

VÁŠ DOPIS ZN.:

ZE DNE:

NAŠE ZN. (č.j.): S 3967/2015 – O8

POČ. LISTŮ: 4

POČ. PŘÍLOH:

POČ. LISTŮ PŘ.:

VYŘIZUJE: Mgr. Martina Kotková

TEL.: 972 235 764

FAX:

E-MAIL: kotkovam@szdc.cz

DATUM: 29. 01. 2015

Dodatečné informace č. 9 k Zadávací dokumentaci na nadlimitní veřejnou zakázku sektorového zadavatele s názvem „Zajištění prvků publicity projektů spolufinancovaných Evropskou unií – Fond soudržnosti“

Dne 07.11.2014 uveřejnil zadavatel, státní organizace Správa železniční dopravní cesty, Zadávací dokumentaci na nadlimitní veřejnou zakázku sektorového zadavatele s názvem „Zajištění prvků publicity projektů spolufinancovaných Evropskou unií – Fond soudržnosti“ pod č. j. 37839/2014-O8.

Žádost o upřesnění zadání

Dotaz č. 1

Konference

Pozvánky - Kolik pozvánek se bude vyrábět? Na kolik adres se budou rozesílat?

Redakční práce na Sborníku – jaký rozsah bude mít sborník, předpokládá se výroba sborníku, pokud ano, v jakém nákladu.

Odpověď č. 1

Zadavatel požaduje pracovat s modelovým počtem 100 osob pro elektronickou pozvánku na 100 elektronických adres.

Sborník v elektronické podobě. Rozsah do 10 přednášejících, fotodokumentace. Vypálení na nosiče 50 ks.

Dotaz č. 2

Mediální prezentace – placená inzerce... v tabulce příloze 2 smlouvy je uvedeno, článek A5 v regionálním deníku, redakční zpracování, korektura a předtisková příprava, zajištění uveřejnění. *Znamená to, že u této položky budou naceněny pouze činnosti uvedené v tabulce, nikoliv však nákup mediálního prostoru?*

placená inzerce	článek A5 v regionálním deníku, reakční zpracování, korektura
	předtisková příprava, zajištění uveřejnění

Odpověď č. 2

Zadavatel upřesňuje, že se jedná o mediální prezentace včetně nákupu médií.

Dotaz č. 3

V tabulce v příloze 2 je uvedeno

placená inzerce	článek 1/2 4B, Deník, vydání na úrovni kraje
-----------------	--

Jedná se o inzerci pouze v titulu Deník (VLP)? Je míněn jeden Deník v jednom vybraném kraji, to znamená pouze jeden inzerát, nebo se jedná o krajské mutace titulu Deník ve všech 13 krajích + v Praze, to znamená 13+1 inzerát?

V Požadavcích na komunikační nástroje publicity je v odstavci 5. specifikován požadavek: Tisková inzerce o rozměru minimálně 1/2 tiskové strany, zveřejnění proběhne minimálně v krajském vydání deníku, příp. v krajském vydání jiného celostátního deníku.

Platí specifikace z tabulky nebo z Požadavků na komunikační nástroje publicity

Tisková příloha o rozměru 4 tiskové strany, zveřejnění proběhne v ekonomickém deníku/týdeníku.

Má zadavatel na mysli vkládanou přílohu?

Internetová inzerce ve formátu PR článku v sekci „domácího“ zpravodajského portálu.

Dotaz: *V jakém rozsahu bude PR článek?*

Odpověď č. 3

„Deníkem“ není míněn Deník (VLP). Zadavatel měl na mysli obecné pojmenování pro denní tisk, tedy s malým „d“ ve slově deník.

Před citovaným textem je věta „*Formy placené inzerce mohou být následující*“. U citovaného textu není tabulka pro nacenění publicity, takže zadavatel předpokládá, že zpracovatel bude v rámci nacenění pracovat s Přílohou č. 5 zadávací dokumentace k veřejné zakázce.

Rozsah PR článku 1 strana A4 cca 3000 znaků včetně mezer, 70 řádků

Dotaz č. 4

Komunikační nástroje...Název regionálního tištěného média do auditované čtenosti od 45 do 130 tis. čtenářů.

O který region se jedná?

Odpověď č. 4

Jedná se o regionální média v celé ČR při respektování požadované čtenosti pro daný region.

Dotaz č. 5

V tabulce je požadavek na doplnění názvů médií. *Rozumíme tomu správně, že do tabulky se doplní pouze názvy, ale ceny se nedoplňují?*

Tisková zpráva a její umístění na webu SZDC a ČTK Komunikační nástroje pro plnění povinné publicity, v nichž je uchazeč schopen zajistit ořídění článku		
Název regionálního tištěného média do auditované čtenosti od 45 do 130 tis. čtenářů		
Název tištěného média s celorepublikovou působností s auditovanou čteností od 180 do 700 tis. čtenářů Název rozhlasové stanice s auditovanou poslouchovostí od 750 do 1 050 tis. posluchačů, v níž je uchazeč schopen zajistit výstupy formou reportáží		
Název televizní stanice s auditovanou sledovaností od 128 do 1000 tis. diváků, v níž je uchazeč schopen zajistit výstupy formou reportáží Název rozhlasové stanice s auditovanou poslouchovostí od 65 do 756 tis posluchačů, ve které je uchazeč schopen zajistit výstupy formou reportáží a publicistických vystoupení		

Odpověď č. 5

U uvedených komunikačních nástrojů pro plnění povinné publicity, kde není dán rozměr výstupu, zadavatel očekává pouze název média při respektované požadované četnosti čtenářů, posluchačů, diváků.

Zadavatel zároveň odkazuje na Dodatečné informace č. 4, ve kterých byl obdobný dotaz zodpovězen.

Dotaz č. 6

Výkaznictví

Výkaznictví každý projekt jednotlivě	dokumentace grafických návrhů, předávací protokoly a ostatní dokumenty komunikačních a schvalovacích procesů, fotoarchív ke každé stavbě zvlášť
--------------------------------------	---

Má být uvedena cena za výkaznictví jednoho projektu?

Odpověď č. 6

V části tabulky „Výkaznictví každý **projekt jednotlivě**“ má být uvedena cena za jeden projekt.

Dotaz č. 7

Administrativní náklady

Kurýrní služby po Praze a mimo Prahu - *jaká je jednotka pro nacenění této položky?*

Odpověď č. 7

Kurýrní služby po Praze budou uvedeny za 100 km.

Kurýrní služby mimo Prahu budou uvedeny za 100 km.

30 -01- 2015

V Praze dne.....



.....
Mgr. Ilona Slámová
odbor komunikace