

**Dodatečné informace č. 4 k zadávacím podmínkám podle § 49 odst. 2) a 3) zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů**

Na základě dotazu uchazečů Český rozhlas jako zadavatel tímto poskytuje následující dodatečné informace č. 4 k veřejné zakázce č.j. VZ018/2016 s názvem: „Zajištění komplexních marketingových a reklamních služeb pro ČRo“.

**Dotaz č. 1**Přesná citace dotazu uchazeče:

V tabulce pro výpočet nabídkové ceny zadavatel požaduje cenu za tištěný materiál v níže uvedeném rozsahu.

1. Předpokládáme správně, že zadavatel dodá text a obrazový materiál rozhlasových novin a dodavatel bude jen noviny graficky zpracovávat a zadavatel provede korektury. To znamená, že dodavatel v tomto případě korektury nezajišťuje?
2. Předpokládáme správně, že text i obrazový materiál brožury dodá zadavatel? U brožury bude korekturu dělat zadavatel nebo dodavatel, ze zadání to není patrné?

Tištěný materiál	Vytvoření rozhlasových novin. 3x korektura za strany zadavatele. Barevnost 4/4, formát A4, rozsah 12 stran. (Vzorový příklad pro objem textu a grafických prací přílohou ZD)
Tištěný materiál	Brožura. Grafický návrh, DTP práce, 3x korektura. Formát 210 x 210 mm, vnitřek 100 stran, barevnost 4/4. Obálka - rozsah 4 strany + hřbet 7 mm, barevnost 4/4. (Vzorový příklad pro objem textu a grafických prací - brožura Concertino Praga).

Odpověď zadavatele:

Ano, dodavatel má správný předpoklad ohledně dodání materiálů k novinám i k brožure. „3x korektura ze strany zadavatele“ znamená, že má dodavatel počítat do ceny trojí přeposlání materiálů mezi zadavatelem a dodavatelem, během kterého může docházet k úpravám a změnám materiálů. U brožury budou korektury probíhat stejně jako u rozhlasových novin, tzn. jde o korektury ze strany zadavatele.

**Dotaz č. 2**Přesná citace dotazu uchazeče:

K případovým studiím: U druhé části je tématem Oslava výročí 95 let vysílání Českého rozhlasu. Není tu ale napsané žádné načasování kampaně. Na internetu jsem se dočetla, že první vysílání tehdy Radiojournalu bylo 18. května 1923, tzn. že 95 let bude v květnu 2018. Předpokládáme tedy, že kampaň k tomuto eventu by probíhala před tím. Ale nevíme kolik měsíců či týdnů.

Odpověď zadavatele:

Zadavatel upřesňuje, že předpokládaná délka kampaně je max. 2 měsíce.

**Dotaz č. 3**Přesná citace dotazu uchazeče:

K případovým studiím: U první části je to komplikovanější, protože nevíme vůbec žádný timing. Je to na celé 4 roky?

Odpověď zadavatele:

Ze zadání případové studie nevyplývá, že by zadavatel měl na mysli 4 roky. Zadavatel očekává, že dodavatelé předloží plán na podporu poslechovosti stanice ČRo Radiožurnál (viz detaily přílohy č. 3 ZD). Časový úsek je ponechán na dodavateli, vodítkem by měl být text zadání a maximální částka 3 mil. na celý rozpočet kampaně.

Zadavatel neprodlužuje lhůtu na podání nabídek.



Mgr. Petra Pogodová  
Oddělení veřejných zakázek  
Český rozhlas