

PhDr. Dana Daňová  
ředitelka, statutární zástupce

Ve Zlíně, 16. listopadu 2012  
CCR-DCR/74/2012

**Dodatečné informace k zakázce č. DCR-VZ/2012/N/01**

**DODATEČNÉ INFORMACE Č. 2**

Název zakázky: **Zajištění kampaní a propagačních tiskovin pro Východní Moravu**

Číslo zakázky: **DCR-VZ/2012/N/01**

**a) Identifikační údaje o zadavateli:**

Název: **Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s.**  
Sídlo: **J. A. Bati 5520, Zlín, PSČ 761 90**  
Identifikační číslo: **27744485**  
Zastoupená: **PhDr. Danou Daňovou, ředitelkou, statutární zástupkyní**  
Telefon: **577 043 900**  
Zapsaná u KOS, oddíl O, vložka 338

**b) Dne 13. 11. 2012 byly zadavateli doručeny žádosti o dodatečné informace v tomto znění:**

Dotaz č. 1

„Máme počítat s 20 % DPH? (vzhledem k vládním jednání skrz DPH)“

Dotaz č. 2

„Str 4, Mapa zážitků – kdo vybere TOP cíle? Dodavatel, nebo zadavatel? Případně dodavatel v kooperaci s autoritou v oboru? Text k těmto cílům dodá zadavatel, či dodavatel?“

### Dotaz č. 3

„Str 4, Mapa zážitků – Dodavatel zajistí: „...distribuce do tisku typu deník ...“ myslí se tím zde vkládka do deníku (nákup mediálního prostoru)? Nebo jen dodání určitého počtu ks do redakcí deníku?“

### Dotaz č. 4

„Str 5 – co je prosím „Průvodce putování po rozmanitostech Východní Moravy“? Můžeme prosím dostat el. verzi? Jak moc je propojení s tímto dokumentem závazné?“

### Dotaz č. 5

„Str 5 – Mapa zážitků - „Návrh distribuce, vč. počtu ks ...“ – distribuce musí být přímo vkládkou (extra příloha vložena do deníku/časopisu/...)? Nebo společně kameloty/stojany s deníkem?“

### Dotaz č. 6

„Str 6 – Průvodce putování po rozmanitostech VM – můžete nám prosím tento dokument zaslat v el. formě? Máte k tomuto dokumentu otevřená data (AI, PSD, ...)?“

### Dotaz č. 7

„Str 5 – Turistické atraktivity Valašska – zde nepožadujete grafické ani textařské práce? Dodáte vlastní grafiku v otevřených formátech pro úpravu?“

### Dotaz č. 8

„Str 5 – Trhací cyklomapa Zlínska a Luhačovicka – zde nepožadujete grafické ani textařské práce? Dodáte vlastní grafiku v otevřených formátech pro úpravu?“

### Dotaz č. 9

„Tiskoviny 1-7 v části A) – ke všem připravit odborné zpracování textu, korektury – nebo vždy jen to, co je u každé explicitně vypsáno? (někde jen tisk a DTP práce, jinde text + korektury)“

### Dotaz č. 10

„Musí být subdodavatelé (tiskárny) z ČR? Chcete případné subdodavatele řešit vlastní smlouvou?“

### Dotaz č.11

„Co je vlastně důvodem změny dokumentů, jako je Turistický průvodce Východní Moravy – je to nespokojenost s aktuální grafikou? Nebo jen snaha inovovat grafiku? Případně obsah –



aktualizace zajímavých lokality, termínů akcí? Možná pouze nutnost výběrového řízení na každý rok zvlášť.“

#### Dotaz č. 12

„Co je to IC Tour? (kampaně na podporu turismu, obecně?)“

#### Dotaz č. 13

„Str 8 – preferované aktivity v rámci celorepublikové kampaně na podporu cestovního ruchu – mají být tedy naše navržené aktivity podobné? Nebo splňovat nějaká podobná“

#### Dotaz č. 14

„Fakturace – je možné v části B) Mediální kampani, dílčí fakturace vždy za proběhnutou aktivitu? (např. za inzerci v tisku, splatnost 30 dní), příp. vždy za každý měsíc (médiu poběží celý rok a v rámci nejlepší možné ceny médií bude jistě nakupováno médium na co nejdelší dobu v největším možném objemu = sleva za media)“

#### Dotaz č. 15

„Str 10 – deníky celostátní i regionální – vklad do deníku, jde opravdu o vklad brožury/mapy do deníku? Je požadavek na min. počet kusů?“

#### Dotaz č. 16

„Kvalifikační předpoklady – část A) musí být 3 zakázky v hodnotě 375 000 Kč vč. DPH od různých klientů? Nebo může být od jednoho klienta vše? Mohou to být propagační materiály, produktové katalogy s fotkami – nebo to musí být přímo tiskoviny s mapami?“

#### Dotaz č. 17

„Kvalifikační předpoklady – část B) Mohou to být kombinované kampaně (např. TV + tisk), nebo vždy jen jedno médium za 500 000 Kč, 750 000 Kč resp. 1 150 000 Kč?“

#### Dotaz č. 18

„Předání nabídky – můžeme nabídku dovést až 3. 1. 2013 v 9 hod na podatelnu (21. budova) fyzicky?„

#### Dotaz č. 19

„Můžeme být přítomni u otevírání obálek? (v tentýž den, 3. 1. 2013)“

#### Dotaz č. 20

„Oznamuje se veřejně při otevírání obálek částka jednotlivých nabídek?“



### Dotaz č. 21

„z dodatečných informací č. 1 vyplynulo (na rozdíl od zadávací dokumentace), že se u Mapy Kroměřížsko a Hostýnské vrchy počítá s aktualizací a úpravami v rozsahu cca 30%.

Dotaz: počítá se s aktualizacemi a úpravami i v případě materiálů: Turistické atraktivity Valašska, Trhací cyklomapy Zlínska a Luhačovicka nebo se jedná opravdu o pouhý dotisk z dodaných podkladů.“

### Dotaz č. 22

„Prosíme o konkretizaci pojmu Reliéfní mapa (Valašský rok turisty), popřípadě odkaz na nějakou ukázkou. V praxi se pod tímto pojmem setkáváme s různými formami provedení map. Od mapy pouze se stínovaným terénem až po plastickou lisovanou mapu. My si pod tímto pojmem představujeme mapu doplněnou stínováním a hypsometrií (barevné vyjádření výškopisu).“

### Dotaz č. 23

„V hodnotících kritériích ZD (Kvalita navrhovaného řešení - str. 12) je uvedeno jako hodnotící kritérium Grafický návrh řešení... U vymezení předmětu plnění, část A - Mapa zážitků je však uvedeno jako hodnotící kritérium (str. 5 ZD) kromě grafické podoby i kritérium Návrh tipů na speciální programy....Která kritéria jsou tedy platná a závazná?“

### c) Dodatečné informace k zadávací dokumentaci:

#### Dotaz č. 1:

„Máme počítat s 20 % DPH? (vzhledem k vládním jednání skrz DPH)“

#### Odpověď na dotaz č. 1:

Nabídková cena ve smyslu hodnotícího kritéria bude posuzována bez DPH.

Doplňte výši DPH dle sazby uvedené v zadávacích podmínkách, skutečná sazba DPH bude stanovena ke dni zdanitelného plnění.

#### Dotaz č. 2:

„Str 4, Mapa zážitků – kdo vybere TOP cíle? Dodavatel, nebo zadavatel? Případně dodavatel v kooperaci s autoritou v oboru? Text k těmto cílům dodá zadavatel, či dodavatel?“

#### Odpověď na dotaz č. 2:

Výběr TOP cílů je součástí celkové tvorby propagační tiskoviny, tj. prvotní výběr provede dodavatel a bude dále konzultován se zadavatelem zakázky, který provede finální schválení části i celkového díla. Obdobně je to v případě tvorby textu.



Dotaz č. 3:

„Str 4, Mapa zážitků – Dodavatel zajistí: „...distribuce do tisku typu deník ...“ myslí se tím zde vkládka do deníku (nákup mediálního prostoru)? Nebo jen dodání určitého počtu ks do redakcí deníku?“

Odpověď na dotaz č. 3:

Tímto je myšlen nákup mediálního prostoru pro vložení tiskoviny do vybraného deníku.

Dotaz č. 4:

„Str 5 – co je prosím „Průvodce putování po rozmanitostech Východní Moravy“? Můžeme prosím dostat el. verzi? Jak moc je propojení s tímto dokumentem závazné?“

Odpověď na dotaz č. 4:

Jde o propagační materiál Centrály cestovního ruchu Východní Moravy.

Elektronickou verzi ve formátu pdf poskytneme uchazeči na vyžádání. Propojení s Mapou zážitků je závazné.

Dotaz č. 5:

„Str 5 – Mapa zážitků - „Návrh distribuce, vč. počtu ks ...“ – distribuce musí být přímo vkládkou (extra příloha vložena do deníku/časopisu/...)? Nebo společně kameloty/stojany s deníkem?“

Odpověď na dotaz č. 5:

Jde o distribuci do tisku typu deník (oblast zásahu Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj, Jihomoravský kraj), distribuci do sídla objednatele a do cca. 350 subjektů na území Zlínského kraje.

Dotaz č. 6:

„Str 6 – Průvodce putování po rozmanitostech VM – můžete nám prosím tento dokument zaslat v el. formě? Máte k tomuto dokumentu otevřená data (AI, PSD, ...)“

Odpověď na dotaz č. 6:

Pro potřeby nabídky považuje zadavatel elektronickou podobu v náhledovém pdf formátu za dostatečnou k sestavení nabídky. I s ohledem na licenční práva nelze otevřená data poskytnout.

Dotaz č. 7:



„Str 5 – Turistické atraktivity Valašska – zde nepožadujete grafické ani textařské práce? Dodáte vlastní grafiku v otevřených formátech pro úpravu?“

Odpověď na dotaz č. 7:

Pokud není v zadávací dokumentaci uvedeno výslovně, že se jedná o dotisk či aktualizaci, má se za to, že zadavatel požaduje vytvoření zcela nového materiálu, tzn., že zadavatel požaduje kompletní tvorbu tohoto propagačního materiálu.

Dotaz č. 8:

„Str 5 – Trhací cyklomapa Zlínska a Luhačovicka – zde nepožadujete grafické ani textařské práce? Dodáte vlastní grafiku v otevřených formátech pro úpravu?“

Odpověď na dotaz č. 8:

Pokud není v zadávací dokumentaci uvedeno výslovně, že se jedná o dotisk či aktualizaci, má se za to, že zadavatel požaduje vytvoření zcela nového materiálu, tzn., že zadavatel požaduje kompletní tvorbu tohoto propagačního materiálu.

Dotaz č. 9:

„Tiskoviny 1-7 v části A) – ke všem připravit odborné zpracování textu, korektury – nebo vždy jen to, co je u každé explicitně vypsáno? (někde jen tisk a DTP práce, jinde text + korektury)“

Odpověď na dotaz č. 9:

Pokud není v zadávací dokumentaci uvedeno výslovně, že se jedná o dotisk či aktualizaci, má se za to, že zadavatel požaduje vytvoření zcela nového materiálu. Pouze u materiálu Mapa Kroměřížsko a Hostýnské vrchy půjde o dotisk s drobnou aktualizací a u materiálu Průvodce po rozmanitostech Východní Moravy se jedná o aktualizaci v rozsahu do 30 %.

Dotaz č. 10:

„Musí být subdodavatelé (tiskárny) z ČR? Chcete případné subdodavatele řešit vlastní smlouvou?“

Odpověď na dotaz č. 10:

Subdodavatelé nemusí být pouze z České republiky a řešit vlastní smlouvou je nebudeme.

Dotaz č. 11:

„Co je vlastně důvodem změny dokumentů, jako je Turistický průvodce Východní Moravy – je to nespokojenost s aktuální grafikou? Nebo jen snaha inovovat grafiku? Případně obsah – aktualizace zajímavých lokality, termínů akcí? Možná pouze nutnost výběrového řízení na každý rok zvlášť.“



### Odpověď na dotaz č. 11:

S ohledem na skutečnost, že dochází k neustálým velkým infrastrukturálním investicím v sektoru cestovního ruchu, je nutné neustále aktualizovat obsahovou stránku jednotlivých propagačních tiskovin. Mapa zážitků a Průvodce putování po rozmanitostech Východní Moravy jsou s ohledem na vysoko nákladovost a distribuční zacílení nosnými tiskovinami regionu, z čehož vyplývá, že spolu musí obsahově i graficky korespondovat.

### Dotaz č. 12:

„Co je to IC Tour? (kampaně na podporu turismu, obecně?)“

### Odpověď na dotaz č. 12:

Jedná se o nastavení a zajištění prezentace Východní Moravy na 50 místech (např. náměstích, informačních center, obchodních center...).

Prezentace by měla být na základě vhodně zvolené formy komunikace s významnými Informačními centry v České republice. Tato komunikace by měla probíhat osobní formou, tzn. v podobě promoakce v navržených informačních centrech, obchodních centrech, náměstích apod. a to opakovaně za účelem podpory propagace nabídky Východní Moravy v dané lokalitě.

### Dotaz č. 13:

„Str 8 – preferované aktivity v rámci celorepublikové kampaně na podporu cestovního ruchu – mají být tedy naše navržené aktivity podobné? Nebo splňovat nějaká podobná kritéria?“

### Odpověď na dotaz č. 13:

Pokud se tím myslí celorepubliková kampaně realizovaná v rámci aktivit na podporu domácího cestovního ruchu agentury CzechTourism, je nutné zdůraznit, že tyto dvě kampaně jsou na sobě nezávislé, což ale neznamená, že by měli být zcela protichůdné nebo nekorespondující.

### Dotaz č. 14:

„Fakturace – je možné v části B) Mediální kampani, dílčí fakturace vždy za proběhnutou aktivitu? (např. za inzerci v tisku, splatnost 30 dní), příp. vždy za každý měsíc (médiu poběží celý rok a v rámci nejlepší možné ceny médií bude jistě nakupováno médium na co nejdelší dobu v největším možném objemu = sleva za média)“

### Odpověď na dotaz č. 14:

Dílčí fakturace bude probíhat po ukončení dílčího plnění kampaně zacílené na jednotlivá média, případně po ukončení dílčího plnění v předem dohodnutém časovém horizontu.

### Dotaz č. 15:



„Str 10 – deníky celostátní i regionální – vklad do deníku, jde opravdu o vklad brožury/mapy do deníku? Je požadavek na min. počet kusů?“

Odpověď na dotaz č. 15:

Deníky celostátní i regionální – požadujeme nastavení inzercí, příloh, případně vkladek do 1, maximálně 2 druhů deníků. Počet kusů a regionální zacílení nastaví dodavatel v rámci mediálního plánu s prioritou zásahu požadovaných cílových skupin.

Dotaz č. 16:

„Kvalifikační předpoklady – část A) musí být 3 zakázky v hodnotě 375 000 Kč vč. DPH od různých klientů? Nebo může být od jednoho klienta vše? Mohou to být propagační materiály, produktové katalogy s fotkami – nebo to musí být přímo tiskoviny s mapami?“

Odpověď na dotaz č. 16:

Referenční zakázky obdobného charakteru mohou být od jednoho objednatele. Může se jednat o propagační materiály, produktové katalogy s fotkami a obecně tiskoviny s mapami.

Dotaz č. 17:

„Kvalifikační předpoklady – část B) Mohou to být kombinované kampaně (např. TV + tisk), nebo vždy jen jedno médium za 500 000 Kč, 750 000 Kč resp. 1 150 000 Kč?“

Odpověď na dotaz č. 17:

V tomto případě to mohou být i kombinované kampaně.

Dotaz č. 18:

„Předání nabídky – můžeme nabídku dovést až 3. 1. 2013 v 9 hod na podatelnu (21. budova) fyzicky?„

Odpověď na dotaz č. 18:

Ano, řádně označenou obálku s nabídkou můžete podat fyzicky dne 3. 1. 2013 do 10 hod. do kanceláře č. 317 v sídle zadavatele. Podání na podatelnu Krajského úřadu je možné ve dnech 27. - 31. 12.2012.

Dotaz č. 19:

„Můžeme být přítomni u otevírání obálek? (v tentýž den, 3. 1. 2013)“

Odpověď na dotaz č. 19:

Ano, zástupce uchazeče má možnost se zúčastnit otevírání obálek. Otevírání obálek se uskuteční dne 3. 1. 2013 od 10:30 hod. v zasedací místnosti č. 315 v sídle zadavatele.





Dotaz č. 20:

„Oznamuje se veřejně při otevírání obálek částka jednotlivých nabídek?“

Odpověď na dotaz č. 20:

Ano, u otevírání obálek s nabídkami se přítomným sdělí nabídkové ceny všech uchazečů.

Dotaz č. 21:

„z dodatečných informací č. 1 vyplynulo (na rozdíl od zadávací dokumentace), že se u Mapy Kroměřížsko a Hostýnské vrchy počítá s aktualizací a úpravami v rozsahu cca 30%.

Dotaz: počítá se s aktualizacemi a úpravami i v případě materiálů: Turistické atraktivity Valašska, Trhací cyklomapy Zlínska a Luhačovicka nebo se jedná opravdu o pouhý dotisk z dodaných podkladů.“

Odpověď na dotaz č. 21:

Pokud není v zadávací dokumentaci uvedeno výslovně, že se jedná o dotisk či aktualizaci, má se za to, že zadavatel požaduje vytvoření zcela nového materiálu.

To znamená, že materiály Turistické atraktivity Valašska a Trhací cyklomapa Zlínska a Luhačovicka budou nově vytvořeny a u materiálu Mapa Kroměřížsko a Hostýnské vrchy půjde o dotisk s drobnou aktualizací.

Dotaz č. 22:

„Prosíme o konkretizaci pojmu Reliéfní mapa (Valašský rok turisty), popřípadě odkaz na nějakou ukázkou. V praxi se pod tímto pojmem setkáváme s různými formami provedení map. Od mapy pouze se stínovaným terénem až po plastickou lisovanou mapu. My si pod tímto pojmem představujeme mapu doplněnou stínováním a hypsometrií (barevné vyjádření výškopisu).“

Odpověď na dotaz č. 22:

U tohoto materiálu zadavatel požaduje reliéfní mapy ve smyslu stínování a hypsometrie.

Dotaz č. 23:

„V hodnotících kritériích ZD (Kvalita navrhovaného řešení - str. 12) je uvedeno jako hodnotící kritérium Grafický návrh řešení... U vymezení předmětu plnění, část A - Mapa zážitků je však uvedeno jako hodnotící kritérium (str. 5 ZD) kromě grafické podoby i kritérium Návrh tipů na speciální programy....Která kritéria jsou tedy platná a závazná?“

Odpověď na dotaz č. 23:

V rámci hodnotícího kritéria Kvalita navrhovaného řešení a jeho podkritéria Grafický návrh řešení předmětu veřejné zakázky, (tj. předloží grafický návrh celé Mapy zážitků a grafickou podobu reliéfní mapy Valašský rok) se bude samozřejmě hodnotit i obsahová stránka (návrh

tipů na speciální programy, výlety a aktivní vyžití s propojením na Průvodce putování po rozmanitostech Východní Moravy). Váha podkritéria 70 %

A dále v rámci hodnotícího kritéria Kvalita navrhovaného řešení bude hodnoceno podkritérium Návrh distribuce Mapy zážitků a zdůvodnění proč byla vybrána právě daná distribuční místa. Popis řešení a zdůvodnění na max. 3 strany. Váha podkritéria 30 %

.....S pozdravem



Centrála cestovního ruchu  
Východní Moravy, o.p.s.  
sídl: J.A. Bati 5520  
761 90 Zlín  
IČ: 277 44 485

③

