



Telefon
Vyřizuj

IČO: 660 02 222
Bankovní spojení:
ČNB Praha 1
Účet č.

Objednatel:

Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj
se sídlem: Staroměstské nám. 6, 110 00 Praha 1
zastoupená: ředitelka odboru projektového řízení
IČO: 66002222

Poskytovatel:

IBRS - International Business & Research Services s.r.o.
se sídlem: Dubečská 6, 100 00 Praha 10
zástupce: jednatel
IČO: 26137585
DIČ: CZ26137585
plátce DPH

1. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

Objednatel a Poskytovatel uzavřeli dne 21. 08. 2024 Rámcovou dohodu na evaluace v oblasti publicity a komunikačních aktivit, číslo v CES 6616 (dále jen RD, nebo Smlouva), jejímž účelem je zajistit pro Objednatele služby dle specifikace uvedené ve Smlouvě.

Objednatel tímto v souladu s postupem dle čl. 3 Smlouvy objednává poskytnutí služeb specifikovaných níže v této Objednávce.

2. PŘEDMĚT OBJEDNÁVKY

Na základě Smlouvy CES 6616, Výzvy k dílčímu plnění číslo 3/2024 a příslušné Nabídky Poskytovatele, objednáváme zajištění evaluace s názvem **Segmentace cílové skupiny – 2. fáze**

v parametrech specifikovaných v příloze č. 1 této Objednávky (Podrobná kalkulace, vč. Cenového listu).

3. CENA SLUŽEB

Celková cena objednávky nepřesáhne: 192 269,00 Kč včetně DPH

Rozpočtová skladba:
SR: 366100/5166/268/56, EU: 366100/5166/269/56
EDS/SMVS: 117V661000006

4. CÍL A PŘEDMĚT EVALUACE/HODNOCENÍ/VÝZKUMU, POŽADOVANÉ METODY a VÝSTUPY

Cíl a předmět evaluace/hodnocení/výzkumu:

Národní orgán pro koordinaci – Odbor publicity fondů EU pracuje s definicí cílové skupiny široké veřejnosti na základě její segmentace, která byla naposledy kvantifikována externím subjektem v roce 2022, a to v návaznosti na vyhodnocení post-testu masmediální kampaně. Pro přesnější cílování komunikačních aktivit, pre-testování jejich potenciálu je nezbytná aktualizace segmentace a popis person. Bližší pohled by měl být věnován postojům, motivům a chování mladých lidí, především vysokoškoláků. Objednatel bude navíc požadovat zpřesnění o chování, včetně konzumace informací/médií.

Další potřebou je i stručné posouzení relevance výběru SOME a obsahu komunikace na SOME profilů „Kde fondy EU pomáhají“ s cílem formulovat doporučení pro lepší strategii pro SOME pro rok 2025 na základě preferencí segmentu „váhaví“ cílové skupiny.



Za tímto účelem bude proveden výzkum ve 2 návazných fázích, přičemž 1. fáze výzkumu (provedení dotazníkového šetření metodou CAWI a dvourozměrná segmentace se stručnou charakteristikou segmentů) byla předmětem předchozí objednávky 2/2024.

Předmětem této Výzvy k dílčímu plnění č. 3/2024 je 2. fáze výzkumu, která se zaměří na kvalitativní výzkum s dopracováním a zpřesněním segmentace cílové skupiny vč. kvantifikace jednotlivých segmentů. Bude provedena sada fokusních skupin a návazná kvalitativní analýza, která povede k vytvoření podrobného popisu jednotlivých segmentů/person (sociodemografické charakteristiky, indikátory, lifestyle, postoje, media atp.). Dále budou ve vazbě na segmentaci formulována základní doporučení ke komunikaci na SOME „Kde fondy EU pomáhají“.

Metody:

Pro naplnění cíle hodnocení bude realizována sada 4 fokusních skupin (Online FG), které byly specifikovány v rámci 1. fáze výzkumu (3 FG pro segment "Váhaví", 1 FG pro segment "Kritici").

Cílem fokusních skupin bude zjistit:

- Postoj k EU a jak zlepšovat obraz EU (Na čem si tvoříš obrázek o EU? Co jim EU symbolizuje a proč? Je vhodným brandem vlajka EU, nebo něco jiného?)
- Postoj k fondům EU a jak jej zlepšovat (zejm. vnímání "přínosu fondů EU pro mě osobně").
- Podrobnosti o mediálním chování a na čem stavět komunikaci. (Je nutný vůči danému segmentu specifický přístup? Jaká komunikace je vůči segmentu nejúčinnější a zásadně ovlivňuje názor/postoj, když to nejsou vždy jen informace/zájem o informace?)
- Základní pohled na SOME "Kde fondy EU pomáhají". (Ukázka s cílem zjistit, zda má potenciál oslovit daný segment, případně jak jej upravit, aby byl jeho potenciál větší.)

Následně budou zjištění z tohoto dílčího plnění propojena se závěry z předchozího dílčího plnění (1. fáze, Objednávka 2/2024). Bude rovněž doplněna kvantifikace cílových skupin a podrobný popis jednotlivých segmentů/person.

S ohledem na kvalitativní zaměření a nutnost posouzení mediální strategie, resp. formulaci doporučení k mediální strategii bude využito i expertní hodnocení - hodnocení ze strany Experta na mediální strategii.

Výstupy:

- **Závěrečná zpráva obsahující i manažerské shrnutí zpracovaná v podobě prezentace** (PowerPoint, PDF) - Závěrečná zpráva bude obsahovat revidovanou a okomentovanou segmentaci (která byla výstupem 1. fáze výzkumu), kvantifikaci jednotlivých segmentů, podrobný popis jednotlivých segmentů/person a doporučení ke komunikaci.
- **Scénáře k FG** (ve formátu .doc/.docx)
- **Anonymizované zápisy z FG** (ve formátu .doc/.docx)
- **Osobní prezentace** hlavních zjištění, závěrů a doporučení Objednateli
- **Flash news** o stavu realizace daného hodnocení/výzkumu v podobě e-mailů (cca 1x za 2 týdny)

5. HARMONOGRAM A TERMÍNY PLNĚNÍ

Plnění bude probíhat v termínech dle Výzvy k dílčímu plnění č. 3/2024:

Předpokládaný harmonogram a závazný termín (ode dne nabytí účinnosti objednávky, tj. zveřejnění akceptované objednávky v Registru smluv MV ČR)	Činnost/Výstup
1.-2. týden	Příprava scénářů pro FG, úpravy scénářů ve vazbě na připomínky Objednatele, rekrutace pro FG.
3.-5. týden	Realizace FG – sběr dat, příprava anonymizovaných zápisů z FG.
6.-9. týden	Analýza dat, jejich interpretace, revize segmentace, tvorba popisu person a doporučení ke komunikaci.
9. týden	Odevzdání návrhu závěrečné zprávy,
10.-11. týden	Osobní prezentace pro Objednatele, diskuse segmentace, popisu person a doporučení. Následné úpravy závěrečné zprávy.
11. týden (závazný termín)	Odevzdání závěrečné zprávy vč. manažerského shrnutí.



6. AKCEPTACE PLNĚNÍ

Postup v souladu s čl. 6 Smlouvy:

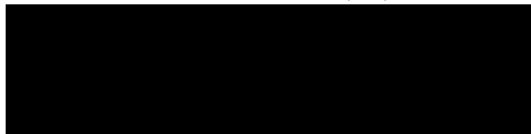
Smluvní strany se dohodly na následujícím postupu při předání Služby:

- a. Poskytovatel zašle (elektronicky e-mailem) první verzi výstupů Objednateli k připomínkám v souladu s harmonogramem stanoveným Objednávkou. Takto předané dílo bude potvrzeno předávacím protokolem podepsaným oběma smluvními stranami.
- b. Pokud nebude mít Objednatel k výstupům žádné výhrady, oznámí tuto skutečnost Poskytovateli **do 3 pracovních dní**. V takovém případě je Poskytovatel oprávněn předložit výstupy k akceptaci a bude vystaven akceptační protokol, který bude podepsán oběma Smluvními stranami. Součástí podkladů k akceptaci budou rovněž přehledové tabulky obsahující: počet vyčerpaných jednotek položek relevantních pro danou Objednávku, jednotkové ceny těchto položek a cena celkem (v Kč bez DPH, DPH v Kč, včetně DPH); stručné výkazy práce pro jednotlivé členy týmu zapojené do realizace Služby (ve struktuře: jméno, role v týmu, činnost, počet jednotek, resp. odpracované (celé) hodiny, cena celkem); dále celkové množství všech doposud čerpaných jednotek/částek v této Rámcové dohodě a tomu odpovídající doposud uplatněné finanční nároky (za vystavené faktury). Za účelem vykazování těchto údajů bude ve spolupráci Objednatele a Poskytovatele zpracována tabulka, v rámci které budou dané údaje evidovány a vykazovány. Schválení výkazů, vč. počtu jednotek, proběhne prostřednictvím podpisů akceptačního protokolu Smluvními stranami.
- c. Bude-li mít Objednatel výhrady k výstupům, zašle **je do 3 pracovních dní**. Poskytovateli k úpravě/doplnění. Poskytovatel se zavazuje **nejpozději do 3 pracovních dní** odstranit všechny nedostatky a provést veškeré potřebné úpravy dle výhrad a připomínek Objednatele a předat elektronicky jako druhou verzi výstupů Objednateli.
- d. Pokud bude mít Objednatel připomínky k druhé verzi výstupů, budou obě strany postupovat stejným způsobem uvedeným v předchozím odstavci. Nevznese-li Objednatel k výstupům již žádné výhrady ani připomínky, považují Smluvní strany výstupy za řádně zpracované a je možné vystavit a podepsat akceptační protokol, součástí podkladů k akceptaci budou podklady dle ustanovení b) výše.
- e. Pokud nebude akceptována ani třetí verze výstupů kvůli zásadním nedostatkům výstupu, mohou být uplatněny sankce dle čl. 16. Rámcové dohody.
- f. Pokud ani napotřetí nebude možné výstupy akceptovat bez připomínek, má Objednatel možnost akceptovat plnění **s výhradou**. Takový postup se uplatní např. v následujících případech: Poskytovatel sice zrealizoval požadované kroky a vytvořil výstupy dle Objednávky, nicméně výstupy nejsou plně konzistentní a/nebo obsahují množství nepřesností, gramatických či faktických nedostatků anebo chyb. Tedy, plnění je možné částečně akceptovat, neboť zadání bylo zpracováno, nicméně ne v požadované kvalitě. V případě akceptace plnění s výhradou se snižuje Cena Služby za takového plnění až do výše deseti procent (10 %), dle závažnosti nedostatků na základě vyhodnocení Objednatele. Identifikované nedostatky a stanovení procentní sazby (až do výše 10 %), o kterou bude Cena Služby snížena (včetně vyčíslení této částky v Kč), uvede Objednatel v akceptačním protokolu v souladu s tímto odstavcem. V případě akceptace s výhradou a snížením Ceny Služby se vůči Poskytovateli neuplatní sankce podle čl. 16 Rámcové dohody.

Služba se považuje za řádně poskytnutou dnem podpisu akceptačního protokolu Smluvními stranami, nebo akceptačního protokolu s výhradou ze strany Objednatele.

7. REALIZAČNÍ TÝM

Ve složení dle požadavků Výzvy k dílčímu plnění 3/2024 a jmenného seznamu příslušné Nabídky:





8. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

Práva a povinnosti Smluvních stran, které nejsou upraveny v této Objednávce, se řídí Smlouvou.

Není-li v této Objednávce stanoveno jinak, mají veškeré pojmy definované ve Smlouvě a použité v této Objednávce, stejný význam jako v Smlouvě.

Poznámka k fakturaci:

Fakturu (se splatností 30 dní) zašlete prosím na e-mailové adresy kontaktních osob Objednatele:

Na fakturu prosím, kromě obvyklých věcí (předmět plnění, CES, číslo objednávky atd.), uveďte také text k identifikaci projektu:

OPTP 2021–2027, projekt reg. č. CZ.07.01.01/00/22_001/0000094

Pokud faktura nebude označena, nebo bude neúplně označena, bude vrácena k doplnění. Pokud by došlo z důvodu nutné identifikace Objednatele k nedodržení termínu splatnosti, nevzniká nárok na penalizaci. Nedílnou součástí objednávky jsou další ustanovení uvedená v závěru objednávky.

Faktura musí obsahovat veškeré náležitosti daňového dokladu dle ustanovení § 28 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Podrobná kalkulace, seznam položek a jednotkové ceny položek dle Cenového listu Smlouvy, vč. max. počtu jednotek jednotlivých položek.

V Praze dle data el. podpisu

Digitálně podepsal:

12.11.2024 10:30

ředitelka odboru projektového řízení

Digitally signed by

Date: 2024.11.12

14:44:52 +01'00'

Akceptace objednávky Poskytovatelem

datum, jméno a příjmení, podpis
Poskytovatele

Příloha č. 1 – Podrobná kalkulace, vč. Cenového listu

Název položky	Označení položky	Definice/Obsah položky	Jednotka	Velikost vzorku/způsob realizace	Jednotkové ceny dle RD			Nacenění pro realizaci zadání dle VÝZVY k dílčímu plnění			
					Cena v Kč za jednotku bez DPH	DPH v Kč (Nastaven výpočet; DPH 21 %)	Cena v Kč za jednotku včetně DPH (Nastaven výpočet)	POČET JEDNOTEK pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění	Celková cena v Kč bez DPH pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění	DPH v Kč pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění	Celková cena v Kč včetně DPH pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění
Personální zajištění - POZOR! Pozn.: V rámci činnosti jednotlivých členů týmu a expertů nesmí být nárokovány náklady, které jsou zahrnuty jako součást jiných aplikovaných (níže uvedených) metod.											
Account manager (člen týmu)+B6:I35	Account manager	Osoba odpovědná za řízení celé zakázky a styk mezi Dodavatelem a Zadavatelem; vedení projektového týmu, účast na jednáních, přenos informací od Zadavatele do týmu a směrem k expertům zapojeným do realizace konkrétního plnění; odpovědnost za celkovou realizaci, odpovědnost za přípravu a zpracování výstupů, za řádné zapracování vznesených připomínek k výstupům a za finalizaci všech výstupů v souladu se zadáním a termíny/harmonogramem plnění; účast na osobních prezentacích atp.	1 člh	NR				16.0			
Metodik/Analytik (člen týmu)	Metodik/Analytik	Osoba odpovědná za řádné nastavení a vedení jednotlivých hodnocení a výzkumů v souladu se zavedenými standardy používaných metod sběru a analýzy dat (viz SIMAR, Průvodce evaluátora atp.); odpovědnost za nastavení jednotlivých nástrojů měření vč. případné formulace vhodných otázek/položek dotazníku, rozhovorů atp.; odpovědnost za zajištění reprezentativnosti vzorku z pohledu stanovených kritérií; odpovědnost za řádnou analýzu (obsahová analýza, analýza pro tvorbu person atp. dle zadání), komparaci a syntézu zjištěných dat a interpretaci dat vzhledem ke zvoleným metodám, vzorku atp.	1 člh	NR				23.0			
Technická podpora týmu	Technická podpora týmu	Součástí týmu mohou být i další osoby, které nemusí splňovat žádné kvalifikační předpoklady. Takové osoby se mohou podílet na realizaci předmětu plnění, nesmí ale vykonávat činnosti výhradně svěřené výše uvedeným členům týmu (zejména nemohou nést výše specifikované odpovědnosti spadající do odpovědností Account managera či Metodika/Analytika). Půjde zejména o rekrutéra osob pro dotazníková šetření, rozhovory, fokusní skupiny a administrativní podporu. Do této pozice budou moci být zahrnuti i další, Zadavatelem nedefinované/nepožadované role v týmu, které budou z pohledu Dodavatele nezbytné pro realizaci zadání. Činnost těchto osob bude vykazována a nárokována k proplacení jen v případě, že půjde o činnosti spadající do dílčího plnění nad rámec aplikovaných (níže uvedených) metod sběru a analýzy dat (tj. např. rekrutace nemůže být nárokována na základě hodinové sazby rekrutéra, neboť je součástí metody sběru dat).	1 člh	NR				0.0			
Expert na marketingové strategie	Expert-Marketing	Zapojení experta v případě relevantního zacílení Výzvy, resp. Objednávky. Osoba podílející se na řádném nastavení a vedení hodnocení/výzkumu z pohledu hodnocených marketingových aktivit a nástrojů; odpovědnost za řádnou interpretaci dat vzhledem k hodnoceným marketingovým aktivitám a nástrojům, jejich cílům a cílovým skupinám; tvorba doporučení ke komunikačním/marketingovým aktivitám Zadavatele ve vazbě na výsledky hodnocení/výzkumu.	1 člh	NR				0.0			
Expert na mediální strategie	Expert-Media	Zapojení experta v případě relevantního zacílení Výzvy, resp. Objednávky. Osoba podílející se na řádném nastavení a vedení hodnocení/výzkumu z pohledu hodnocených mediálních aktivit a nástrojů; odpovědnost za řádnou interpretaci dat vzhledem k hodnoceným mediálním aktivitám a nástrojům, jejich cílům a cílovým skupinám; tvorba doporučení ke komunikačním/mediálním aktivitám Zadavatele ve vazbě na výsledky hodnocení/výzkumu.	1 člh	NR				32.0			
Expert pro zlepšování uživatelské zkušenosti	Expert-UX designer	Zapojení experta v případě relevantního zacílení Výzvy, resp. Objednávky. Osoba podílející se na zlepšování uživatelské zkušenosti (např. při přípravě nového webu); tvorba doporučení zejména k webovým stránkám.	1 člh	NR				0.0			

Název položky	Označení položky	Definice/Obsah položky	Jednotka	Velikost vzorku/způsob realizace	Cena v Kč za jednotku bez DPH	DPH v Kč (Nastaven výpočet; DPH 21 %)	Cena v Kč za jednotku včetně DPH (Nastaven výpočet)	POČET JEDNOTEK pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění	Celková cena v Kč bez DPH pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění	DPH v Kč pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění	Celková cena v Kč včetně DPH pro realizaci zadání dle Výzvy k dílčímu plnění
Metody											
Desk-research (DR)	DR	Desk-research, tj. studium dokumentů, vč. shromáždění relevantní literatury, podkladů a dokumentů, předchozích relevantních výzkumů/evaluací, analýza získaných informací, syntéza, případně komparace atp.	1 člh	NR				0.0			
Dotazníkové šetření (DŠ)	DŠ typ 1	Dotazníkové šetření se zpravidla 25-35 otázkami, přičemž Zadavatel předpokládá, že počet otázek v dotazníku nepřesáhne 50 (z nichž max. 1/5 budou tvořit otevřené otázky) + otázky na soc. dem. charakteristiky (zpravidla cca 12 otázek). DŠ (často jako pre test/post test kampaně či komunikačního nástroje, pro provedení A-B testování, analýzu a tvorbu person, získání laického názoru na web, příp. zahrnutí NPS atp.) na požadovaném vzorku (vzorek vyjádřen jako počet požadovaných responzí, tj. počet respondentů, kteří odpověděli) široké/internetové populace 15+/18+ metodou CAWI, resp. CASI, příp. CATI, pro došetření, nepodaří-li se Dodavateli naplnit požadované kvóty metodou CAWI (reprezentativní vzorek dle pohlaví, věku, vzdělání, regionu NUTS2, velikosti místa bydliště); kvóty pro pohlaví, věk, vzdělání a velikosti obce budou použity dle aktuálních údajů z Českého statistického úřadu; vč. přípravy dotazníku (dotazník je zpravidla připraven, pouze je doplňován, upravován, příp. aktualizován), úpravy dotazníku dle připomínek Zadavatele, případně ad hoc potřeb během realizace DŠ, naprogramování dotazníku, oslovení respondentů a sběr dat od respondentů, základní analýza dat, vytvoření datasetů a tabulek s relativními četnostmi, vyznačenými statisticky významnými rozdíly atp.; sběr dat probíhá zpravidla 2-3 týdny	počet respondentů	800 respondentů				0.0			
	DŠ typ 2		počet respondentů	1000 respondentů				0.0			
	DŠ typ 3		počet respondentů	1500 respondentů				0.0			
	DŠ typ 4		počet respondentů	3000 respondentů				0.0			
	NR		počet respondentů	navýšení DŠ daného typu o dodatečných 100 respondentů				0.0			
	DŠ typ 5		počet respondentů	do 50 respondentů				0.0			
	DŠ typ 6		počet respondentů	do 200 respondentů				0.0			
	NR		počet respondentů	navýšení DŠ daného typu o dodatečných 10 respondentů				0.0			
Fokusní skupina či diskusní skupina/diskusní workshop (FG)	Prezenční FG	Fokusní skupina (či diskusní skupina/diskusní workshop) pro cca 6-8 osob pro prezenční podobu, resp. 5-6 osob pro online podobu, vedená zkušeným moderátorem dle předem připraveného scénáře v délce cca 1,5 - 2 hodiny, a to vč. přípravy scénáře FG (resp. WS), případných úprav scénáře ve vazbě na připomínky Zadavatele, oslovení a zajištění účasti odpovídajícího složení FG (příp. WS), provedení FG (příp. WS) ve vlastních/zajištěných prostorách, resp. prostřednictvím vhodného online nástroje/online platformy, analýzy získaných informací, vytvoření anonymizovaného zápisu z FG či jiných výstupů (zejm. pro WS); vč. využití případných potřebných pomůcek (flip chart, post-it atp.), technologií	počet účastníků	prezenčně 6-8 účastníků				0.0			
	Online FG		počet účastníků	online 5-6 účastníků				4.0			
Hlubkový individuální (polostrukturovaný) rozhovor (IDI)	Prezenční IDI	Hlubkový individuální (polostrukturovaný) rozhovor s předem definovaným subjektem, resp. zástupcem subjektu (např. zástupci cílových skupin, článků implementační struktury atp.) vedený zkušeným tazatelem dle předem připraveného scénáře v délce cca 45-90 minut, a to vč. přípravy scénáře IDI, případných úprav scénáře ve vazbě na připomínky Zadavatele, oslovení a zajištění účasti účastníka rozhovoru, provedení IDI ve vlastních/zajištěných prostorách, resp. prostřednictvím vhodného online nástroje/online platformy, telefonicky (metodou CATI), základní analýzy získaných informací, vytvoření anonymizovaného zápisu z IDI	1 rozhovor	prezenčně				0.0			
	Online IDI		1 rozhovor	online				0.0			
	Telefonický IDI		1 rozhovor	telefonicky				0.0			
Expertní panel	Expertní panel	Vhodně sestavená skupina min. 3 expertů vzhledem k probíranému tématu (experti mající hluboké znalosti problematiky komunikace a publicity se zaměřením na fondy EU, k nástrojům komunikace, např. propagační materiály, tisky atp.), expertní panel bude probíhat dle předem definovaných kroků (scénáře), využity mohou být rozhovory s experty i společné diskuse, a to včetně přípravy expertního panelu, provedení jednotlivých kroků, základní analýzy získaných informací, vytvoření písemného výstupu z expertního panelu	1 expertní panel	NR				0.0			

