

## VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE č. 3

**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,

Na základě výzvy k podání nabídky pro 2. kolo UŘ „Zajištění mediálního prostoru pro marketingovou komunikaci VoZP ČR na 24 měsíců“ Vám posílám žádost o zodpovězení dotazů vyplývajících ze zadání:

- 1) Závazek poskytovatele mít sjednané pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou třetí osobě ve výši 20 mil Kč.

**Dotaz č. 1**

Musí mít poskytovatel uzavřené pojištění ve výši 20 mil Kč již v době výběrového řízení nebo stačí, když pojištění uzavře na požadovanou částku až po oznámení výsledů 2. kolo UŘ bude-li vybrán a vyzván k podpisu rámcové smlouvy?

**Odpověď č. 1**

Poskytovatel musí mít sjednané pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou třetí osobě ve výši 20 mil Kč již v době probíhajícího zadávacího řízení.

- 2) Příloha č. 2 - Soupis plnění: Struktura médií pro kampaň VoZP ČR

**Dotaz č. 2 Televize:**

- a) požadujete konkrétní kanál TV Nova a TV Prima Family nebo vysílání může probíhat na všech kanálech spadajících pod Nova Group a Prima Group?

**Odpověď č. 2 a) Televize**

Zadavatel požaduje umístění reklamy na konkrétních kanálech TV Nova a TV Prima (býv. Prima Family), tedy na hlavních kanálech obou TV skupin.

- b) Požadujete nacenění 8 spotů denně, ale v TV nákup neumožňuje kupovat spoty ale GRPs což znamená sledovanost neboli zásah/počty diváků. V každém časovém pásmu, hodině, pořadu je jiná sledovanost a tím pádem i jiná cena za spot. Každá TV stanice má též jinou

nákupní jednotku- na TV Nova se nakupují diváci 15-54 let, ale na TV Prima diváci 15-69 let.

### Odpověď č. 2 b) Televize

Zadavatel v souladu s ust. § 99, odst. 1, zákona 134/2016 Sb. o zadávání veřejných zakázek **zcela upouští** od požadavku na nacenění „vysílání spotu 30“ v prime time – 8 spotů denně, v trvání 4 týdny“. Důvodem pro upuštění jsou skutečnosti, že v celoplošných televizích není možno objednávat reklamní čas po spotech, a přílišná komplikovanost obvyklého způsobu objednávání reklamy pro účely zadávací dokumentace.

Zadavatel v Upravené Příloze č. 2 - Soupis plnění v části „**TELEVIZE**“ nadále požaduje pouze nacenění sponzorských vzkazů, a to takto:

<b>TELEVIZE</b>	vysílání sponzorského vzkazu v prime time v TV Nova a TV Prima (býv. Prima Family)	8 vzkazů denně, trvání 4 týdny *)
-----------------	--	-----------------------------------

### Dotaz č. 2 c) - WEB

Požadujete nacenění webových formátů po dobu 4 týdnů, ale neuvádíte počet jednotek/impresí. Pro nákup online formátů potřebujeme znát požadovaný počet jednotek/impresí neboli zásah. Bez toho není možné stanovit cenu.

### Odpověď č. 2 c) – WEB

Zadání na počet týdnů je dostatečné, neboť pro tento typ reklamy je vždy garantován počet impresí za týden. Zadavatel nicméně – aby předešel pochybnostem – doplňuje do Soupisu plnění (Příloha č. 2) v části „**WEB**“ požadované počty impresí takto:

<b>WEB</b>	branding home page webu www.iDnes.cz	4 týdny *); 500.000 impresí
	Leaderboard (statický, rozměr 970x210 px) na homepage webu Novinky.cz	4 týdny *); 2.000.000 impresí
	fireplace/branding home page webu Aktuálně.cz	4 týdny *); 500.000 impresí
	PR článek s jednou fotografií na webu iDnes.cz (umístění Zprávy)	4 týdny *), po polovině doby výměna textu a fotografie; 200.000 impresí
	PR článek s jednou fotografií na webu Aktuálně.cz (umístění Aktuálně ekonomika)	4 týdny *), po polovině doby výměna textu a fotografie; 200.000 impresí
	PR článek s jednou fotografií na webu Novinky.cz (rubrika Domáci)	4 týdny *), po polovině doby výměna textu a fotografie; 200.000 impresí

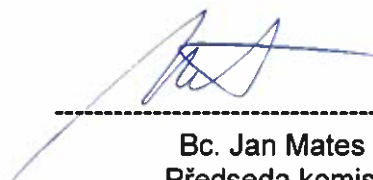
**Přílohy**

Příloha č. 1 – Upravená Příloha č. 2 – Soupis plnění

Praha 29. 05. 2019



-----  
Mgr. Tomáš Kvasnička, MBA  
Metodik veřejných zakázek



-----  
Bc. Jan Mates  
Předseda komise

