

## TISKOVÁ ZPRÁVA

Praha, 4. října 2021

### **APA se připojila k iniciativě Férový tendr. Chce zkvalitnit vypisování tendrů v oblasti audiovizuální produkce**

**Iniciativa Férový tendr, kterou spravuje Asociace komunikačních agentur (AKA), do svých řad přivítala nového partnera. Stává se jím Asociace producentů v audiovizi (APA), jejímž cílem je upřesnit a sjednotit pravidla pro zadávání marketingových a reklamních tendrů v oblasti audiovizuální produkce.**

Asociace producentů v audiovizi (APA) se připojuje k iniciativě Férový tendr. Ta je souborem doporučení a pravidel, která mají za cíl zlepšit kvalitu a efektivitu výběru dodavatele při výběrových řízeních v oboru komunikace. Na důkladném výběru vhodných principů se podílí Asociace komunikačních agentur (AKA), která disponuje dlouhodobou znalostí agenturního i klientského prostředí.

*„Jsme moc rádi, že mezi sebou můžeme přivítat nového partnera. APA se na nás obrátila s prosbou o pomoc s nastavením pravidel pro vypisování tendrů v oblastech, ve kterých jejich členské produkce podnikají. Společně jsme proto vytvořili soubor 8 základních doporučení, kterými by se agentury při tendrování dodavatelů měly řídit,“* vysvětluje ředitel Asociace komunikačních agentur Marek Hlavica.

*„Způsob zadávání tendrů českých reklamních zakázek nás dlouhodobě trápí. Kvalita je velmi různorodá a často tak naši členové čelí zadáním, která jsou, dle našeho názoru a dlouhodobé praxe, vypsána neefektivně a dochází tak k velkému plýtvání energie jak na straně produkce a režiséra, tak na straně agentury. Proto jsme velmi uvítali, že nás iniciativa Férový tendr přijala pod svá křídla, a že se nám společně podařilo sestavit tato doporučení. Veříme, že budou základním kamenem k zásadnímu zkvalitnění reklamních tendrů směřujících do AV produkcí,“* dodává výkonná ředitelka Asociace producentů Magdaléna Králová.

#### **Cíle iniciativy se postupně daří plnit**

Iniciativa Férový tendr od svého založení v roce 2017 pomáhá zadavatelům i agenturám zkvalitňovat a zefektivňovat výběrová řízení. Nastolená pravidla snižují počet zrušených tendrů a naopak zvyšují kvalitu vzájemné spolupráce. Od svého založení získala iniciativa téměř 100 partnerů z řad oborových asociací, agentur i firem, které se danými doporučeními řídí.

*„Na základě informací od našich partnerů víme, že Férový tendr pomáhá. Je to vlastně jediný uznávaný standard trhu stran výběrových řízení. Teď začínáme definovat standardy i pro specifické oblasti komunikačního trhu, jako je například audiovizuální produkce. Základní principy se nemění, dochází však k doplnění specifických oblastí. Dostáváme se tak i na pole, kde zadavatelem ve smyslu Férového tendru mohou být také sami komunikační agentury. Spolupráce s filmovými producenty je první, ale stejně tak je možné se dopracovat ke standardům výběru tiskových služeb, DTP studií a dalších služeb. Partnerství s APA má v tomto ohledu průkopnický charakter,“* říká Hlavica.

Jedním z nejdůležitějších cílů iniciativy je snížení zbytečných nákladů trhu, které chybným vypsáním tendrů vznikají. *„V oblasti full servisových komunikačních služeb máme zmapovány průměrné náklady na podání nabídky a ty se pohybují okolo 300 tisíc korun. Jsme si vědomi toho, že i u specializovaných komunikačních disciplín jsou finanční náklady, vložená energie a invence vysoké. Považujeme tedy za férové chovat se ke svým dodavatelům stejně, jako bychom chtěli, aby se klienti chovali k nám. A jde*

*samozřejmě i o racionální důvody, kterými jsou náklady na straně zadavatele (ať už je jím koncový klient nebo agentura), které při neefektivním tendru vznikají. Jde zejména o čas zaměstnanců, který může být místo nekoncepčního tendru s desítkou neporovnatelných nabídek věnován smysluplnější práci,*“ říká členka prezidia AKA Lucie Češpivová.

## **8 postupů pro efektivní tendr AV produkce**

Doporučené postupy se týkají osmi pravidel, mezi které patří například snížení počtu režisérů, kteří budou do tendru pozváni. Dále pak dostatek času na zpracování kvalitní nabídky, a také poskytnutí odůvodněné zpětné vazby, kterou produkce často neobdrží. Hlavním cílem celé spolupráce je sjednotit pravidla reklamních tendrů tak, aby v budoucnu nebylo do produkcí zadáváno nic, co není řádně připravené a neplýtvalo se zbytečně energií a časem jak režisérů, tak produkčních společností a agentur.

*„Pro naše režiséry je každý reklamní tendr nejen časově, ale i emočně a kreativně velmi náročný, pokud do něj mají jít naplno. Proto je pro ně práce na zbytečných tendrech velmi vyčerpávající a demotivující. Veříme, že díky dodržování těchto osmi pravidel, se nám společně podaří to, že hlavní rozdíl uvidí záhy zejména sami klienti, kterým se tak budou dostávat do ruky daleko zajímavější a kvalitněji připravené režisérské treatmenty,*“ vysvětluje producentka a místopředsedkyně APA Petra Ondřejková.

### **O AKA**

AKA – Asociace komunikačních agentur je výběrová organizace nejvýznamnějších subjektů v oblasti komerční komunikace sdružující mediální, reklamní, CRM a marketingové agentury. Jejím cílem je zajišťovat příznivé prostředí pro podnikání členů, budování dobrého jména oboru, odborné vzdělávání a podpora aktivit ke zvyšování profesionální úrovně odborníků na komunikaci. Rovněž dbá o etické standardy komerční komunikace prostřednictvím Rady pro reklamu, jíž je spoluzakladatelem.

### **O APA**

Asociace producentů v audiovizi (APA) byla založena v roce 1994 a sdružuje producenty a produkční společnosti jak z oblasti českého hraného, dokumentárního a animovaného filmu, tak z oblasti filmového servisu, reklamy a televizní tvorby. Hlavním cílem činnosti asociace je ochrana a prosazování zájmu producentů, jednání s profesními svazy, ochrannými autorskými organizacemi či orgány státní správy.

V současné době má APA 130 členů.

### **Kontakty pro média:**

**David Vondra**

+420 776 700 131

[david.vondra@insighters.cz](mailto:david.vondra@insighters.cz)