

Veřejná zakázka na služby

**zadávaná podle ustanovení § 6, § 12 odstavec (2), § 15 a § 21 odstavec (1) písmeno f)
zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách ve znění pozdějších předpisů
(dále jen Zákon)**

s názvem

„Zajištění propagace Znojemského historického vinobraní 2013“

**ve vztahu k Zákonu se jedná o veřejnou zakázku podlimitní
zjednodušené podlimitní řízení**

SOUBOR DODATEČNÝCH INFORMACÍ K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM ČÍSLO 1

V souladu s ustanovením § 49 odstavec (3) Zákona poskytuje zadavatel všem dodavatelům, kteří požádali o poskytnutí zadávací dokumentaci nebo kterým byla zadávací dokumentace poskytnuta, případně jiným dodavatelům, kteří vznesli dotaz k zadávacím podmínkám, dodatečné informace k zadávacím podmínkám. Dodatečné informace jsou poskytovány na základě dotazů dodavatelů (dotaz – odpověď) nebo informací poskytovaných zadavatelem (informace). Formulace dotazů dodavatelů je doslovně převzata. Lhůta, do které lze žádat o dodatečné informace je uvedena v Textové části zadávací dokumentace. Dodatečné informace se zveřejňují v souladu s ustanovením § 49 odstavec (3) Zákona na profilu zadavatele.

Dotaz č. 1

Věta: Rozhlasové kampaně v síti rádií MMS nebo rádiu s poslechovostí stejnou nebo vyšší v daném regionu. – bližší vysvětlení, myslí se jedno rádio s nejvyšší poslechovostí v síti nebo všechna rádia v celé síti MMS?

Odpověď zadavatele

Myslí se rádio, které má poslechovost stejnou nebo vyšší než jakékoliv rádio ze sítě MMS v daném regionu.

Dotaz č. 2

Není určena specifikace letáku pro tisk:

Dále distribuce 40 000 letáků A5 ve městech Třebíč (10 000 ks), Brno (20 000 ks), Břeclav (8 000 ks), Mikulov (2 000 ks).

4+0 (plnobarevné jednostranně) nebo 4+4 (plnobarevné oboustranně)?

Odpověď zadavatele

Letáky jsou 4+4 plnobarevné oboustranně.

Dotaz č. 3

Není určena specifikace letáku pro tisk:

Zajištění distribuce 10 000 ks letáků A5 v ČR včetně Jihomoravského kraje v jedné ze sítí restaurací typu McDonalds, KFC, Subway apod nebo jiném prodejním řetězci.

4+0 (plnobarevné jednostranně) nebo 4+4 (plnobarevné oboustranně)?

Odpověď zadavatele

Letáky jsou 4+4 plnobarevné oboustranně.

Dotaz č. 4

Výrobou 3 různých 30s spotů do rozhlasu s tematikou ZHV je myšleno, že spoty je ze strany dodavatele nutno vymyslet, nebo se bude vyrábět spot na základě dodaných textací od zadavatele?

Odpověď zadavatele

Spoty je nutno kompletně vymyslet ze strany dodavatele.

Dotaz č. 5

Výroba spotu na LED obrazovku WEGA ve Znojmě - prosím o bližší specifikaci tohoto bodu.
Bude se jedna z zpracování dodané kreativity nebo bude součástí ceny i příprava konceptu spotu?
Jaká je délka spotu a jakou technologií má být spot připraven - statická prezentace, flash, video, atd?

Odpověď zadavatele

Jedná se o statickou prezentaci, která musí být zpracována dle dodaných grafických podkladů.

Dotaz č. 6

Výroba upoutávky pro kino Svět ve Znojmě - - prosím o bližší specifikaci tohoto bodu.
Bude se jedna z zpracování dodané kreativity nebo bude součástí ceny i příprava konceptu spotu?
Jaká je délka spotu a jakou technologií má být spot připraven - statická prezentace, flash, video, atd?

Odpověď zadavatele

Jedná se o statickou prezentaci, která musí být zpracována dle dodaných grafických podkladů.

Dotaz č. 7

Rozhlas - jaký je parametr pro porovnání nabídky u rozhlasové kampaně pro JIŽNÍ MORAVU a celou ČR vyjma JM? Má se jednat o celou síť MMS nebo se může jednat pouze o některá rádia dle našeho zvážení, tak aby pouze pokryla požadovanou oblast? Má se jednat o 200, respektive 100 spotů celkem za celou oblast, nebo na jednotlivých stanicích?

Odpověď zadavatele

Poslechovostí se myslí rádio, které má poslechovost stejnou nebo vyšší než rádio s nejnižší poslechovostí ze sítě MMS v daném regionu (krajích) dle RADIO PROJEKT 2012 2. - 3. kvartál (1.4.2012 - 30.9.2012).

Myšleno je odvysílání 200 spotů celkem v Jihomoravském kraji, nezáleží na kolika rádiích.

Myšleno je odvysílání 100 spotů celkem ve všech krajích kromě Jihomoravského kraje, to znamená cca 7 – 8 spotů na kraj.

Dotaz č. 8

VOC scéna - ve specifikacích se objevuje tato položka, nicméně v tabulkách s kalkulacemi se ji již nevyskytuje. Tato položka tedy nemá být naceněna?

Odpověď zadavatele

Tato položka musí být naceněna. V příloze posíláme upravenou přílohu číslo 4 Zadávací dokumentace – Rozpočet POS 2013, kde jsme položky pro VOC scénu doplnili do tabulky číslo 6 – Rozpočet na výrobu POS materiálů.

Dotaz č. 9

Zajištění PR

- Jaká je přesně metodika výpočtu mediální hodnoty - pouze inzertní prostor nebo mediální hodnota se započítáním koeficientu PR. Kdo tento finální výpočet bude vytvářet zadavatel / agentura?
- Do kterého přesného období /data se započítávají výstupy / publicita k ZHV.
- Výstupy v ostatních, tedy neschválených médiích bude zadavatel schvalovat předem nebo až po té co se výstup v neschváleném titulu objeví?

Odpověď zadavatele

Metodika výpočtu je dle oficiálního ceníku za danou inzerci, pokud se bude jednat o článek, tak hodnota se vypočítá dle ceníku za inzerci v rozsahu článku. Finální výpočet dodá agentura s kompletním přehledem v závěrečné zprávě.

Publicita se započítá do 15. 9. 2013 včetně.

Výstupy v neschválených médiích se musejí předem schválit, jinak se nezapočítávají.

Dotaz č. 10

K bodu 8.5.2. podbod Zajistění reklamní kampaně v CR. Zadavatel požaduje odvysílání min. 100 rozhlasových spotů z toho min. 60% v hlavním vysílacím case v síti radii MMS nebo na jiné stanici s vyšší poslechovostí v jednotlivých krajích. Rozumíme správně, že 1 spot = 1 odvysílání v rozhlasové síti MMS celoplošně v CR (mimo Jihomoravského kraje)? V tomto případě však cena jednoho spotu v hlavním vysílacím case představuje v ceníkových cenách cca 50 tis.Kč a při minimálně 60 spotech v těchto pásmech plus dalších 40 spotů - i při dosazení vysoké slevy samotná rozhlasová kampaně převyšuje celkovou předpokládanou hodnotu veřejné zakázky.

Odpověď zadavatele

Myšleno je odvysílání 100 spotů celkem ve všech krajích kromě Jihomoravského kraje, to znamená cca 7 – 8 spotů na kraj. Poslechovostí se myslí rádio, které má poslechovost stejnou nebo vyšší než rádio s nejnižší poslechovostí ze sítě MMS v daném regionu.

Dotaz č. 11

Prosím o upřesnění k veřejné zakázce na služby – propagace ZHV 2013.
při zjišťování možnosti distribuce A5 letáků, 10000ks např. přes síť restaurací KFC, s kterou jsem dnes komunikovala, bylo zjištěno následující:

sítě tohoto typu, byť za poplatek, distribuci letáků neumožňují – nesmí, pouze v případě, že spolupracují na této akci a to např. formou stánku na akci, za toto distribuci loni dělali. ovšem tuto záležitost nyní nemůžeme řešit, pokud není ukončen tender.

dotaz tedy zní: je možné KFC (AmRest s.r.o.) opět umístění stánku 3x3m nebo 6x3m potvrdit? v tomto případě je pak distribuce možná.

Odpověď zadavatele

Ano je možné umístění stánku v daném rozsahu.

Dotaz č. 12

Bylo myšleno titulem DENÍK - titul ZNOJEMSKÝ DENÍK?
A titulem ZNOJEMSKO - titul TÝDENÍK ZNOJEMSKA?

Odpověď zadavatele

Ano v případě kampaně ve Znojmě je myšlen Znojemský deník a týdeník Znojemsko.

Dodatečná informace č. 13

Lhůta pro podání nabídek je nově stanovena do 18.3.2013 do 12³⁰ hodin.

Otevírání obálek s nabídkami bude zahájeno ihned po uplynutí lhůty pro podání nabídek, tj. dne 18.3.2013 od 12³⁰ hodin v zasedací místnosti zastupujícího zadavatele, Kaštanová 123a, Brno.