VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE

Zadavatel
Vojenská zdravotní pojišťovna České republiky
se sídlem Drahobejlova 1404/4, PSČ 190 03 Praha 9
zastoupená Ing. Josefem Diesslem, generálním ředitelem
(dále jen „Zadavatel")
IČO: 47114975
Vyřizuje: PaedDr. Josef Křivánek, MBA; Mgr. Tomáš Kvasnička MBA
Telefon: +420 724 924 183, +420 284 021 256,
E-mail: zakazky@vozp.cz; jkrivanek@vozp.cz, tkvasnicka@vozp.cz

Specifikace veřejné zakázky (dále jen „VZ")
Název VZ: Zajištění mediálního prostoru pro marketingovou komunikaci VoZP ČR na 24 měsíců
Režim VZ: Nadlimitní veřejná zakázka v Užším řízení
Druh VZ: Veřejná zakázka na služby
Č.j.: 1/160/259129–2019

Dotazy:

Dobrý den,
prosila bych Vás o vysvětlení k výběrovému řízení na zajištění mediálního prostoru pro marketingovou komunikaci VOZP ČR.

V příloze č. 2 Soupis plnění nám není jasné vaše zadání:

vysílání 20" spotu v čase 6:00-9:00 hodin na stanici Český rozhlas Radiožurnál	8 spotů denně, trvání 4 týdny *)
vysílání 20" spotu v čase 16:00-19:00 hodin na stanici Český rozhlas Radiožurnál	8 spotů denně, trvání 4 týdny *)

Dotaz č. 1

1/ Vaše požadavky na Český rozhlas Radiožurnál:

Ze zákona je reklamní limit 180s denně, vaše zadání překračuje zákonný limit- nelze vysílat současně 8 spotů v ranním pásmu a zároveň v odpoledním pásmu, navíc ani počet bloků v uvedených pásmech nelze splnit, jelikož ani tolik bloků k dispozici není. Níže vypisuji všechny reklamní bloky, které jsou v nabídce ČRo:

REKLAMNÍ ČASY
PO-PÁ SO NE
5:29
5:59 5:59 5:59
6:29
6:59 6:59 6:59
7:29 7:29 7:29
7:59 7:59
8:29 8:29 8:29
8:59 8:59 8:59
9:29 9:29 9:29
9:59
10:59 10:59 10:59
11:29 11:29 11:29

11:59
12:29 12:29
12:59 12:59 12:59
13:29 13:29
13:59
14:29 14:29 14:29
14:59 14:59
15:29 15:29
15:59
16:29 16:29 16:29
16:59 16:59
17:29 17:29 17:29
17:59
18:59 18:59
19:59 19:59 19:59
20:29 20:29 20:29

Jak prosím máme v nacenění postupovat?

Odpověď č. 1

Pro zadání použijte jako základní jednotku nacenění **5 spotů denně, všechny spoty budou umístěny v blocích od 5.59 do 17.59**

Dotaz č. 2

2/ Jakou kupláž nebo jaké konkrétní stanice máme chápat pod pojmem „na stanicích sdružení Radiohouse"? Obchodních balíčků nabízí Radiohouse více... a samozřejmě jsou cenově odlišné.

Odpověď č. 2

Ke splnění zadání použijte stanice zahrnující celoplošnou **síť Hitrádií**. Všechny požadované spoty musí být umístěny v tzv. prime time, tedy v reklamních blocích od 06.00 do 18.00 hodin,

Dotaz č. 3

3/ Pro nacenění TV bychom potřebovali znát období kampaně, jelikož do ceny se promítají sezónní koeficienty (které jsou během roku velmi odlišné). Nebo máme nacenit neutrálním sezonním koeficientem 1,00 a následně se uplatní koef. platný pro daný měsíc podle skutečného období kampaně?

Odpověď č. 3

Předpokládané období kampaně bude **březen**, případně **září** v průběhu roku, tedy měsíce, v nichž vrcholí přestupní období mezi zdravotními pojišťovnami.

Dotaz č. 4

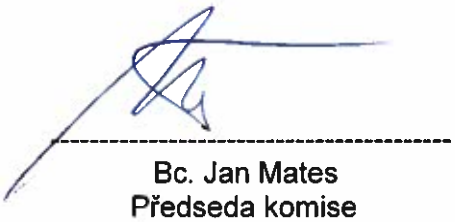
4/ V případě, že je shodný vlastník nebo provozovatel média, máme počítat cenu v závislosti na celkovém počtu všech zadaných formátů, období a frekvencí?

Odpověď č. 4

Cenu počítejte bez ohledu na vlastníka, **zvlášť pro každý formát, dle zadání tabulky v příloze VZ.**

Praha 27. 05. 2019

Mgr. Tomáš Kvasnička, MBA
Metodik veřejných zakázek



Bc. Jan Mates
Předseda komise