je příspěvkovou organizací města.

V Sokolově

<u>Zadavatel:</u> MĚSTO SOKOLOV Rokycanova 1929 356 01 Sokolov	<u>Podpis:</u> Ing. Kateřina Klepáčková, vedoucí odboru rozvoje města Městského úřadu Sokolov
--	--