

## Dodatečné informace k ZD - 3

### **VZ20/2011 „Poskytování služeb public relations a služeb reklamního, marketingového a organizačního charakteru:**

#### 1. Otázka:

Jaká je cílová skupina komunikační kampaně u části:

- a) PR a public affairs?
- b) Reklamních kampaní?

#### 2. Otázka:

Tématem „reklamní“ kampaně je „problematika stanovování maximálních cen léčivých přípravků a výše podmínek jejich úhrady“. Je toto téma shodné i pro PR část zakázky?

#### 3. Otázka:

V jakém termínu má odstartovat první kampaň?

#### Odpověď:

V zadávací dokumentaci je v bodu 6.3.2 výslovně uvedeno, že zadavatel bude hodnotit "Návrh strategie reklamní kampaně, včetně komunikačních kanálů a forem komunikace". Předpokládáme, že takový návrh bude zpracován na základě veřejně dostupných informací o SÚKL. Z výše uvedeného důvodu Ústav nebude zodpovídat konkrétní dotazy, neboť veškeré informace potřebné ke zpracování nabídky jsou veřejně dostupné.

Termín startu kampaně bude dohodnut na začátku spolupráce s vybraným uchazečem.

#### 4. Otázka:

Předmět plnění – str. 2 zadávací dokumentace, kap. 1.2 odst. 2) Poskytování služeb reklamního, marketingového a organizačního charakteru pro realizaci reklamních a informačních kampaní

- Počítá se, že z celkového budgetu půjdou i položky jako: nákup médií nebo inzertní provize?
- Počítá se, že z celkového budgetu půjdou i položky jako? Tiskové materiály?
- Odst. 2 bod d) tvorba podkladů – jakých konkrétně? Pouze tiskových nebo i nějaké jiné reklamní předměty?
- Odst. 2 bod.e) příprava a zajištění konferencí – jsou tím myšleny tiskové konference nebo nějaké jiné.
- Jaké komunikační kanály obvykle SÚKL v rámci komunikace konkr.kampaně používá?

#### Odpověď:

Celkový maximální rozpočet se váže k předmětu plnění, který je uveden v bodu 1.2 zadávací dokumentace a zahrnuje činnosti uvedené v odstavci 2. Netýká se nákupu médií ani fyzické výroby podkladů.

Ano, v odstavci 2, písmeno d) jsou myšleny tiskové konference.

#### 5. Otázka:

Návrh strategie reklamní kampaně – „Problematika stanovování maximálních cen léčivých přípravků a výše a podmínek jejich úhrady“ – zadávací dokumentace str. 4, odst. 2.8 písm. f).

- Jedná se o jednotlivou kampaň z řady připravovaných (viz str. 2, kap. 1.2, odst. 2, kde se hovoří o předpokládaném počtu „dvou kampaní za kalendářní rok“). Nebo jde o „celkovou kampaň, která bude trvat po celou dobu zakázky, tj. 3 roky?
- Jaký je záměr kampaně a na koho cílí?
- Jakým způsobem doposud SÚKL tuto problematiku komunikoval? S jakým výsledkem?
- V případě jednotlivé kampaně půjdou veškeré náklady z rozpočtu části reklamního a marketingového charakteru pro realizaci reklamních a informačních kampaní? Jaký je strop?

#### Odpověď:

Viz. první odpověď. Návrh strategie reklamní kampaně, včetně komunikačních kanálů a forem komunikace pro téma stanovování maximálních cen léčivých přípravků a výše a podmínek jejich úhrady“ je hodnotícím kritériem. Způsob hodnocení nabídek je uveden v bodu 6.3.2.1 zadávací dokumentace.

#### 6. Otázka:

Podmínky a požadavky na zpracování nabídky

- Zadávací dokumentace str. 4, kap. 2.9 odst. G) Podrobný popis a specifikace nabízeného plnění, včetně údajů prokazujících splnění technických požadavků zadavatele – rozumí se tím „Technické kvalifikační předpoklady“ viz kap. 3.6.6?

#### Odpověď:

Ano, jedná se o technické kvalifikační předpoklady.

#### 7. Otázka:

Požadavky na nabídku a kvalifikaci uchazečů

- Zadávací dokumentace str. 7, kap. 3.2.6, zde se hovoří o předložení seznamu alespoň 3 významných služeb (zakázek) obdobného charakteru ... v posledních 3 letech s uvedením jejich rozsahu ... když se poté v odst. D se opět hovoří o předložení „seznamu minimálně 2 komunikačních kampaní zaměřených na veřejnost obdobného rozsahu v oblasti zdravotnictví za poslední rok“ – tzn. tyto 2 komunikační kampaně můžeme uvést v rámci výše zmíněných 3 významných služeb (zakázek)?

#### Odpověď:

Budou-li komunikační kampaně požadované v odst. d) splňovat kritéria uvedená v úvodu kapitoly 3.2.6, pak mohou být uvedeny.

#### 8. Otázka:

Způsob zpracování nabídkové ceny – str.9 zadávací dokumentace, kap. 4.1

- Je správný náš předpoklad, že nabídková cena za jednotlivé části předmětu veřejné zakázky zpracovaná za 1 hodinu činnosti se vypočítá na základě jednoduchého vzorce: Nabídková cena za danou část celkem děleno počtem hodin (např. v bodu 2 je celkový počet hodin 800 \* 3 roky)?

#### Odpověď:

Zadavatel bude posuzovat nabídkovou cenu za jednu hodinu činností. Způsob zpracování nabídkové ceny je uveden v bodu 4.1. zadávací dokumentace. Zadavatel předpokládá čerpání 800 hodin v rámci kalendářního roku, avšak jak je uvedeno v bodu 1.3. zadávací dokumentace, zadavatel si vyhrazuje právo omezit rozsah předmětu zakázky na 400 hodin v rámci kalendářního roku.

V Praze dne 15.7.2011

Zpracoval: Kettner