Tisková zpráva

**Revoluce na poli zadávání reklamních tendrů v ČR startuje v lednu 2025
s podporou téměř 100 režisérů a produkcí**

V červnu podepsané **Memorandum o férových podmínkách při zadávání tendru na výběr režiséra a produkce pro výrobu reklamního spotu** vzešlé z iniciativy **Asociace producentů v audiovizi (APA)** vejde v **účinnost 1. ledna 2025**. K počátku prosince 2024 jej podepsalo 98 reklamních produkcí a režisérů na českém trhu. Po sousedním **Německu**, kde férové a zpoplatněné tendrování vešlo v platnost už v lednu tohoto roku, je Česká republika další evropskou zemí, v níž dochází k modernizaci procesu zadávání a získávání reklamních zakázek. Tento trend se právě chystá následovat **Slovensko**, největší produkční společnosti působící v reklamním odvětví na slovenském trhu právě založily Asociáciu reklamných producentov.

**České memorandum shrnuje 11 pravidel férového tendrování**, ta nejdůležitější jsou: do tendru vstupují maximálně 3 režiséři, při zadávání tendru je známý rozpočet projektu, na vytvoření treatmentu nemá režisér a produkce méně než 5 pracovních dní, zadávají se pouze hotové a klientem schválené skripty, tendr je zadán transparentně – všechny poptané produkce mají stejné informace a znají jména všech oslovených režisérů, součástí procesu je tzv. pitch fee (částka, kterou klient platí za zpracovaní treatmentu a návrhu rozpočtu), výjimkou je tzv. single-bid (zpracování treatmentu pouze jedním režisérem). Respektování nových pravidel přivedlo letos do APA čtyři nové členy z oboru reklamní produkce, jedná se o nárůst o více než 20 procent v posledním roce. *„Čistě reklamních produkcí zabývajících se lokálním trhem bylo v APA začátkem tohoto roku osmnáct, v posledních letech do APA vstupovala maximálně jedna reklamní produkce ročně, vstup čtyř nových členů, konkrétně Old & Rich Production, Flux Films, WeAre productions a Advocado Films, ukazuje potřebu sjednotit se v pohledu na zadávání férových tendrů,“* **říká manažerka reklamní sekce APA Eva Dvořáková Peréz**.

Názorová shoda tak po podepsání Memoranda vyústila v založení nově vzniklé iniciativy **Sdružení reklamních režisérů (SRR** - [www.sdruzenireziseru.cz](http://www.sdruzenireziseru.cz)), které vzniklo letos v červnu a prosazuje kultivaci reklamního prostředí, nastavení férových a transparentních principů vyjadřujících respekt k odvedené práci, zkvalitnění dodané nabídky a zlepšení celého procesu tendrování na obou stranách.

„*Od ledna 2025 konečně začne platit dlouho očekávané pitch fee. Já osobně se už dlouhodobě neúčastním výběrových řízení, ve kterých jsou více než tři režiséři, protože to považuji za devalvaci a neúctu k naší práci. Stejně tak se od ledna budu účastnit pouze těch výběrových řízení, která respektují spravedlivé podmínky férového tendrování. Dává to absolutní smysl nejen pro režiséra, ale i pro všechny zúčastněné strany,“* **říká Roman Valent, reklamní režisér a jedna z hlavních tváří Memoranda a Sdružení reklamních režisérů.** Na nutnosti zadávání tendrů dle férových pravidel trvají i majitelé a výkonní ředitelé reklamních produkcí. **Pavel Picek z Armada Films poukazuje na legitimitu nových postupů**: „*Když nebudou zadavatelé respektovat pravidla férového tendru, tak se ho jednoduše nezúčastním. Vzhledem ke stupňujícím se požadavkům vedoucím k vypracování i více než třicetistránkových treatmentů režisérů a dalších do procesu zapojených kreativců považuji ohodnocení této práce za naprosto legitimní. Zásadním efektem pitch fee je i zodpovědnější přístup zadavatelů k tomu, kolik subjektů vypracováním treatmentu pověří.“* **Stejného názoru je i Klára Králíčková z produkce Stink Films**: *„Férový tendr pomáhá zlepšovat naše pracovní prostředí a vztahy, což je pro mě a pro Stink velmi důležité. Proto budeme vstupovat pouze do tendrů, které budou respektovat tato pravidla.“*

Respekt k férovémutendrování přichází také ze strany zadavatelů. **Dle vyjádření Mariana Kramaříka, Procurement Category Experta z T-Mobile Czech Republic a Slovak Telekom platí, že:** *„Po dohodě s našimi marketingovými leadery v obou zemích je na místě tyto iniciativy podporovat, snažíme se být férovým zadavatelem, a tak trochu i trendsettery na poli férového tendrování. To znamená, že budeme od roku 2025 poskytovat i pitch fee pro režiséry, kteří zakázku nevyhrají. V tuto chvíli pouze vedeme diskuse o jeho výši, aby to za nás bylo smysluplné i dlouhodobě udržitelné.“*

**Německo** se po zavedení stejné reformy konečně navrátilo i k počtu maximálně tří režisérů v jednom tendru. „*Před zavedením Pitch Standard 2.0 byli původně v jednom tendru čtyři režiséři, naše reforma směřovala k návratu standardu tří.* *V mnoha případech agentury využívají bezplatné chemistry calls (pozn. online hovory zjišťující vzájemnou chemii mezi režisérem a zadavatelem) až s pěti režiséry, z nichž poté vyberou tři nebo dokonce dva, které následně osloví k vypracování treatmentu. Někteří zadavatelé dokonce sami upozorňovali na zjednodušení vlastního procesu tendrování,“* **popisuje Claas Ortman, režisér a zakládajícího člen představenstva DRCT (Directors' Association for Commercial & Branded Content), asociace reklamních režisérů v Německu.** To za zadavatele **potvrzuje i Michael MacMillan, Head of Production agentury Anomaly pro celou Evropu**: *„Reforma otevřela příležitosti novým talentům, přinesla rozmanitost a celkově provětrala naše odvětví, které je nyní spravedlivější a dynamičtější.“*

**Na Slovensku** se mezitím inspirovali děním nejen v České republice, v létě 2024 i tam došli režiséři a producenti ke stanovení pravidel férového tendrování. Do nově vzniklé **Asociácie reklamných producentov** následně vstoupilo 12 největších produkčních společností působících na Slovensku, což předznamenává stejný vývoj jako v sousedním Německu a tuzemsku. „*Naše podmínky jsou velmi podobné jako v České republice, plus nás k tomu vede i pohyb v Evropě. České produkce i režiséři navíc fungují i na Slovensku a naopak,“* **říká první prezident asociace producentů a majitel produkce Protos Productions Michal Hlavačka.**Těchto 12 společností, které slovenská asociace sdružuje, pokrývá 70 procent slovenského trhu, zbytek tvoří české produkce, jako například Armada Films, Bistro Films a Boogie Films.

Doporučení pro Férový tendr představila v České republice poprvé **Asociace komunikačních agentur (AKA)** už v roce 2015, k čemuž se v roce 2021 připojila APA. AKA nyní vyjadřuje plnou podporu nové pitch reformě spojené s placenými tendry. „Vy*užívání pitch fee v oboru kreativní komunikace je prvkem ‚best practice‘ a má mnoho pozitivních dopadů na efektivitu a udržitelnost kreativní a tvůrčí práce,“* **dodává výkonná ředitelka AKA Kateřina Hrubešová***.* Tento vývoj jde ruku v ruce s konáním evropské asociace producentů **Commercial Film Producer of Europe (CFPE)**.

**APA – Asociace producentů v audiovizi
Kontakt 4PRESS**: Martina Reková, martina.rekova@4press.cz, +420 731 573 993, Klára Bobková, +420 731 514 462, klara.bobkova@4press.cz, Národní 28, Praha 1, [www.asociaceproducentu.cz](http://www.asociaceproducentu.cz)

**FÉROVÝ TENDR**

**respektuje tyto principy:**

1. Tendr je zadaný jen v případě zajištěného financování daného konceptu.
2. Tendrují se pouze schválené skripty.
3. Je známý přibližný rozpočet projektu.
4. Treatment píšou maximálně 3 režiséři.
5. Jména vybraných režisérů nejsou tajná.
6. Na zpracování treatmentu je nejméně 5 pracovních dní.
7. Součástí zadání je jasně stanovené pitch fee.
8. Pitch fee může odpadnout u single-bid projektů.
9. Součástí zadání je i jasné cancellation fee.
10. Režisér vždy dostane na treatment zpětnou vazbu.
11. Kreativní nápady zahrnuté v treatmentu jsou chráněným duševním vlastnictvím režiséra.

**Přehled režisérů a reklamních produkcí respektujících Férový tendr v ČR od ledna 2025:**
[www.sdruzenireziseru.cz/signatáři](http://www.sdruzenireziseru.cz/signat%C3%A1%C5%99i)