

2. Zasedání pracovní skupiny pro MSK

Havířov, 20. října 2011

Informační kampaň ke zlepšení kvality ovzduší v Moravskoslezském kraji s podporou OPŽP“

Ministerstvo životního prostředí
České republiky

Ministerstvo životního prostředí
Vršovická 65, 100 10 Praha 10
Česká republika

www.mzp.cz



Vývoj

- Závazek realizovat informační kampaň ke zlepšení kvality ovzduší v MSK s podporou OPŽP vyplývá z Akčního plánu pro rok 2011
- Zadáním pro budoucí realizátory je spalování odpadů a používání nekvalitních paliv v nevyhovujících a zastaralých kotlích v domácnostech a jejich negativní vliv na zdraví lidí.
- Kampaň financována z evropských zdrojů (OPŽP), pro tyto účely bylo alokováno 7 mil korun.
- Tendre vyhlášen v srpnu 2011. Uzávěrka pro podání nabídek byla stanovena na termín 9. září v 10.00 hod.
- Do výběrové komise byli pozváni i zástupci za SMK.



Průběh výběrového řízení

zadávací dokumentace

	Kritérium	Váha dílčího kritéria
a	Cenová nabídka	40%
b	Míra naplnění komunikačních cílů a relevance kreativního obsahového návrhu konceptu kampaně. Způsob zajištění předmětu plnění. Míra zásahu cílové skupiny obyvatel	20%
c	Kreativita návrhu	30%
d	Kvalita realizačního návrhu	10%



Průběh výběrového řízení

způsob hodnocení

- V rámci dílčího kritéria A (cena) byla hodnocena nabídková cena bez DPH a v korunách
- V rámci dílčího kritéria B (zajištění předmětu plnění) byly hodnoceny strategie oslovení cílové skupiny, vhodnost konceptu komunikačního sdělení a relevance zvoleného mediamixu. Povinným požadavkem bylo jednoznačné popsání nasazení jednotlivců v rámci pracovního týmu dodavatele a techniky v průběhu realizace kampaně.
- V rámci dílčího kritéria C (kreativita) byl hodnocen návrh vizuálního stylu kampaně, vizualizace pro inzerci a outdoorové aktivity, originál a nápaditost.
- V rámci dílčího kritéria D (realizace) se hodnotily volby komunikačních nástrojů a struktura kampaně jako celku.



Průběh výběrového řízení

- Do konce lhůty podání (9.9.2011 10.00) se sešlo celkem 7 nabídek
- **Výběrová komise se nad otevíráním obálek sešla 9.9.2011 ve 13.00**
- Všechny podané nabídky byly následně zkontrolovány z hlediska základních, profesních, ekonomických, finančních a technických kvalifikačních předpokladů
- Z důvodu nesplnění jednoho ze základního ekonomicko-finančního předpokladu musela být následně vyřazena jedna nabídka. Ve výběrovém řízení tak pokračovalo 6 uchazečů.
- **Z těch vybrala výběrová komise na svém jednání 3.10 vítěze – agenturu Kristián.**



Realizátor informační kampaně

Cíle kampaně

- přimět dotčené k zamyšlení nad tím, jak „já mohu přispět k tomu, aby se ovzduší zlepšilo“ a zároveň se přestat odkazovat na to, že „já určitě svým způsobem topení nic nezhoršuji, za to mohou továrny“.
- Jako marketingové nástroje budou využity eventové akce, masmediální komunikace, PR a odborné semináře.



Základní kreativní prvek kampaně

- Kampaň založena na zviditelnění zdravotních důsledků znečišťování ovzduší.
- Výzva k veřejnosti: pokud se současnou situací nebudeme nic dělat, dojde k absurdní situaci, kdy už pro pouhé nadechnutí čistého vzduchu budeme potřebovat inhalátor.
- Ten je tak hlavním komunikačním kreativním prvkem.



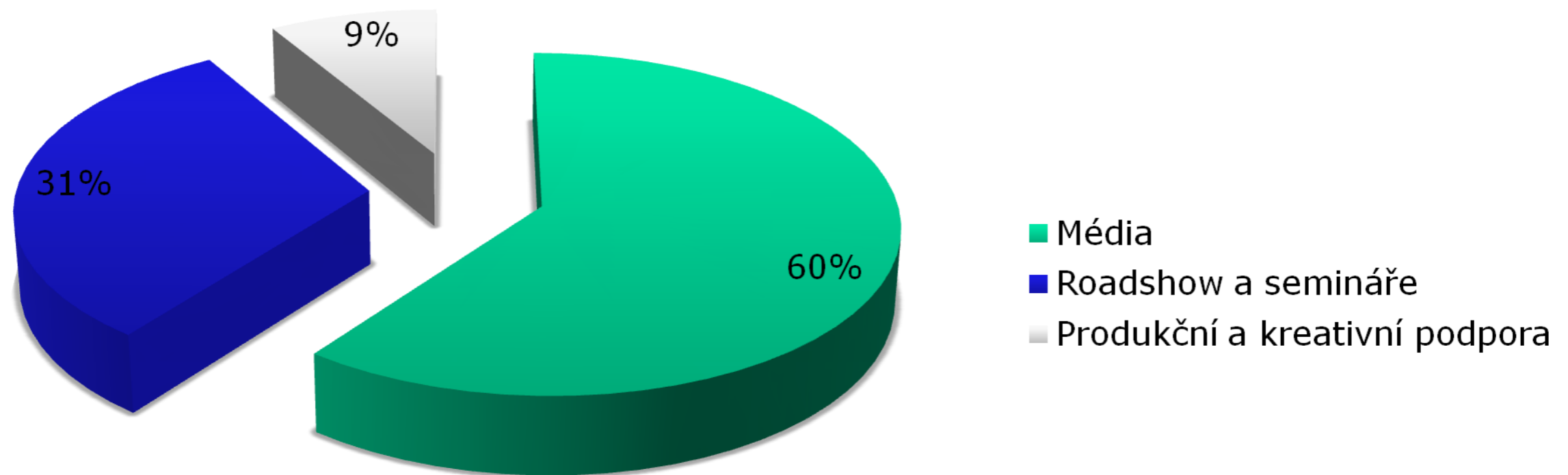
Ministerstvo životního prostředí
České republiky

Ministerstvo životního prostředí
Vršovická 65, 100 10 Praha 10
Česká republika

www.mzp.cz



Rozložení investic kampaně

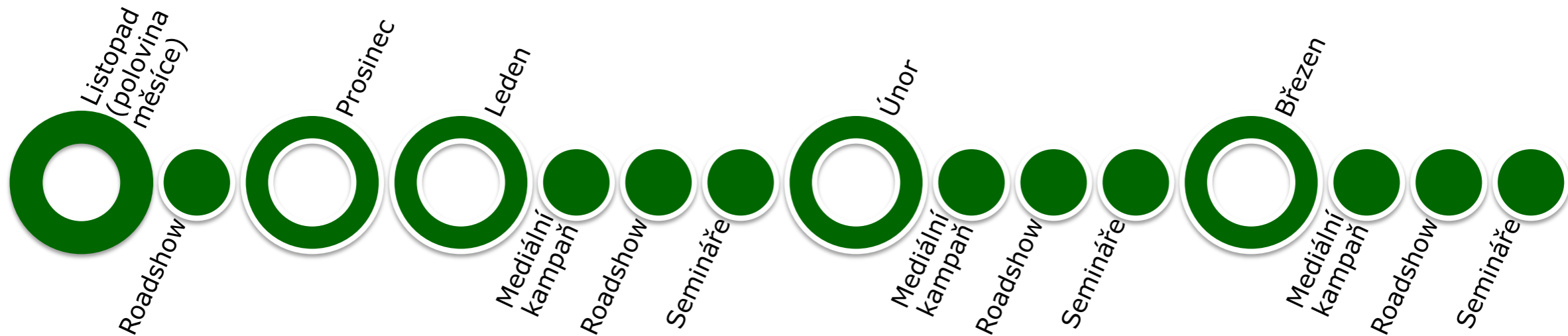


Výkon kampaně

- Celková hodnota kampaně
 - **5 600 000 Kč**
- Předpokládaný zásah kampaní
 - **Cca 1,4 mil obyvatel** bude sdělením zasaženo v průměru **8 x**



Timing kampaně



- Kampaň začne v polovině listopadu, pokračuje první vlnou roadshow a PR. V prosinci bude komunikace utlumena s ohledem na vánoční svátky
- Od ledna bude do konce března pokračovat kontinuální kampaň zahrnující masmediální komunikaci, další části roadshow, PR a sérii odborných seminářů



Děkuji Vám za pozornost

Ministerstvo životního prostředí
České republiky

Ministerstvo životního prostředí
Vršovická 65, 100 10 Praha 10
Česká republika

www.mzp.cz

