

DODATEČNÉ INFORMACE K ZADÁVACÍM PODMÍNKÁM

Název zakázky: **„Komunikační kampaň jaro/ léto - Východní Morava, kouzlo rozmanitosti“**
Číslo zakázky: CCRVM-VZ/2017/2/01
Forma zadání: Veřejná zakázka malého rozsahu dle směrnice o zadávání zakázek CCRVM, v platném znění

Zadavatel poskytuje dodatečné informace k zadávacím podmínkám. Tyto dodatečné informace poskytuje zadavatel všem dodavatelům, kteří požádali o poskytnutí zadávací dokumentace nebo kterým byla zadávací dokumentace poskytnuta, vyjma těch, kteří zadavateli oznámili svoji neúčast.

Zadavatel obdržel dne 10. 3. 2017 a 13. 3. 2017 dotazy uchazeče tohoto znění:

1. Jedná se o celorepublikovou kampaň nebo předpokládáme více méně preferenční sousední regiony (Olomoucký, Moravskoslezský, Jihomoravský + rakouské regiony) s tím, že celorepublikovou kampaň bychom namysleli v rámci on-line strategie? (dotýkám se tím i celkového budgetu na kampaň)
2. Myslíme si, že účinnější v rámci komunikace by byla PR kampaň. Je na místě s touto PR kampaní počítat nebo jako agentura řešíte PR samostatně?
3. Jaké barokní památky preferujete - jsou ty nejznámější nebo ty méně známé ve smyslu „objevte barokní památky...“. Je možno získat seznam těchto preferovaných?

Odpovědi zadavatele:

1. Předpokládáme správně, rozpočet opravdu není vysoký. Kromě moravských regionů bychom ale rádi oslovili i Pardubický kraj. Totéž i u rakouských regionů (jen ty pro nás spádové). On-line kampaň pak celorepubliková.
2. PR děláme, ale ne v takovém rozsahu, takže může být řešeno PR kampaní s tím, že my bychom ji mohli ještě vlastními postupy posílit.
3. Počítáme s tím, že v kampani budou k dosažení zájmu potenciálních návštěvníků komunikovány všeobecně známé barokní památky, které již nyní přitahují pozornost návštěvníků. K takovým patří například památky UNESCO v Kroměříži, známé barokní sakrální stavby (např. kostel sv. Jana Křtitele v Kroměříži, bazilika na sv. Hostýně, bazilika ve Velehradu, poutní chrám ve Zlíně – Štípně, chrám Neposkvrněného početí Panny Marie v Uherském Brodě), barokní zámek a zahrada v Buchlovicích. Současně považujeme za vhodné, aby kampaň „objevila“ také méně známé barokní památky s dobrým turistickým potenciálem, jakými jsou např. barokní hřbitov ve Střílkách (národní kulturní památka), barokní zámek, kostel Nanebevzetí Panny Marie s barokní Černou kaplí, Šachova synagoga (židovská památka) v Holešově či barokní dřevěný kostel ve Velkých Karlovicích, které dokládají rozmanitost regionu. Zadavatel nemá v úmyslu omezovat uchazeče výčtem turistických cílů, které mohou či nemohou být v kampani využity resp. komunikovány, výstupem komunikace má být pozvánka do regionu, nikoliv propagace jednotlivých míst.

Ve Zlíně dne 13. 3. 2017

PhDr. Dana Daňová, ředitelka