

Vážený pan

**prof. MUDr. Vlastimil Válek, CSc.**

ministr zdravotnictví ČR

Palackého nám. 375,

128 00 Nové Město

**FORUM 24**

# PROTEST

## **proti výběrovému řízení vyhlášenému ministerstvem zdravotnictví na poskytování reklamních a marketingových služeb na podporu očkování**

(Podnět adresovaný Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže k prošetření výběrového řízení ministerstva zdravotnictví / Žádost o zastavení výběrového řízení vyhlášeného MZ ČR.)

Ministerstvo zdravotnictví České republiky zveřejnilo dne 11. 7. 2022 vyhlášení výběrového řízení na poskytování reklamních a marketingových služeb na podporu očkování. Řízení je rozděleno na dvě části:

- 1) Strategie, koordinace, realizace a produkce
- 2) Plánování a nákup mediálního prostoru

Hodnota zakázky je v první části 8 mil. a v druhé části 30 mil. korun.

Částka v první části je podle našeho soudu nesmyslně vysoká, ale to není jádrem protestu. Ten se týká druhé části, tedy plánování a nákupu reklamního prostoru.

Podle platného zákona o veřejných zakázkách (paragraf 36) nesmí být podmínky ve výběrovém řízení „stanoveny tak, aby určitým dodavatelům zaručovaly konkurenční výhodu nebo vytvářely neodůvodněné překážky hospodářské soutěže“.

Výběrové řízení ministerstva zdravotnictví je ovšem formulováno tak, že se jej může zúčastnit pouze agentura specializovaná na nákup reklamního prostoru v médiích. Výběrového řízení se naopak nemohou zúčastnit média, v nichž má být komunikace realizována. Zatímco je pravým obsahem státní zakázky oslovení veřejnosti, jež provádějí v oblasti televize, tisku a on-line firmy provozující média, ministerstvo zdravotnictví vyhlašuje zakázku pouze na firmy působící v oblasti reklamy a stanovuje jim pouze cenová kritéria za množství oslovených příjemců sdělení. Stát zde sice bude ve velkém objemu nakupovat reklamní prostor v médiích, ale médiím znemožňuje účast v soutěži. V podstatě vypisuje tendr na rozdělovače státních prostředků, nikoli tendr na vlastní reklamní komunikaci.

Agentury, které provádějí nákupy médií, upřednostňují nákup reklamního prostoru u takových mediálních domů, s nimiž mají uzavřené bonusové smlouvy, díky nimž jim média vrací část utracených peněz za dosažení stanoveného objemu. Tím jsou diskriminovaná média, s nimiž agentury bonusové smlouvy nemají.

Máme za to, že naše internetové médium FORUM 24 a printové médium Týdeník FORUM jsou diskriminovány způsobem zadání výběrového řízení ministerstvem zdravotnictví, neboť nemáme možnost nabídnout svůj reklamní prostor pro státní reklamní kampaň a specializované agentury nemají žádnou motivaci danou zadavatelem u nás reklamní prostor nakoupit.

Normy platné v celé Evropské unii vedou členské státy k tomu, aby u státních zakázek v oblasti inzerce a reklamy uplatňovaly hledisko široké plurality médií. Tím má být dosaženo zejména toho, aby státní prostředky nekončily u úzké skupiny nejsilnějších hráčů na trhu. Cena za oslovení stanoveného počtu oslovených osob přitom může být při výběru řady méně silných médií nižší při stejném zásahu.

V rozporu s dobrými mravy i demokratickými principy je také to, že reklamní agentura, která tuto zakázku získá, může nakupovat reklamní prostor v médiích, jejichž konečnými vlastníky jsou aktivní politici. Jestli k tomu dojde, pak se bude jednat o porušení zákona.

Zásadní pochybení ministerstva zdravotnictví spočívá v tom, že

- a) neumožňuje mediálním firmám, jež vlastní reklamní prostor, aby se výběrového řízení zúčastnily,
- b) nezabezpečilo, aby reklamní agentury musely na základě zadání zabezpečit širokou pluralitu médií vybraných do kampaně,
- c) nestanovilo, že naopak mediální prostor nemůže být nakupován u mediálních firem, jejichž konečnými vlastníky jsou aktivní politici a nacházejí se proto v konfliktu zájmů.

Pevně věříme, že výběrové řízení bude v druhé části (plánování a nákup reklamního prostoru) zrušeno a vyhlášeno nově tak, aby zadavatel státní zakázky zabránil diskriminačním praktikám a zabezpečil uplatnění principu široké plurality médií, u nichž bude reklamní prostor nakoupen. Také pevně věříme, že stát nebude utrácet veřejné prostředky ve firmách vlastněných aktivními politiky.



Pavel Šafr  
statutární ředitel FORUM 24 a.s.

V Praze dne 2. srpna 2022