

**INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ****Dodatečné informace**

k nadlimitní veřejné zakázce na služby s názvem

**„NÁKUP INZERCE V TISKU A ONLINE MÉDIÍCH“****Zadavatel**

Název: **Fond dalšího vzdělávání**  
Sídlo: Na Maninách 20, 170 00 Praha 7  
Právní forma: příspěvková organizace Ministerstva práce a sociálních věcí ČR  
IČO: 00405698  
Zastoupen: Ing. Pavlem Kryštofem, ředitelem

31. 1. 2013

Zadavatel sděluje, v souladu s ustanovením § 49 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“) následující dodatečné informace k podmínkám zadávacího řízení vztahujícím se k předmětné nadlimitní veřejné zakázce na služby (dále jen „veřejná zakázka“), zadávané v otevřeném řízení, zveřejněné ve Věstníku veřejných zakázek pod evidenčním č.: 241749.

**Dodatečná informace č. 1:****Dotaz č. 1 (ze dne 9. 1. 2013)**

V ZD v bodě 2.1.1. v části Kreativní řešení se píše, že součástí nabídky nebude kreativní zpracování, to znamená grafické vizuály. Presto však máme do nabídky zahrnout náklady na jejich přípravu. Formáty bannerové inzerce jsou dané, ale u inzerce v tištěných médiích je nejasné o jaké formáty se bude jednat. Prosíme o upřesnění, zda se jedna pouze o celostrany v tištěných médiích (formát A3, A4) nebo ještě přibydou další formáty, případně atypické rozměry.

**Odpověď č. 1**

Kreativní zpracování znamená, že uchazeč by musel navrhnout i kompletní vizuály celé kampaně. Toto zadavatel nepožaduje, neboť kreativní zpracování kampaně bude v souladu s vizuály TV kampaně, které zadavatel dodá vybranému uchazeči v rámci této veřejné zakázky. Více informací ke kreativnímu řešení je uvedeno v odstavci 2.1.1 zadávací dokumentace, část „Kreativní řešení kampaně“. Uchazeč však musí do nabídky zahrnout náklady na grafické úpravy jednotlivých inzerátů dle požadavků zadavatele a jednotlivých redakcí. Formát tištěné inzerce je specifikován v příloze zadávací dokumentace č. 7 – Mediaplán, kde se mj. uvádí, že zadavatel požaduje výstupy o velikosti minimálně půl strany, a to v každém vybraném titulu.

**Dotaz č. 2 (ze dne 9. 1. 2013)**

V příloze číslo 7 „Mediaplán“ je uvedeno, že je povolena jak celostránková tak i půlstránková inzerce. V ZD dokumentaci v bodě 2.1.1. v části „5 výstupu“ je požadována celostránková inzerce. Požadavek na celostránkovou inzerci platí pouze pro část „5 výstupu“ nebo pro kompletní tiskovou inzerci?

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### Odpověď č. 2

Co se týká „5 výstupů“, je požadovaná vždy celostránková inzerce, jak je uvedeno v článku 2 odst. 2.1.1 zadávací dokumentace, část požadovaného plnění – tzv. „5 výstupů“. U ostatního plnění v rámci tištěné inzerce navržené uchazečem je požadovaná velikost minimálně půl strany, jak je již uvedeno výše.

### Dodatečná informace č. 2:

#### Dotaz č. 3 (ze dne 22. 1. 2013)

Co je myšleno terminologií HP rozcestník? Například Seznam.cz a jeho podsekce? S tím souvisí následující dotazy:

- Požadovaná kategorie HP rozcestníky (RU min. 2 500 000) – v dané kategorii je pouze jeden HP rozcestník, který má dostatek uživatelů ale nedá se tam umístit požadovaný leaderboard / zbylé rozcestníky nedosáhnout na RU ani v kombinaci.
- Požadovaná kategorie Bulvární magazíny (RU min. 1 875 000) – to samé, počet požadovaných RU je v dané kategorii jedině jeden rozcestník, ale nedá se umístit leaderboard / zbylé bulvární weby nedosáhnout na RU ani v kombinaci.

Co je tedy hlavní kritérium?

### Odpověď č. 3

Uvedený minimální počet RU je dán pro jednotlivé kategorie, a to vždy za celou jednotlivou část kampaně. Jedná se tedy o součet RU jednotlivých serverů za celou jednotlivou část kampaně. Celkově jsou 3 části kampaně o různé délce (počtu měsíců). Viz. další požadavky v Příloze č. 7 Mediaplán: „Podmínkou je, aby **dodržel minimální požadovanou celkovou čtenost/RU v rámci dané kategorie, a to vždy v každé části kampaně, kde výstupy z této kategorie zařadí.**“ To jako pro danou jednotlivou část kampaně musí splnit minimální počet RU (př. HP Rozcestníky 2 500 000 v průběhu celé této části kampaně, která má vždy více měsíců).

Co se týká umístění požadovaného typu banneru, tak zadavatel má informace od provozovatelů jednotlivých serverů, že tento typ banneru je možné na servery v požadovaných kategoriích umístit.

Zadavatel uvádí kategorie serverů, které požaduje, z nichž kategorie Zpravodajství musí být zastoupena alespoň v jedné části kampaně. Na uchazeči tedy je, jaké kategorie z uvedených zvolí a kolik z nich a jaké budou v nabídce zastoupeny.

#### Dotaz č. 4 (ze dne 23. 1. 2013)

V bodě 2.1.1. je uvedeno: „... (max. povolená odchylka v případě dole uvedených položek Tištěná média a Internet je 5% z ceny příslušné položky,...)“ Znamená to, že nabídková cena za tištěná média nesmí být nižší než 2.960.000,- Kč bez DPH minus max. 5% odchylka (= 2.812.000) a za Internet 3.300.000,- Kč bez DPH minus max. 5% (=3.135.000)? Nebo je maximální povolenou odchylkou míněno dodržení určitého poměru položky Tištěná média a Internet v nabídkové ceně? Pokud je závažný určitý poměr položek, prosím o jeho přesné uvedení.

### Odpověď č. 4

Max. povolená odchylka v případě uvedených položek „Tištěná média“ a „Internet“ je **5% z ceny příslušné položky**, tzn. z položky Tištěná média nebo z položky Internet, **celková**

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**předpokládaná hodnota veřejné zakázky ve výši 6 260 000,- Kč bez DPH však nesmí být překročena:**

Tištěná média: **2 960 000,- Kč bez DPH**

Internet: **3 300 000,- Kč bez DPH**

**Nelze tedy ceny jednotlivých položek měnit o více než 5% ceny dané položky.**

### **Dodatečná informace č. 3:**

#### **Dotaz č. 5 (ze dne 30. 1. 2013)**

V ZD, příloha č. 7 je uvedeno v rámci dalších informací pro tvorbu mediaplánu:

Při stanovení kategorií pro tištěná média bude uchazeč vycházet z dat výzkumu Media projekt, který je k dispozici na webových stránkách Unie vydavatelů:

<http://www.unievychovatelu.cz/Upload/1047.pdf>, a to z údajů za 3. Q 2012.

Je tedy rozhodující výzkum z odkazu, kde je ale prezentace čtenosti na 2. a 3. Q 2012 nebo máme vycházet z průměru odpovídajícímu za jeden kvartál z uvedeného průzkumu za 2. a 3. Q? Čtenost za samostatný kvartály se neuvádí.

#### **Odpověď č. 5**

Použijte data z uvedeného odkazu.

S přáním příjemného dne

.....  
za zadavatele  
Ing. Pavel Kryštof, ředitel