

## Vyhodnocení připomínek k zadávací dokumentaci

Název zadavatele:	Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism, IČ: 492 77 600, DIČ: CZ49277600
Sídlo zadavatele:	Praha 2, Vinohradská 46, PSČ: 120 41
Název veřejné zakázky:	<b>Marketingová kampaň na podporu domácího cestovního ruchu</b>
Evidenční číslo:	<b>VZ-2010/250/14</b>
Druh zadávacího řízení:	Otevřené řízení
Řízení probíhá v rámci projektu:	Marketingové aktivity ke zvýšení povědomí o domácím cestovním ruchu, registrační číslo: CZ.1.06/4.1.00/04.01361 a CZ.1.06/4.1.00/04.01362, který je spolufinancován z prostředků Evropské unie a státního rozpočtu.

Zadavatel tímto informuje ve smyslu ustanovení § 49 odst. 2 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách v platném znění (dále jen „zákon“), o žádostech o dodatečné informace k zadávací dokumentaci shora uvedené veřejné zakázky.

Pořadí	Datum doručení žádosti	Způsob doručení žádosti
1.	9.3.2010, 11:13	Doručeno elektronicky
Přesné znění žádosti		
U tiskové reklamy v části kampaně na zvýšení popularity turistických informačních center píšete, že obsahem kampaně budou PR články. Ty jste v zadání výše (u kampaně na podporu DCR) definovali jako "neplacený prostor v tiskovinách". V části kampaně na zvýšení popularity TIC nicméně dále žádáte o mediaplán na tyto PR články, což by se, pokud by se jednalo o neplacené PR (neplacený prostor v tiskovinách), zdálo jako irelevantní. Proto se chci zeptat, zda máte v tomto případě (u části kampaně na zvýšení popularity TIC) na mysli oněmi PR články placený prostor - tedy advertorialy? A k nim příslušný mediaplán?		
Vyhodnocení		
PR článek je pro kampaň Turistických informačních center považován za placený prostor a uchazeč v rámci své nabídky předloží také mediaplán pro tuto část kampaně.		

V Praze, dne 9.3.2010

.....  
 Pavel Kosař,  
 Ředitel odboru Marketing a externí služby  
 Pověřený řízením ČCCR - CzechTourismu