

Dodatečné informace k ZD - 8
VZ40/2012 „Nákup reklamního prostoru pro účely kampaní SÚKL v roce 2012“

Otázka:

V zadání není uveden termín indoor kampaně v centrech zaměřených na zdravý životní styl. Vzhledem k tomu, že u všech dalších mediatypů jsou termíny určeny přesně, nechceme časování kampaně domýšlet bez vašeho odsouhlasení. Prosím tedy o upřesnění.

Odpověď:

Termín indoor kampaně byl zadavatelem zamýšlen kdykoliv v plánovaném průběhu kampaně, který je specifikován v bodu 1.3 zadávací dokumentace, a to v minimálním trvání jednoho měsíce.

V Praze dne 18.5.2012
Zpracoval: Kettner