

**Zadavatel:**

**Sdružení lázeňských míst ČR**

se sídlem Palackého nám. 46/II, Třeboň, PSČ: 379 01

IČ: 617 55 197

DIČ: CZ 617 55 197

**Zastoupen:**

**Bc. Lucii Říhovou, Dis**

manažer projektu

**Veřejná zakázka:**

**Realizace PR kampaně v rámci projektu**

**Jedeme do lázní**

**DODATEČNÁ INFORMACE K ZADÁVACÍ DOKUMENTACI Č.23**

dle § 49 odst. 2 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů  
(dále jen „ZVZ“)

1. Sdružení lázeňských míst ČR, jako zadavatel shora uvedené veřejné zakázky obdržel dne 28. září 2011 žádost uchazeče o dodatečné informace k zadávacím podmínkám.

Na níže uvedený dotaz poskytuje zadavatel následující odpověď:

**Dotaz:**

Budeme dodávat nabídku osobně, platí tedy místo dodání  
adresa Palackého, do kolika hodin můžeme nabídku na tuto adresu dodat?

**Odpověď Zadavatele:**

Do 17hod. na podatelně MěÚ v Třeboni

**Dotaz:**

K inzerci v tisku - jedním z požadavků je parametr: "alespoň 40% čtenářů představuje některá z  
cílových skupin (kap. 4.2.)".

**Odpověď Zadavatele:**

Projekt zaměřuje zejména na následující cílové skupiny:

Ø rodiny s dětmi ve věku 26 až 40 let

Ø rodiny s dospělými dětmi ve věku 39 – 59 let

Ø mladí a aktivní lidé ve věku 15 až 25 let

Ø aktivní senioři nad 60 let vyhledávající aktivní odpočinek, zájem o okolní prostředí

Z tohoto důvodu je požadováno, aby zvolené medium mělo dle dostupných údajů projektu Media Projekt alespoň 40 % čtenářů z některé z uvedených skupin, tedy např. aby alespoň 40 % čtenářů představovali rodiny s dětmi ve věku 26 až 40 let.

**Dotaz:**

V zadávací dokumentaci na straně 13 pro sekci inzerce na internetových portálech (bannerová reklama) se píše o celkem 16 týdnech kampaně v období 2011 a 2012 na internetových portálech, což nesouhlasí s informací na straně 17, kde v tabulce se píše o celkem 8 x 1 týden. Znamená to, že v roce 2011 má být 8 týdnů a v roce # 2012 má být 8 týdnů, tzn. celkem 16 týdnů kampaně ?

**Odpověď Zadavatele:**

Internetová kampaň je zamýšlena v rozsahu 8 týdnů v roce 2011 a 8 týdnů v roce 2012. Předpokladem byla realizace na několika portálech souběžně, čili oněch 8 týdnů v daném roce může být naplněno např. 14 denní kampaní na 4 portálech v roce 2011. To stejné platí pro rok 2012. Celkový rozsah by tak měl být 16 týdnů.

**Dotaz:**

Je stanoven počet portálů, na kterých má být kampaň realizována ?

**Odpověď Zadavatele:**

Předpokladem je realizace kampaně na dvou vybraných portálech.

**Dotaz:**

Prosím o vysvětlení informace "po dobu 4 x 4 týdnů" v zadání inzerce na internetových portálech.

**Odpověď Zadavatele:**

Zadání předpokládá, že inzerce bude realizována na 2 portálech. V roce 2011 by to tedy mělo být 2x 4 týdny – vždy 4 týdny na jednom portálu. To stejné v roce 2012. Celkově tedy 4 x 4 týdny.

**Dotaz:**

Prosím o vysvětlení informace "po dobu 4 x 4 týdnů" v zadání inzerce na internetových portálech.

**Odpověď Zadavatele:**

Zadání předpokládá, že inzerce bude realizována na 2 portálech. V roce 2011 by to tedy mělo být 2x 4 týdny – vždy 4 týdny na jednom portálu. To stejné v roce 2012. Celkově tedy 4 x 4 týdny.

**Dotaz:**

Na jakém měsíci má být doložena minimální návštěvnost 600 000 RU měsíčně podle # projektu NetMonitor?

**Odpověď Zadavatele:**

Při přípravě ZD bylo vycházeno z údajů za období června 2011. Za toto období by tedy měly být uvedené údaje o RU, které budou použity pro hodnocení nabídek.

**Dotaz:**

K inzerci v rádiu - je dána zadavatelem délka rozhlasového spotu, nebo na uchazeči, jakou délku spotu zvolí ?

**Odpověď Zadavatele:**

Délka spotu je dána na 20 vteřin.

**Dotaz:**

K inzerci v rádiu - je dán zadavatelem počet spotů během 1 týdne, nebo je na # uchazeči, kolik spotů týdně doporučí ?

**Odpověď Zadavatele:**

Tato informace již byla sdělována v rámci Dodatečně informace č. 15, která byla rozeslána dne 28.9.2011

V Třeboni dne 29.9.2011