

VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE Č. 3

Název veřejné zakázky:	Komunikační kampaň na podporu Vína z Moravy, vína z Čech pro období 2025–2028 v oblasti služby mediální agentury
Druh zadávacího řízení:	Otevřené řízení
Předmět veřejné zakázky:	Služby
Režim veřejné zakázky:	Nadlimitní
Zadavatel:	Vinařský fond
Sídlo zadavatele:	Žerotínovo náměstí 449/5, 602 00 Brno - Veveří
IČO:	71233717
Osoba oprávněná jednat za zadavatele:	Mgr. Zbyněk Vičar

V Praze dne 3. 2. 2025

Výše uvedený zadavatel Vám v souladu s ustanovením § 98, resp. § 54 odst. 5 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů, (dále jen „zákon“), sděluje následující vysvětlení zadávací dokumentace vztahující se k výše uvedené veřejné zakázce.

Dotaz č. 1

tabulka ceny - Subkritérium K 1.3. – Tisk – u položek 9 a 10 se v popisu hovoří o formátu min. A5, ale ve formátu je uvedeno A6. Jaký formát tedy platí?

Odpověď:

Zadavatel uvádí, že platný je formát A5 a zároveň zadavatel tento formát upřesnil v příloze.

Dotaz č. 2

tabulka kvalita - K 2.6. - Zásah (reach) mediální kampaně – tisk, u položek 1-8 chybí v popisu specifikace cílové skupiny

Odpověď

Vysvětlení je uvedeno níže.

Dotaz č. 3

tabulka kvalita - K 2.7 - Doplnkové služby k mediálnímu plánování a nákupu – pro Služby účtované dle nabídkové ceny (agenturní práce) se dle popisu v tabulce má uvést 1 bod, kdežto v zadávací dokumentaci se v bodě 9.2. uvádí, že pro tuto položku se mají zadat body 2. Co tedy platí

Odpověď:

Zadavatel nerozumí dotazu a požaduje upřesnění, neboť zadávací dokumentace neobsahuje bod 9.2.

Dotaz č. 4

tabulka kvalita – subkritéria 2.4, 2.5 a 2.6., u výsledných hodnot se hovoří o součtu (např. u 2.4. v buňce B44), ale v souhrnném vzorci jde o průměr. Co tedy platí?/

Odpověď:

Zadavatel uvádí, že v ř. 44, 56, 68 se jedná o průměrnou hodnotu, jejíž vzorce jsou platné a zároveň popis těchto řádků aktualizoval.

V návaznosti na dotaz „Prosíme o doplnění cílových skupin pro výpočet zásahu tiskových kampaní.“ A VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE Č. 2 zadavatel dále doplňuje, že poskytnutá segmentační analýza je určena především pro plánování a optimalizaci komunikačních kampaní a pro výběr vhodných médií.

Kvantifikace garantovaných hodnot zásahů kampaní v jednotlivých mediátypech požadovaná v rámci nabídky dodavatele v příloze 04_05 Nabídková cena příloha 4 a Kvalita příloha 5 k ZD Nákup médií na listu Příloha 5 – Kvalita musí vycházet z dat oficiálních výzkumů pro jednotlivé mediátypy:

- TV - výzkumu sledovanosti televize, ATO- Nielsen
- Rozhlas - Radioprojekt 2-3.čtvrtletí 2024
- Tisk - Mediaprojekt, 4.čtvrtletí 2023 +1-3.čtvrtletí 2024

V rámci tohoto vysvětlení zadavatel vydává upravenou tabulku 04_05 Nabídková cena příloha 4 a Kvalita příloha 5 k ZD Nákup médií požadovanou pro nabídku. V rámci této nabídky zadavatel v tabulce specifikoval také cílové skupiny u hodnocených hodnot reache tiskových kampaní.

V souvislosti s tím zadavatel upozorňuje, že pro účely naplnění smlouvy v části nákupu mediálního prostoru musí dodavatel disponovat přímým přístupem k uvedeným výzkumům a softwarům na jejich zpracování tak, aby na základě nich mohl poskytovat mj. služby průběžné optimalizace nákupu mediálního prostoru a maximalizovat tak mediální hodnoty kampaní. Součástí tohoto přímého přístupu musí být zároveň splněny licenční podmínky dodavatelů těchto výzkumů a softwarů.

ZADAVATEL NA ZÁKLADĚ VÝŠE UVEDENÝCH INFORMACÍ PRODLUŽUJE LHŮTU PRO PODÁNÍ NABÍDEK DO 18. 2. 2025 DO 10:00 HODIN. OSTATNÍ INFORMACE ZŮSTÁVAJÍ NEZMĚNĚNY.

S pozdravem,

.....

Mgr. Kateřina Kolářková