

Kancelář ministra obrany

Ministerstvo obrany, Tychonova 1, Praha 6 – Hradčany, PSČ 160 01, datová schránka hjyaavk

Praha 1. prosince 2021

Čj. MO 358118/2021-8694

Sp. zn. SpMO 51231/2021-8694

Poskytnutí informací podle § 14 odst. 5 písm. d) zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění zákona č. 61/2006 Sb.

Ministerstvo obrany obdrželo dne 5. listopadu 2021 Vaši žádost o poskytnutí informací vztahujících se k propagačnímu videu Pandur vs. Fabie, podanou podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

Která odpovědná osoba povinného subjektu rozhodla o pořízení videa?

O realizaci videa rozhodl konsenzem tým osob pověřených strategickou komunikací Armády České republiky.

Jaké byly celkové náklady na pořízení videa?

Celkové náklady na pořízení videa byly odhadnuty **do 21 000 Kč** (čistý plat realizačního týmu a zabezpečení, PHM, odhadovaná amortizace obrněného transportéru Pandur II).

Plat celkem pěti osob, které se podílely na tvorbě (5 hodin) a jedné osoby, která zajišťovala postprodukci videa (12 hodin), činil celkem **13 050 Kč**. Plat tří vojáků, kteří se jako řidiči (včetně řidiče OT Pandur II) podíleli na technické podpoře akce šest hodin, činil **3 200 Kč**.

Cena pohonných hmot na dopravu vojáků i techniky do místa natáčení a zpět do posádky byla odhadnuta na **2 200 Kč**.

Cena amortizace obrněného transportéru Pandur II po dobu pěti natáčecích hodin je **2 156 Kč**.

Osoby, které se podílely na tvorbě produktu, mají tuto činnost v popisu své funkční náplně. Použití vojenské techniky bylo realizováno v rámci výcviku. Vojáci za tvorbu videa ani vojáci/řidiči za zabezpečení natáčení neobdrželi žádnou další odměnu vedle standardních platových prostředků.

Pro doplnění odpovědi na dotazy k vzniklým nákladům na tvorbu videa „Pandur vs. Fabie“ určeného pro prezentaci AČR na sociálních sítích lze konstatovat, že video mělo velmi výrazný dosah na armádních sociálních sítích (Twitter – 56 tisíc zhlédnutí, Facebook – 80 tisíc zhlédnutí). Placená reklama na sociálních sítích se stejným dosahem (Advertising Value Equivalent) by činila necelých 1,5 milionu korun (**1 474 945 Kč**).

Jak bylo naloženo s odpadem, vrakem vozidla Škoda Fabie? Byl vrak ekologicky zlikvidován?

Vrak Škody Fabia byl vrácen zpět vrakovišti, které jej zapůjčilo. Firma následně provedla jeho ekologickou likvidaci.

V jaké výši nákladů se povinný subjekt podílel na likvidaci jím vzniklého vraku automobilu Škoda Fabie?

Armáda České republiky se na likvidaci vraku nepodílela, neměla s jeho ekologickou likvidací žádné náklady.