

[všetkým známým záujemcom]

V Bratislave dňa 16.03.2020

**VEC: Vysvetlenie súťažných podkladov č. 2 – Marketingová a mediálna kampaň pre projekt „Svätomariánska púť (Svetlo z východu)“**

Verejný obstarávateľ **Prešovský samosprávny kraj**, so sídlom Námestie mieru 2, 080 01 Prešov (ďalej aj ako „**Verejný obstarávateľ**“) v súlade so zákonom č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej aj ako „**ZVO**“) výzvou na predkladanie ponúk, ktorá bola dňa 03.03.2020 uverejnená vo Vestníku verejného obstarávania číslo 51/2020 pod označením 10812 - WYS (ďalej aj ako „Výzva“), vyhlásil verejné obstarávanie na predmet zákazky „*Marketingová a mediálna kampaň pre projekt „Svätomariánska púť (Svetlo z východu)“*“ (ďalej aj ako „**Zákazka**“).

Spoločnosť **Tatra Tender s. r. o.**, so sídlom Krčméryho 16, 811 04 Bratislava, Slovenská republika realizuje pre Verejného obstarávateľa predmetnú verejnú súťaž na obstaranie Zákazky a na základe poverenia Verejného obstarávateľa vykonáva v mene Verejného obstarávateľa niektoré úkony spojené s jej realizáciou.

Verejnému obstarávateľovi boli v procese verejného obstarávania doručené nižšie uvedené otázky / žiadosti o vysvetlenie súťažných podkladov. V súlade ustanovením § 48 Zákona Verejný obstarávateľ všetkým záujemcom poskytuje nižšie uvedené odpovede / vysvetlenia uvedené v tabuľke.

Žiadosti o vysvetlenie / doplnenie súťažných podkladov	
Číslo	Otázka / obsah žiadosti a odpoveď
1	<p>Otázka:</p> <p>Verejný obstarávateľ uvádza v súťažných podkladoch v časti 2.1. Realizácia TV spotu nasledujúcu podmienku:</p> <p>– „Uverejnenie žiadame v rámci televízií, ktorých sledovanosť dosiahla podiel minimálne 15% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 3. a 4. kvartál roku 2019 (<a href="http://www.median.sk/pdf/2019/ZS194SR.pdf">http://www.median.sk/pdf/2019/ZS194SR.pdf</a>).“</p> <p>„Nasadenie v rámci iných, v danej štúdii nezverejnených televízií (s celoslovenským alebo regionálnym pokrytím) je možné iba súčasne s požadovaným nasadením, tzn. spot môže byť vysielaný aj v inej televízii pokiaľ bola splnená podmienka sledovanosti v inej televízii;“</p> <p>Podľa dát uvedených poskytnutých agentúrou Median za 3. a 4. kvartál roku 2019 spĺňajú uvedenú podmienku len 3 celoslovenské televízie, konkrétne TV Markíza, TV JOJ a Jednotka. Verejný obstarávateľ zároveň pripúšťa uverejnenie aj v iných televíziách, ktoré spĺňajú podmienku sledovanosti 15% trhu. Znamená to, že verejný obstarávateľ akceptuje uverejnenie spotov iba v uvedených televíziách TV Markíza, TV JOJ a STV 1?</p>



	<p>Alebo verejný obstarávateľ akceptuje uverejnenie aj v iných televíziách, ktoré majú 15% podiel, ako to pripúšťa v ďalšom bode (s celoslovenským alebo regionálnym pokrytím)? Ak bude obstarávateľ akceptovať uverejnenie aj v iných televíziách akú inú metodiku na meranie trhového podielu bude akceptovať? Napr. prieskum samotných televízií?</p> <p><b>Odpoveď:</b></p> <p>Položená otázka je zjavne vyvolaná určitým obsahovým nesúlalom v ustanoveniach bodu 2.1 v Položke č. 2: REALIZÁCIA KAMPANE V MÉDIÁCH, Časť B. Opis predmetu zákazky súťažných podkladov. Tento nesúlad verejný obstarávateľ odstráni tak, že z dotknutého bodu vypustí predposlednú odrážku uvedeného ustanovenia. Rovnako bude postupovať aj pri bode 2.2. Verejný obstarávateľ vykoná v tejto súvislosti zmenu súťažných podkladov.</p>
2	<p>Otázka:</p> <p>Verejný obstarávateľ uvádza v súťažných podkladoch v časti 2.1. Realizácia TV spotu nasledujúcu podmienku:</p> <p>„Uverejnenie žiadame v rámci televízií, ktorých sledovanosť dosiahla podiel minimálne 15% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 3. a 4. kvartál roku 2019 (<a href="http://www.median.sk/pdf/2019/ZS194SR.pdf">http://www.median.sk/pdf/2019/ZS194SR.pdf</a>);“</p> <p>„Nasadenie v rámci iných, v danej štúdii nezverejnených televízií (s celoslovenským alebo regionálnym pokrytím) je možné iba súčasne s požadovaným nasadením, tzn. spot môže byť vysielaný aj v inej televízii pokiaľ bola splnená podmienka sledovanosti v inej televízii;“</p> <p>V rámci možnosti uverejnenia TV spotov v regionálnych televíziách, je uvedená podmienka 15% trhového podielu. Znamená to, že obstarávateľ bude akceptovať aj uverejnenie v regionálnych televíziách, ktoré majú trhový podiel 15% v rámci regiónu v ktorom vysielajú, alebo len ak dané televízie majú trhový podiel 15% v rámci celoslovenskej sledovanosti?</p> <p><b>Odpoveď:</b></p> <p>Pozri odpoveď na otázku č.1.</p>
3	<p>Otázka:</p> <p>Verejný obstarávateľ uvádza v súťažných podkladoch v časti 2.1. Realizácia TV spotu nasledujúcu podmienku:</p> <p>– „Nasadenie v rámci iných, v danej štúdii nezverejnených televízií (s celoslovenským alebo regionálnym pokrytím) je možné iba súčasne s požadovaným nasadením, tzn. spot môže byť vysielaný aj v inej televízii pokiaľ bola splnená podmienka sledovanosti v inej televízii;“</p> <p>Môžeme chápať túto podmienku verejného obstarávateľa tak, že v rámci tejto podmienky je postačujúce ak z požadovaných 5 spotov za deň, bude minimálne 1 spot uverejnený v rámci televízie, ktorej sledovanosť dosiahla podiel minimálne 15% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 3. a 4. kvartál roku 2019 (<a href="http://www.median.sk/pdf/2019/ZS194SR.pdf">http://www.median.sk/pdf/2019/ZS194SR.pdf</a>) a zvyšné 4 spoty môžu byť uverejnené v iných televíziách, ktoré túto podmienku nespĺňajú?</p> <p><b>Odpoveď:</b></p> <p>Pozri odpoveď na otázku č.1.</p>



TATRA TENDER