



SDRUŽENÍ PRO INTERNETOVOU REKLAMU

**Výzva k podání nabídky na realizaci měření
návštěvnosti českého internetu**

1. Úvod

1.1 Background projektu

Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR) sestává z 64 členů z řad největších zadavatelů internetové reklamy a poskytovatelů reklamního prostoru v České republice. Sdružuje tak více jak 80 % domácího komerčního internetového trhu a tím je de facto jeho určujícím hráčem.

Jedním z hlavních cílů SPIRu je zajištění měření návštěvnosti českého internetu včetně konstrukce sociodemografického profilu jeho návštěvníků (NetMonitor) a dodávání validních a spolehlivých dat pro reklamní plánování na tomto mediatypu trhu (inzerentům, mediálními agenturám, internetovým médiím a dalším zainteresovaným stranám).

Aktuálními realizátory měření jsou společnosti Mediaresearch a Gemius. SPIR prostřednictvím tohoto dokumentu oslovuje všechny dostatečně kvalifikované¹ zájemce o realizaci další vlny měření k podání nabídek a definuje své základní požadavky a parametry projektu. Nová vlna projektu bude tříletá a bude termínově navazovat na současnou vlnu. Předpokládaný start projektu je 1. 9. 2011.

1.2 Identifikační údaje zadavatele

| | |
|------------------|---|
| Název | Sdružení pro internetovou reklamu v ČR, z.s.p.o. (SPIR) |
| Sídlo | Korunní 79/1171, 130 00, Praha 3 |
| IČO | 701 080 05 |
| DIČ | CZ701 080 05 |
| Bankovní spojení | Raiffeisenbank, č.ú.: 375076001/5500 |
| Kontaktní osoba | Pavel Ševera (pavel.severa@spir.cz) |
| www | http://www.spir.cz |

2. Popis projektu

Tato výzva popisuje základní požadavky SPIRu na projekt měření internetové návštěvnosti v ČR. Uchazeči však mají možnost nabídnout jako přidanou hodnotu alternativní způsoby řešení, pokud povedou ke kvalitnějším výsledkům. SPIR požaduje, aby případné alternativy byly dostatečně kvalitativně zdůvodněny a/nebo byla kvalita (např. větší přesnost) doložena na vzorku dat.

Jelikož je projekt vypisován na tříleté období, měli by uchazeči ve svých nabídkách kromě popisu poskytovaného řešení zformulovat také vývojové trendy, které očekávají, že v příštích několika letech v internetové sféře nastanou a popsát, jakým způsobem by je v projektu zohlednili.

Základní požadavky na projekt

Smyslem projektu je provádění objektivního a nezávislého měření internetové návštěvnosti v České republice a popis chování uživatelů českého internetu. Měření bude zaměřeno na dvě základní proměnné, o kterých by mělo přinést co nejpřesnější výsledky:

¹ Viz bod 4.4

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

- **počet reálných uživatelů** (skutečných lidí)² navštěvujících český internet (ve smyslu dalších specifikací)
- **sociodemografický profil uživatelů** – návštěvníků českého internetu (pohlaví, věk, vzdělání apod.)

Tyto základní proměnné požaduje SPIR měřit na následujících modulech (úrovních/platformách):

- **na úrovni webových stránek** - zásah (reach) média nebo jeho části³ (oddíl 2.1),
- **na úrovni objektů ve stránkách, a to povinně objektů se streamovaným obsahem** – video a audiostreaming, popř. další streamovaný obsah (např. on-line hry), (oddíl 2.4),
a preferovaně na úrovni **reklamních objektů** - zásah bannerové display reklamy (oddíl 2.2),
- **měření mobilního internetu** - přístupů na internet z mobilních zařízení (oddíl 2.3).

2.1 Modul měření návštěvnosti klasického internetu

Hlavním cílem projektu je poskytování informací o tom, kolik je v České republice uživatelů různých internetových stránek a o jaké lidi jde. SPIR neklade požadavky na způsob měření, ale definuje cíle, kterých by mělo být měřením dosaženo.

Základní povinné požadavky zadavatele na projekt jsou:

- Stanovení počtu reálných uživatelů českého internetu a konstrukce sociodemografického profilu návštěvníků. Další povinnou jednotkou je počet zobrazení stránek (page view, page impression).
- Zajištění vhodného způsobu filtrování proti započítávání neuzivatelského trafficu (požadavků generovaných roboty, spidery), interního trafficu (pocházejícího z prohlížečů samotné měřící společnosti) a opatření zohledňující cachování stránek.
- Popis řešení zabránění podvodného započítávání trafficu a navyšování návštěvnosti (např. stránky, které se automaticky refreshují, přesměrovávají, otevírají, které obsahují iframes s vloženým měřícím kódem apod.)
- Měření prováděné nezávisle na prohlížeči, operačním systému a na používaném zařízení uživatele. Pokud tento požadavek nebude uchazeč schopen garantovat, specifikuje prohlížeče, operační systémy a zařízení, které jeho řešení umožňuje měřit a které ne.

Další preferované požadavky jsou:

- Měření aplikací (zejména komunikátorů, instant messengerů apod.).
- Rozlišení přístupů na internet uživatelů z různých lokalit (např. z práce, ze školy apod.).
- Rozlišení přístupů na internet z různých zařízení:
 - rozlišení klasických počítačů, notebooků a netbooků, mobilních zařízení
 - rozlišení dalších zařízení (např. televizí, herních konzol, tabletů, hybridů apod.).
- Zachycení návštěvnosti generované prostřednictvím technologie AJAX.
- Zachycení uživatelské neaktivity, správné započítávání času stráveného na stránce např. v případech několika používaných nebo neaktivních oken.
- Kompatibilita výstupních dat s analytickými nástroji obvyklými na trhu, popř. dodání vlastního softwaru k analýze dat. Případný dodaný software by měl umět pracovat s daty ceníkového centra SPIR.

² v zahraničí se často používá výraz „unique visitors“

³ Na českém internetovém trhu obvyklé nejen měření návštěvnosti stránek daného média, ale také jeho sekcí, což jsou části média libovolně definované provozovatelem.

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

- Dostatečně kvalitní software webové analytiky pro uživatele, pomocí kterého bude možné mapovat kompletní chování návštěvníků webu (srov. např. Google Analytics aj.).
- Doplňkové výzkumy (např. na případném panelu uživatelů, možnost externích výzkumů jako doplnění hlavního projektu).

Uchazeči v nabídce předloží detailní popis svého řešení, ve kterém definují zejména:

- Vhodnou cílovou skupinu projektu (strukturu měřené populace z hlediska sociodemografických charakteristik) a popis, jak ji do výzkumu zahrnout.
- Popis, jak bude stanovena opora projektu, např. pomocí externího/zaváděcího výzkumu pro stanovení internetového univerza v ČR).⁴ Uchazeči definují rozsah výzkumu, frekvenci realizace a jeho kompletní metodiku.
- Metodu, jakou bude měření prováděno (na straně serveru, na straně uživatele, spojením obou přístupů) se všemi důsledky, které z toho vyplývají:
 - popis funkčnosti měřicího skriptu (je-li součástí řešení)
 - popis funkčnosti měřicí aplikace na straně uživatele (je-li součástí řešení).

Je třeba, aby bylo řešení dostatečně transparentní při zohlednění evropské legislativy týkající se osobních údajů (viz např. směrnice 2009/136/ES, která mění znění původní směrnice 2002/58/ES).

- Popis stanovení počtu reálných uživatelů a jejich sociodemografického profilu:
 - Bude-li konstruován panel internetových uživatelů, jakým způsobem bude tvořen, rekrutován, kontrolován, obměňován, jakým způsobem budou panelisté motivováni, jak s nimi bude komunikováno, jak budou výsledky zpracovávány a váženy, jak bude zaručena ochrana osobních údajů.
 - Postup výpočtu, bude-li měření založeno na cookies, řešení problematiky jejich nestability.
 - Bude-li používán hybridní přístup, popsat postup fúzování obou způsobů měření.
 - Popsat případná další alternativní řešení.
- Jak navrhované řešení zachytí návštěvnost málo navštěvovaných webů nebo částí webů nebo stanovení, do jaké návštěvnosti je možné měření spolehlivě provádět.
- Navrhované měřené jednotky, jejich definice a způsob dosažení. Jednotky by měly být co nejvíce přizpůsobeny požadavkům mediálního trhu⁵.
- Podobu a plánovaný harmonogram výstupů výzkumu. SPIR preferuje pokud možno co nejkratší čas publikace oficiálních výsledků vzhledem k měřenému období, zároveň preferuje s ohledem na marketingové hledisko dodávání denních nebo real-time dat (nejlépe v podobě on-line aplikace), třebaže půjde jen o odhady⁶. Uchazeči v nabídce specifikují termíny zpřístupnění dat a případné sankce za zpoždění dodávky.
- Další informace důležité pro posouzení kvality nabízeného řešení.

2.2 Modul měření zásahu reklamních objektů ve stránkách

- SPIR preferuje měření do úrovně reklamních objektů ve stránkách, tedy měření zásahu display reklamy nebo reklamní kampaně, nejen celou navštívenou stránkou. Podaří-li se identifikovat zásah kreativ na všech reklamních pozicích média a počet reálných uživatelů a jejich

⁴ V současné době jsou např. prováděny 3 vlny tzv. strukturálního výzkumu ročně. SPIR k tomu přebírá informace o velikosti a struktuře internetové populace z Kontinuálního výzkumu pro Asociaci televizních organizací.

⁵ Tento požadavek platí pro všechny moduly. S výstupy, na které je trh v současnosti zvyklý, je možné se seznámit v metodických dokumentech na stránkách www.spir.cz.

⁶ Tento požadavek platí pro všechny moduly.

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

sociodemografie budou známy, bude možné konstruovat ukazatele GRP a TRP pro reklamní kampaně, což učiní internetová data srovnatelnější s daty televizními, na která je mediální trh zvyklý. Uchazeči jsou vyzváni, aby předložili možné varianty tohoto řešení. Zadavatel však požaduje, aby byla data o sociodemografii reklamních kampaní zpřístupněna i třetím stranám a realizátorovi nevznikl monopol na trhu.

- S tím souvisí i možnost měření a započítávání pouze toho obsahu, se kterým je uživatel skutečně v kontaktu a zanedbání toho, který uživatel nevidí (je např. mimo aktuálně viditelný výřez okna).

2.3 Modul měření mobilního internetu

Cílem této části měření je získání dat o mobilním traffiqu, tzn. návštěvnosti internetu generované mobilními zařízeními⁷. Základní požadavky SPIR na měření mobilního internetu jsou:

- Sběr dat pro měření návštěvnosti z mobilních zařízení bude probíhat jak na speciálně upravených mobilních stránkách, tak na standardních internetových stránkách médií.
- Měření by mělo probíhat jak pro případ mobilního (operátorského), tak pro případ WiFi připojení.
- Sbírat se budou informace o počtech mobilních uživatelů (RU) a mobilních pageviews (PV) a to rovněž pro jednotlivé prohlížeče a typy zařízení pro každé médium zapojené do měření.
- Zadavatel dále preferuje dodávání sociodemografických dat - reporty měření RU a PV by měly být doplňovány reporty o sociodemografickém složení uživatelů mobilního internetu. Uchazeči jsou vyzváni k předložení vhodného návrhu na získávání sociodemografických údajů uživatelů.
- Dalším preferovaným požadavkem SPIRu je měření nejen návštěvnosti stránek, ale i používání mobilních aplikací.

V rámci mobilní pracovní skupiny SPIR byla vypracována metodika rozpoznávání mobilních přístupů na internet ve spolupráci s operátory, která je zde stručně popsána. Půjde-li uchazeč touto cestou, je třeba dodržet některé dohodnuté postupy, na kterých je současné řešení postaveno. Uchazeči však mohou navrhnout alternativní postupy, které participaci operátorů nevyžadují (např. přes panel uživatelů mobilního internetu).

V současně definované metodice:

- budou data sbírána s největší pravděpodobností pomocí měřících mobilních skriptů (white pixel) vložených do všech měřených stránek každého měřeného média.
- bude měření RU probíhat na základě spolupráce s operátory, kteří poskytnou identifikaci uživatelů přistupujících na měřené stránky (a k internetu jako celku) prostřednictvím mobilních zařízení a informací o jejich aktivitě. Informace o identifikaci (zakódované MSISDN) bude předána pomocí anonymního ID uživatele obsaženého v HTTP requestu a zároveň bude předána i informace s identifikací operátora. Hlavička requestu bude obohacena o parametr "X-MoMI: ID / název Operátora", kde ID je anonymní identifikátor zákazníka o délce maximálně 32 znaků. Podmínkou operátorů je, aby tyto identifikační údaje uživatele a operátora přidávané do hlavičky http requestu (parametr X-MoMI) byly dostupné pouze subjektu provádějícímu měření a nikoli provozovateli měřených stránek.
- by měl být ve spolupráci s operátory dodáván v pravidelných intervalech sociodemografický profil jejich zákazníků, kteří v daném období používali mobilní internet, a to v dělení:
 - pohlaví,
 - věk,
 - lokace (kraj),

⁷ Mobilní zařízení může být rozpoznáno např. pomocí parametru User-Agent v hlavičce http requestu.

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

Údaje budou v tomto případě v procentuálním vyjádření za všechny uživatele (daného operátora) bez rozdělení na jednotlivé servery.

- je v souvislosti s požadavkem na ochranu zákaznických údajů ze strany operátorů třeba, aby řešení bylo připraveno i na variantu rotujícího anonymního ID uživatele (rotace bude jednou za kalendářní měsíc, nebo jednou za kvartál – bude upřesněno) zasílaného operátory v hlavičce http requestu. Dále je v budoucnu možnost, že metoda kódování ID zákazníka bude sjednocena přes všechny operátory tak, aby ID mělo délku 32 znaků a vzniklo zakódováním pomocí algoritmu MD5.

Budoucí realizátor může při realizaci počítat se součinností měřených médií sdružených ve SPIRu a v případě řešení vyžadujícího součinnost mobilních operátorů i s jejich asistencí.

2.4 Modul měření streamovaného obsahu

Měření streamovaného obsahu v současnosti probíhá jako součást projektu NetMonitor, je stanovena základní metodika, podoba a harmonogram výstupů. Základní požadavky SPIR na měření streamovaného obsahu jsou:

- Měření sledovanosti videostreamingu, poslechovosti audiostreamingu, popř. konzumace flashových on-line her.
- Měření zásahu reklamou ve streamovaném obsahu, a to určitě streamovanou a bude-li možné, i display reklamou.
- Konvergence k TV ukazatelům: výstupní data by měla poskytovat možnost srovnání s daty měření sledovanosti televize (GRP, TRP, rating).
- SPIR preferuje pokud možno co nejkratší čas publikace oficiálních výsledků vzhledem k měřenému období. Zároveň preferuje s ohledem na marketingové hledisko dodávání denních nebo real-time dat, třebaže půjde jen o odhady.
- Měření prováděné v různých přehrávačích. Uchazeči vyspecifikují technologie, které dokáží měřit. Budoucí realizátor může počítat se součinností měřených médií sdružených ve SPIRu.
- Možnosti měření embedovaného obsahu, zejména v případech, kdy není možné vložit do přehrávače měřící javascript (např. případ Facebooku). Pokud tento požadavek nebude uchazeč schopen garantovat, specifikuje případy, které jeho řešení umožňuje měřit a které ne.
- Možnost médií sledovat statistiky a interakce uživatelů s přehrávanými materiály (obdobu analytického softwaru pro streamovaný obsah).

3. Požadavky na podobu nabídek

Důležitým momentem při realizaci projektu je jeho zahájení a přechod ze současného výzkumu NetMonitor. Zadavatel požaduje, aby při přechodu na nové měření realizátor (bude-li jiný než současný) minimalizoval možný datový „šev“⁸ a vynaložil veškeré úsilí, aby takový možný „šev“ byl jediný. Zadavatel požaduje, aby uchazeči ve svých nabídkách prognózovali dopady nabízené metodiky na vznik a rozsah možného „švu“.

Zadavatel požaduje, aby nový realizátor započal s měřením ještě dříve, než skončí současná vlna projektu a prováděl paralelně se stávajícím projektem testovací měření s neveřejnou publikací

⁸ týká se návaznosti dat při změně metodiky výzkumu

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

výstupů pro správné nastavení parametrů projektu (a to minimálně po dobu 3 měsíců), jehož výsledky bude konzultovat se Zadavatelem. Během tohoto testovacího období je možné dílčím způsobem vylepšovat parametry měření do ostrého startu (např. rozšiřováním panelu). Testovací období bude realizátor provádět bez nároku na úhradu nákladů s ním spojených a odměny.

Za dodaná data zaplatí zadavatel realizátorovi dohodnutou cenu. Všechna data, která jsou výstupem projektu, budou vlastnictvím zadavatele a zadavatel je pak oprávněn s daty nadále obchodně či marketingově zacházet a poskytovat je třetím stranám. Stejně tak budou vlastnictvím zadavatele ostatní data, tj. data nasbíraná, zpracovávaná, čištěná apod.

Projekt měření návštěvnosti českého internetu má exkluzivní povahu. Realizátor nesmí po dobu trvání projektu vykonávat v České republice v principu identickou činnost, zpracovávat stejný typ projektu nebo nabízet produkt, který by byl srovnatelný s projektem pro jiného klienta než zadavatele s výjimkou případů zadavatelem odsouhlasených.

Základem spolupráce zadavatele a realizátora bude dohoda Service level agreement (SLA) definující rozsah a úroveň poskytovaných služeb (nevýzkumných činností). V této dohodě budou ošetřena pravidla komunikace zadavatele s realizátorem, garantovaná dostupnost pracovníků realizátora, způsob průběžného informování o stavu projektu apod. Uchazeči v nabídkách předloží svůj návrh SLA včetně sankcí za jeho nedodržení.

Činnost SPIR je založena na práci v současnosti pěti tematických komisí a pracovních skupin⁹, kterých se bude realizátor v případě potřeby pravidelně účastnit, reagovat na jejich podněty a předkládat jim náměty na zkvalitnění projektu. Z pracovních komisí SPIR vycházejí např. požadavky na kategorizaci internetového obsahu (jak na běžných webech, tak v případě streamovaného obsahu), požadavky na strukturu dat a podobu jednotek, zkvalitnění projektu apod. Komise a pracovní skupiny zároveň umožňují realizátorovi kontakt s médii, mobilními operátory, mediálními agenturami a dalšími relevantními subjekty, kteří jsou při realizaci projektu nápomocni a usnadní tak implementaci různých funkcionalit projektu. Komise a pracovní skupiny se běžně scházejí 1x měsíčně, avšak v případě potřeby i častěji.

V návrhu SLA by tak mělo být například definováno:

- účast zástupce/ů realizátora na zasedání komisí a pracovních skupin (cca 4x za měsíc) včetně včasného zaslání podkladů,
- informování o stavu projektu, např. v podobě pravidelných písemných reportů a osobních schůzek, podíl na PR prezentacích,
- dostupnost a pohotovost pracovníků realizátora v případě řešení problémů, možnost day-to-day komunikace, garantované reakční doby,
- informování o problémech, plánovaných změnách atd. s dostatečným předstihem, automatické hlášky při nefunkčnosti aplikací apod.,
- příprava podkladů k fakturaci s podklady na pravidelné bázi,
- apod.

Realizátor může pověřit částí projektu svého subdodavatele, ale má přitom odpovědnost, jako by tuto část realizoval sám. Zadavatel požaduje, aby uchazeč v nabídce specifikoval části projektu, které má

⁹ Počet se může měnit s ohledem na to, jakou problematiku je třeba aktuálně řešit. Průměrné funkční období skupiny je cca 2 roky.

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

v úmyslu zadat jednomu či více subdodavatelům. Komunikace ze strany SPIR však bude probíhat s hlavním realizátorem, který bude zodpovídat za celý projekt.

Uchazeči, kteří budou část projektu realizovat prostřednictvím subdodavatele, uvedou v nabídce jeho identifikační a kontaktní údaje, předloží jeho reference podle bodu 4.5 a přiloží závazné písemné prohlášení subdodavatele o budoucí spolupráci a o tom, že v případě pověření uchazeče realizací projektu bude subdodavatel akceptovat závazek podílet se na plnění části projektu ve stanoveném rozsahu, podepsané osobami oprávněnými jednat za subdodavatele.

Doporučené informační zdroje k projektu:

- Standardy IAB:

http://www.iab.net/iab_products_and_industry_services zejména pak

http://www.iab.net/media/file/audience_reach_022009.pdf

- Metodika současného projektu

<http://www.netmonitor.cz/>

4. Požadavky na podobu nabídek

Nabídky, případné ústní prezentace a znění smlouvy budou v českém jazyce.

Nabídky budou podány ve struktuře:

1. Identifikační údaje uchazeče a jeho případných subdodavatelů
 - jméno/název
 - sídlo/místo podnikání
 - právní forma
 - IČO, DIČ
 - kontaktní osoby včetně tel. a e-mailového spojení
2. Profil a představení firmy (popř. subdodavatelů, má-li být jejich prostřednictvím realizována část zakázky).
3. Podrobný popis nabízeného řešení a metodiky, popis realizace, specifikace metodiky a výstupů v členění dle jednotlivých modulů a bodů v tomto zadání. Z popisu musí být zřejmé, která část (části) projektu budou realizovány subdodavatelem.
4. Nabídková cena v členění bez DPH a s DPH v rozdělení:
 - externí výzkum pro stanovení internetového univerza
 - celková a měsíční cena provádění měření v členění za jednotlivé moduly:
 - měření návštěvnosti klasického internetu
 - měření zásahu reklamních objektů ve stránkách
 - měření mobilního internetu
 - měření konzumace streamovaného obsahu
 - spolupráce se zadavatelem v rámci Service level agreement
5. Reference vztahující se k zakázce:
 - odborné zkušenosti:
 - dosavadní zkušenosti s obdobnými projekty
 - personální zázemí s představením výzkumného týmu, uvedením jmen, vzdělání, odborné praxe a kvalifikace všech jeho členů
 - relevantní realizované projekty uchazeče v posledních 5 letech včetně referencí alespoň od 3 předchozích odběratelů uchazeče

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

- zkušenosti se zahraničními projekty, mezinárodní zázemí (v případě zahraničních a nadnárodních firem)
- technická vybavenost pro realizaci projektu
- členství v profesních organizacích
- obrat v posledních 3 letech, ve struktuře celkem, výzkumy ad-hoc, panelové výzkumy, výzkumy v oblasti médií.

5. Harmonogram projektu

5.1 Délka projektu

Předpokládané zahájení projektu je 1. září 2011.

Předpokládaný termín ukončení projektu je 31. srpna 2014.

Pokud z jakýchkoliv důvodů na straně zadavatele nebude možné termín předpokládaného zahájení veřejné zakázky dodržet (zejména prodloužením doby trvání zadávacího řízení nebo výběru nejvhodnějšího uchazeče), je zadavatel oprávněn jednostranně změnit předpokládaný termín zahájení realizace veřejné zakázky a s ohledem na tuto změnu také prodloužit termín ukončení smluvního vztahu.

5.2 Harmonogram zadávacího řízení

Datum zveřejnění výzvy: 1. července 2010

Datum a čas doručení nabídek zadavateli: 30. září 2010

Ukončení prvního kola výběrového řízení, vybrání nejvhodnějších nabídek pro druhé kolo (formou ústních prezentací): 1. listopadu 2010

Ukončení druhého kola a vybrání nejvhodnější nabídky: 6. prosince 2010

Začátek provádění testovacího měření: 1. června 2011 (popř. dříve)

Zahájení projektu: 1. září 2011

Nejvhodnější nabídka bude vybrána pověřenou výběrovou komisí ve dvoukolové proceduře na podzim 2010. Po skončení výběrové procedury bude vyhlášeno pořadí vhodnosti došlých nabídek a s vítězem výběrového řízení bude zahájeno jednání o smlouvě. Nebude-li s vybraným uchazečem dosaženo dohody, bude osloven další uchazeč v pořadí.

5.3. Způsob dodání nabídek

Nabídky budou dodány elektronicky (ve formátech pdf a doc) na adresu kontaktní osoby:

pavel.severa@spir.cz

a výkonné ředitelky SPIR: katerina.hrubesova@spir.cz

a zároveň doporučeně poštou na adresu zadavatele. Zadavatel potvrdí přijetí obou verzí nabídek elektronicky na e-mailovou adresu uchazeče, ze které byla nabídka poslána.

6. Další informace o výběrovém řízení

Zadavatel žádá uchazeče, kteří budou mít o realizaci zakázky zájem, aby svou předpokládanou účast ve výběrovém řízení potvrdili zadavateli do 20. července 2010.

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 **e-mail:** info@spir.cz **internet:** www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank **č.účtu:** 375076001/5500 **IČO:** 70108005 **DIČ:** CZ70108005

Zadavatel připouští variantní řešení. Uchazeči mohou nabídnout různé cenové varianty za různé rozsáhlá (kvalitní) řešení.

Kdykoli během zadávací lhůty je možné požádat zadavatele o doplňující nebo upřesňující informace k zakázce, a to e-mailovou formou na adresu kontaktní osoby pavel.severa@spir.cz. Dotazy i dodatečné informace budou předány elektronickou formou všem uchazečům, kteří projeví ve stanoveném termínu zájem se o zakázku ucházet.

Zadavatel dále stanoví, že pro právní čistotu zadávacího řízení musí být veškerá komunikace s pověřenými osobami realizována pouze elektronickou formou. Jakýkoliv další způsob, např. osobní jednání, je vyloučen.

Případné spory mezi zadavatelem a realizátorem budou řešeny v České republice.

Zadavatel si vyhrazuje právo:

- Doplnit či změnit text výzvy
- Změnit uvedené termíny výběrového řízení
- Zrušit výběrové řízení bez udání důvodu
- Odmítnout všechny předložené nabídky
- Nevracet podané nabídky
- Vyžádat si dodatečné informace a doplnění k předloženým nabídkám
- Ověřit údaje uvedené dodavatelem v nabídce.
- Jednat o konečné podobě projektu a znění smlouvy s uchazečem/uchazeči s nevhodnějšími nabídkami.
- Nehradit náklady, které uchazeči vynaloží na účast v tomto výběrovém řízení.