



Telefon: [REDACTED]
Vyřizuje: [REDACTED]

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

Objednatel:

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

Poskytovatel:

IBRS - International Business & Research Services s.r.o.
se sídlem: Dubečská 6, 100 00 Praha 10
zástupce: [REDACTED] 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 4/2025 a příslušné Nabídky Poskytovatele, objednáváme zajištění evaluace s názvem **Vyhodnocení komunikace brandu DotaceEU**

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

3. CENA SLUŽEB

Celková cena objednávky nepřesáhne: 359 975,00 Kč včetně DPH

Rozpočtová skladba:
SR: 366100/5166/149/56, EU: 366100/5166/150/56
EDS/SMVS: 117V661000006

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

Hlavním cílem evaluace je popsat potřeby níže specifikované cílové skupiny, vyhodnotit účelnost (effectiveness) a účinnost (efficiency) vybraných komunikačních aktivit brandu DotaceEU a navrhnout konkrétní kroky pro jejich zlepšení.

Cílová skupina brandu DotaceEU, resp. podskupiny:

Odborná veřejnost	Žadatelé a příjemci	Potenciální žadatelé
- Subjekty zapojené do implementace fondů EU (zejména řídicí orgány, zprostředkující subjekty) - Hospodářští a sociální partneři (asociace, NNO apod.) - Politická reprezentace	- Žadatelé o dotace - Příjemci dotací - Projektoví manažeři - Zástupci obcí a měst - Podnikatelé a firmy - Neziskové organizace	Zástupci subjektů shodného výčtu jako přechozí sloupec, jen s tím rozdílem, že nežádali o podporu z fondů EU, ale patří mezi oprávněné subjekty (tj. subjekty, které by žádat mohly).



▪ Regionální a místní orgány státní správy a samosprávy ▪ Akademická sféra (výzkumní pracovníci, univerzity)	▪ Akademická sféra (výzkumní pracovníci, univerzity) ▪ Státní správa a veřejné instituce ▪ Účastníci seminářů Eurocenter	
--	--	--

Vyhodnocení se zaměří na:

- analýzu a následný popis cílové skupiny, resp. podskupin s definicí jejich potřeb ve vztahu ke komunikačnímu obsahu a formě,
- analýzu vybraného informačního obsahu brandu DotaceEU zpracovávaného MMR-NOK včetně zpětné vazby vzhledem k potřebám cílové skupiny a
- formulaci doporučení k vlastnímu obsahu a formě zpracování informačního obsahu brandu DotaceEU.

Vyhodnocení bude provedeno na dvou úrovních:

I. Obecné otázky:

- a) Jak a kde cílová skupina (resp. podskupiny) vyhledává informace o dotacích/fondech EU?
- b) Jaké informace cílová skupina (resp. podskupiny) preferuje/potřebuje? Jaké informace jí (resp. jim) chybí?
- c) Jaký způsob zpracování informací cílová skupina (resp. podskupiny) preferuje? Jaké formáty a kanály jsou pro ni (resp. ně) nejefektivnější?
- d) Ti, kteří hledají informace, a nevědí, kde začít – co potřebují, co by jim pomohlo, jaké mají bariéry?
- e) Ti, kteří již dotace čerpají – co je zajímavá? zajímavá je inspirace a sdílení zkušeností?
- f) Za jak významnou bariéru považují žadatelé a příjemci, příp. potenciální žadatelé, nedostatek potřebných informací o dotacích /fondech EU, případně motivujících informací? Jaké informace jsou z tohoto pohledu považovány za potřebné či užitečné?
- g) Jak moc žadatelé a příjemci a potenciální žadatelé znají a vědí o nabídce regionálních kanceláří v regionech (spontánní a podpořená znalost: Eurocentra vs. pobočky CRR, SFŽP, API apod.)

II. Vyhodnocení konkrétních komunikačních aktivit brandu DotaceEU

Hodnocena bude účelnost, účinnost, srozumitelnost, užitečnost a vhodnost níže specifikovaných komunikačních aktivit brandu DotaceEU z pohledu cílové skupiny, resp. podskupin. Výsledkem hodnocení bude návrh konkrétních úprav a kroků pro zlepšení.

- a) [Podcast Evropské fondy](#)
- b) [FB DotaceEU](#)
- c) [LinkedIn DotaceEU](#)
- d) Emailový newsletter DotaceEU
- e) Tištěné letáky (výběr: leták pro Fitta)
- f) Tištěné/pdf publikace (konkrétně [Abeceda fondů EU](#) – Je žádoucí připravit podobnou publikaci i pro připravované programové období 2028+? O jaký typ publikace/informací v podobě publikace by měla cílová skupina zájem? Je nezbytná tištěná podoba publikace, nebo by byl dostačující elektronický/pdf formát?)

Metody:

Pro naplnění cíle hodnocení bude proveden kvalitativní výzkum, a to prostřednictvím sady **35 online hloubkových individuálních rozhovorů (Online IDI)**, které budou provedeny se zástupci cílové skupiny, resp. podskupin.



Objednatel předpokládá níže uvedené zastoupení jednotlivých podskupin cílové skupiny. Finální zastoupení jednotlivých podskupin může být po dohodě Objednatele a Poskytovatele dle potřeb upraveno, stejně tak může po dohodě dojít k úpravě potřebné součinnosti při výběru osob/subjektů.

- Odborná veřejnost – 10 IDI – Ve výběru budou zahrnuti alespoň 4 zástupci řídicích orgánů; Objednatel poskytne Poskytovateli potřebnou součinnost při tipování a získávání kontaktů pro rekrutaci.
- Žadatelé a příjemci – 13 IDI – Objednatel poskytne Poskytovateli seznam kontaktů pro výběr respondentů (*Důvěrné informace dle čl. 15 Rámcové dohody*); seznam by měl být cca 8x větší, než je požadovaný vzorek, tzn. 8x13 = 104 kontaktů, kontakty budou obsahovat název a typ subjektu, jméno kontaktní/zodpovědné osoby a její telefon/email; konkrétní nastavení výběru bude upřesněno ve spolupráci Poskytovatele a Objednatele.
- Potenciální žadatelé – 12 IDI – Rekrutaci respondentů provede Poskytovatel na základě veřejně dostupných zdrojů, Objednatel poskytne potřebnou součinnost, a to ve formě ověření, zda daný subjekt již žádal/získal dotaci (např. podle IČO).

Objednatel poskytne i další potřebnou součinnost při rekrutaci (např. průvodní email o realizaci průzkumu na vybrané kontakty).

Výstupy:

- **Závěrečná zpráva obsahující i manažerské shrnutí zpracovaná v podobě prezentace** (PowerPoint, PDF) - Závěrečná zpráva bude obsahovat výsledky analýzy cílové skupiny, vč. jejích potřeb, zpětnou vazbu na určené komunikační aktivity brandu DotaceEU reflektující potřeby cílové skupiny, odpovědi na stanovené otázky a doporučení k úpravám obsahu i formě komunikačních aktivit brandu DotaceEU.
- **Scénář/e k IDI** (ve formátu .doc/.docx)
- **Anonymizované zápisy z IDI** (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. 4/2025:

Předpokládaný harmonogram a závazný termín od 1. dubna 2025, příp. ode dne nabytí účinnosti objednávky, dojde-li k tomu po 1. dubnu 2025	Činnost/Výstup
1.-2. týden	Sestavování seznamu pro výběr respondentů – komunikace s Objednatelem, hledání ve veřejných zdrojích, součinnost Objednatele při tvorbě seznamu kontaktů atp.
3.-4. týden	Příprava scénářů pro IDI, úpravy scénářů ve vazbě na připomínky Objednatele, rekrutace pro IDI.
5.-7. týden	Realizace IDI – sběr dat, příprava anonymizovaných zápisů z IDI.
8.-9. týden	Analýza dat, jejich interpretace, příprava návrhu závěrečné zprávy.
9. týden	Odevzdání návrhu závěrečné zprávy.
10.-11. týden	Osobní prezentace pro Objednatele, diskuse závěrů 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 dnů**. 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 dnů**. Poskytovateli k úpravě/doplnění. Poskytovatel se zavazuje **nejpozději do 3 pracovních dnů** 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 ponížíze 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 ponížena (včetně vyčíslení této částky v Kč), uvede Objednatel v akceptačním protokolu v souladu s tímto odstavcem. V případě akceptace s výhradou a ponížením 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 4/2025 a jmenného seznamu příslušné Nabídky:

_____ – account manager

_____ metodik/analytik

_____ – expert na mediální strategie

_____ – technická podpora týmu (moderátor FG), činnosti jsou součástí realizace metody sběru dat (v souladu se smlouvou jde o činnosti naceněné v rámci aplikace metody sběru dat, nedokládají se k nim výkazy / nejsou nárokovány člověkohodiny).

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:

14.03.2025 11:21

ředitelka odboru projektového řízení

Digitally signed by

Akceptace objednávky Poskytovatelem

Date: 2025.03.14

12:53:38 +01'00'

datum, jméno a příjmení, podpis
Poskytovatele

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

[illegible]

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
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			0,0				
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			35,0				
	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				
Situační testování (ST) (testovací návštěvy, testovací telefonáty, testovací mail/jiná písemná komunikace, tj. vč. online mystery) pro ověření	ST-Testovací návštěva	Situační testování, tj. testovací návštěvy (mystery shopping) a testovací telefonáty (mystery calling, příp. testovací mail/jiná písemná komunikace, tj. vč. online mystery) pro ověření	1 testovací návštěva	osobně			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				
testovací telefonáty, testovací maily či jiná písemná komunikace)	ST-Testovací telefonát	funkčnosti dané služby, a to včetně přípravy scénáře testování, provedení testování, analýzy získaných informací, vytvoření zápisu z testování	1 testovací hovor	telefonicky, příp. mailem (či jinou písemnou cestou)				0,0							
Sběr dat o funkčnosti uživatelského rozhraní IT/webových aplikací, TV spotů, online videí, streamovacích videí, tisku (printu), brandu atp.	Sběr dat o funkčnosti uživatelského rozhraní ad.	Sběr dat o funkčnosti uživatelského rozhraní IT/webových aplikací, testování webu, spotů, tisku, brandu atp., a to vč. využití např. eye tracking (možný jako webcam-based eye tracking), user tracking, facal coding, emoční diagnostiky atp., a to pro konkrétní vybraný komunikační nástroj - realizace s využitím potřebné technologie a případného doplňujícího rozhovoru se subjektem, a to vše včetně přípravy testování a jeho vyhodnocení a záznamů/shrnutí z testování za jednotlivé subjekty	1 TV spot (cca 30 sekund)	NR				0,0							
			1 TV spot (cca 1-3 min)	NR				0,0							
			1 online video (cca 5-15 sekund)	NR				0,0							
			1 krátké streamovací video	NR				0,0							
			1 webová stránka	NR				0,0							
			1 print (zpravidla 2strana v tisku)	NR				0,0							
			Specifické výstupy												
Osobní prezentace - představení závěrů Zadavateli	Prezentace	Dodavatel představí hlavní závěry, zjištění a doporučení Zadavateli, případně dalším Zadavatelem určeným osobám, a to prostřednictvím předem připravené PowerPointové prezentace. Prezentace s možností diskuse v rozsahu cca 1-1,5 hodiny. Prezentace proběhne prezenčně v prostorech zajištěných Zadavatelem, případně online dle dohody mezi Zadavatelem a Dodavatelem.	1 prezentace	prezenčně/ online				1,0							
								Celková nabídková cena za realizaci zadání v Kč včetně DPH dle Výzvy k dílčímu plnění		359 975,00 Kč					