



Váš dopis zn.: JMK 28833/2026
Ze dne: 17.02.2026
Č. j.: JMK 29005/2026 Profil zadavatele
Sp. zn.: S – JMK 24614/2026 OTM
Vyřizuje: Ing. Adámková
Telefon: 541 658 891
Počet listů: 1
Počet příloh/listů: 0/0
Datum: 19.02.2026

Vysvětlení zadávací dokumentace č. 1
k veřejné zakázce „Návrh strategie komunikační kampaně Podpora pěstounství
v Jihomoravském kraji“

Informace o zadavateli:

Název: **Jihomoravský kraj**
Se sídlem: **Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno**
IČO: **708 88 337**

Informace o veřejné zakázce:

Název veřejné zakázky: **„Návrh strategie komunikační kampaně Podpora pěstounství**
v Jihomoravském kraji“
Druh veřejné zakázky: veřejná zakázka malého rozsahu na služby
Systémové číslo VZ: **P26V00000585**

Dne 17.02.2026 byla zadavateli prostřednictvím elektronického nástroje zadavatele E-ZAK doručena žádost o vysvětlení zadávací dokumentace s č. j. JMK 28833/2026 dle přesného znění níže.

Znění žádosti o vysvětlení zadávací dokumentace, č. j. JMK 28833/2026:

1. Je nákup médií součástí této zakázky – tedy se musí vejít rovněž do částky 500 000 Kč bez DPH nebo je vyčleněn zvlášť a případně v jaké výši?
2. Je součástí plnění rovněž případná videoprodukce, pokud bude nutná pro účely kampaně?
3. Je možné odevzdat řešení ve formě prezentace při zachování rozsahu 5 normostran (cca 9 000 znaků), což při běžné hustotě textu odpovídá maximálně zhruba 20 slidům?
4. Existují již nějaké podklady, výzkumy, širší data o cílové skupině, které mohou být zadavatelem poskytnuty?

5. Je možné pracovat s reálnými pěstouny/ příběhy (samozřejmě anonymizované), nebo preferujete modelové situace? (na webu vidíme, že jsou citace reálných pěstounů)
6. Existuje již brandmanuál/logomanuál JMK, který je třeba respektovat?
7. V Případě prokázání technické kvalifikace – bodu 8.3 - jedná se obecně o marketingovou kampaň, která byla realizována účastníkem napříč obory ať už v soukromém nebo veřejném sektoru?

Zadavatel v souladu se čl. 14 Části I. Podmínky výběrové řízení poskytuje následující vysvětlení zadávací dokumentace.

Vysvětlení zadavatele:

1. Nákup médií není součástí této veřejné zakázky, bude vyčleněn zvlášť a v tuto chvíli není známa konkrétní částka na danou položku kampaně. Zadavatel očekává dodání návrhu strategie komunikační kampaně, samostatná kampaň bude mít svůj vlastní rozpočet.
2. Součástí plnění není případná videoprodukce. Zadavatel očekává dodání návrhu strategie komunikační kampaně, samostatná kampaň bude mít svůj vlastní rozpočet.
3. Ano, zadavatel připouští řešení ve formě prezentace při zachování rozsahu 5 normostran (cca 9 000 znaků), což při běžné hustotě textu odpovídá maximálně zhruba 20 slidům.
4. Zadavatel nemá k dispozici podklady, výzkumy, širší data o cílové skupině.
5. Záleží na účastníkovi, pro jakou formu se rozhodne, zadavatel připouští obě varianty.
6. Ano, Jihomoravský kraj (JMK) má zpracovaný logomanuál: <https://jmk.brandcloud.pro/link/JtJyEPBp>. Zadavatel požadujeme jeho respektování při návrhu kampaně. Účastník by měl vycházet z komunikačních linek JMK (symbol, logo, písmo, práce s barvami), ale nikoli je kopírovat. Cílem je zachovat vizuální kontinuitu značky a zároveň přinést vlastní kreativní řešení.
7. Ano, splnění technické kvalifikace dle bodu 8.3 Části I. Podmínky výběrové řízení může účastník prokázat obecnou marketingovou kampaní, která jím byla realizována napříč obory, a to jak v soukromém, tak ve veřejném sektoru.

S pozdravem

Ing. Inka Růžičková

vedoucí odboru tiskových věcí a marketingu

Krajského úřadu Jihomoravského kraje