

Dodatečné informace k ZD - 5
VZ40/2012 „Nákup reklamního prostoru pro účely kampaní SÚKL v roce 2012“

Otázka č. 1:

- 1) Jak je definována cílová skupina? Cílíme na širokou veřejnost? Popřípadě je možné podrobněji specifikovat nebezpečné léky např. kvůli umísťování sponzoringových vzkazů?

Odpověď:

Cílové skupiny jsou jednoznačně definovány na obou webových stránkách. Jednotlivě:

- a) Stránky **O lécích.cz** byly vytvořeny Státním ústavem pro kontrolu léčiv (SÚKL) a **jsou určeny pro širokou laickou veřejnost**. Jejich cílem je zejména:

- zpřístupnit garantované informace, jejichž je SÚKL vlastníkem,
- vzdělávat a informovat veřejnost v oblasti lékové problematiky,
- chránit společnost před neověřenými a nepřesnými informacemi z lékové oblasti.

- b) **Nebezpečné léky.cz:**

Cílovou skupinu webové stránky lze definovat jako potenciální nakupující léčivých přípravků přes internet s důrazem na tři základní oblasti:

- nakupování přípravků na erektilní dysfunkci,
- nakupování přípravků na hubnutí,
- nakupování anabolik.

I zde jsou cílové skupiny patrné na webové stránce, která mj. obsahuje reklamní videa všech tří výše jmenovaných skupin.

Otázka č. 2:

- 2) U bodu 1.2 b) se rozumí grafickými podklady nehotová data (loga, fotky, nezalomený text), který bude nutno ještě graficky finalizovat (zapojení kreativní agentury) či se tím myslí hotové podklady, již připravené pro nasazení do médií?

Odpověď:

Zadavatel dodá kompletní hotové podklady, které se v současné době finalizují. Zadavatel požaduje pouze nákup reklamního prostoru.

Otázka č. 3:

- 3) U bodu 3.5 – „Významné služby se musí týkat realizace pro veřejného zadavatele ve zdravotnictví.“ – je tento požadavek rozhodující? Nebo by stačila kombinace veřejných zakázek z jiných sektorů a zakázek soukromých zadavatelů ze zdravotnictví?

Odpověď:

Jedná se o technický kvalifikační předpoklad, který, nebude-li splněn v rozsahu stanoveném bodem 3.5 zadávací dokumentace, povede k vyloučení uchazeče z důvodu nesplnění technických kvalifikačních předpokladů.

Smlouva – zde máme několik bodů k mandatorním částem budoucí smlouvy. Prosím o vaše stanovisko.

Otázka č. 4:

- 4) U bodu 5.4 musíme zohlednit, že po závazném objednání inzerce u dodavatele je kampaň pod 100% storno poplatkem v případě jejího zrušení. Jedná se o obecné pravidlo platné pro celý trh a navrhujeme tedy toto zakomponovat do návrhu smlouvy.

Odpověď:

K Vámi navrhované změně ustanovení případné budoucí smlouvy zadavatel nemůže přistoupit.

Otázka č. 5:

- 5) V obchodních podmínkách u bodu 7.4 j) není u všech mediatypů z technického hlediska možné vyměnit již použité podklady do 3 dnů. Navrhujeme rozšířit tento paragraf také o možnost náhradního plnění jako kompenzace za špatné uveřejnění.

Odpověď:

Zadavatel souhlasí s návrhem k rozšíření paragrafu o možnost náhradního plnění jako kompenzace za špatné uveřejnění.

Otázka č. 6:

- 6) V bodě 7.4 l) souhlasíme se sankčními podmínkami v rámci závazku mlčenlivosti, zároveň však navrhujeme, aby byl závazek a z něho vyplývající sankce platné pro obě smluvní strany.

Odpověď:

Vzhledem k povaze budoucí smlouvy a jejího plnění bude tok dat a informací směřován pouze od zadavatele k dodavateli. Zadavatel nepředpokládá, že by získal jakékoliv informace, které by bylo třeba smluvně ošetřovat závazkem mlčenlivosti. Jedná se standardní zajišťovací prostředek ve smluvních vztazích mezi Ústavem a jeho dodavateli.

V Praze dne 25.4.2012

Zpracoval: Kettner