

INICIATIVA SDRUŽENÍ REKLAMNÍCH REŽISÉRŮ (SRR) A PRODUCENTŮ

MEMORANDUM O FÉROVÝCH PODMÍNKÁCH PŘI ZADÁVÁNÍ TENDRU NA VÝBĚR REŽISÉRA A PRODUKCE PRO VÝROBU REKLAMNÍHO SPOTU

(dále jen Memorandum)

Iniciativa sdružení reklamních režisérů (SRR) a producentů je iniciativou za zlepšení podmínek při zadávání reklamních tendrů, která je založená na dlouhodobé znalosti agenturního i klientského prostředí.

Níže uvedené principy byly konzultovány s Asociací Producentů v Audiovizi (APA) a tato profesní organizace Memorandum podporuje.

Toto Memorandum a principy v něm zachycené podporují níže podepsaní reklamní režiséři a producenti.

ÚČEL A CÍL MEMORANDA

Memorandum se týká *zadávání tendrů na reklamní produkci a výběru režiséra*. Jeho účelem je navrhnout principy pro férové vztahy mezi zadavatelem (klientem, reklamní agenturou) a režiséry a produkcemi na straně druhé (dodavatel).

Cílem Memoranda je podporovat prostředí pro férové a efektivní partnerství založené na zásadách transparentnosti a rovného zacházení, přičemž toto Memorandum se věnuje zejména možnostem spravedlivých podmínek při vytváření a rozpočtování studie kreativního řešení - tzv. *treatment*.

Memorandum vychází z toho, že **duševní vlastnictví** k výsledkům lidské tvůrčí činnosti je **nedotknutelné** a že tvůrčí úsilí a kreativní práce vynaložené při vytváření *treatmentů* zasluhují ochranu i odměnu.

Treatment je standardem, se kterým Zadavatel automaticky počítá. Je to komplexní práce zahrnující osobní kreativní vklad režiséra, jeho zkušenost, čas strávený na rešerších a hledáním referencí, grafické práce a současně u autora *treatmentu* předpokládá tzv. marketingové uvažování. Je to tedy komplexní, tvůrčí a odborná práce trvající několik dní. Z toho důvodu by standardem mělo být jeho spravedlivé ocenění.

Smyslem Memoranda je upozornit na čas a tvůrčí úsilí, které do *treatmentů* a návrhů rozpočtu režiséři a produkce vkládají, a to bez odpovídajícího ocenění.

Jde nám o férové zhodnocení času, zkušeností energie a tvůrčího úsilí, které režisér a produkce do *treatmentu* a návrhu rozpočtu vkládají, protože po dlouhé roky je zadávání často netransparentní a práce režisérů a produkcí není nijak zhodnocena. V praxi také není respektována. **ochrana duševního vlastnictví (IP)** a *know how*, které tvůrci do *treatmentů* a rozpočtů vkládají.

FÉROVÝ TENDR

My, níže uvedení režiséři a zástupci APA, máme za to, že férový tendr při zadávání reklamních spotů, respektuje tyto principy:

1. Počet režisérů vyzvaných k vytvoření *treatmentů* není větší než tři.
2. Jména vybraných režisérů nejsou tajná.
3. Rozpočet na zadanou reklamní produkci není tajný. Režisér i jeho produkce totiž takto můžou *treatment* a rozpočet lépe přizpůsobit konkrétnímu zadání.
4. Pro vytvoření *treatmentu* a rozpočtu zadavatel poskytne režisérovi a produkci dostatečný čas, ne méně než **5 pracovních dní**.
5. Součástí podmínek tendru je *pitch fee*, což představuje částku, kterou klient zaplatí za zpracování režijně-kreativního pojetí (*treatmentu*) a za zpracování návrhu rozpočtu. Lze tomu říkat i „skicovné“, které je zcela běžnou součástí tendrů při zadávání architektonických, grafických a designerských zakázek. *Pitch fee* slouží jako odměna za čas, *know how* a tvůrčí úsilí, které režisér a producent do své práce vložili. U vítězného režiséra a produkce *pitch fee* z povahy věci může odpadnout, pokud je zohledněno v celkové odměně.
6. *Pitch fee* z povahy věci může odpadnout u *single bid* projektů, pokud je zohledněno v celkové odměně.
7. Zadavatel zadává tendr až v momentě, kdy je jasné konkrétní zadání a zajištěné financování práce režisérů na konkrétním *treatmentu* (tj. obvykle až když je koncept/námět spotu/ů závazně odsouhlasený klientem).
8. V případě zrušení zadání po odevzdání *treatmentů* a rozpočtů je vyplaceno odpovídající *cancellation fee* pro všechny zúčastněné produkce a režiséry.
9. Zadavatel zadává do tendru jen hotové a klientem **schválené skripty**. V případě, že chce koncept od režisérů domyslet, mělo by být *pitch fee* po dohodě odpovídajícím způsobem navýšeno o odměnu odpovídající rozsáhlejší tvůrčí práci vybraných režisérů.
10. V případě neúspěšnosti v tendru bychom rádi od Zadavatele/ů slyšeli zpětnou vazbu. Pomůže nám to v další práci.
11. Kreativní nápady k realizaci nevybraných režisérů nebudou předmětem produkce finálního spotu. Výsledky originální tvůrčí činnosti režisérů jsou **chráněným duševním vlastnictvím** a není možné je využívat bez získání odpovídající licence.

ZÁVĚREM

Memorandum bude prostřednictvím APA rozesláno všem členům APA, reklamním agenturám, Asociaci Komunikačních Agentur, mediálními domům a médiím zaměřeným na media, marketing a ekonomiku.

Signatáři Memoranda shodně prohlašují, že souhlasí se zveřejněním textu Memoranda, včetně svého podpisu.