

**MOL, MESTNI SVET
MESTNI TRG 1**

1000 Ljubljana



ZADEVA: Odgovor na svetniška vprašanja Svetnika MS MOL g. Uroša Minodraša

ZVEZA: Zunanje oglasne površine na avtobusih LPP

Spoštovani,

v nadaljevanju podajamo odgovore na vaša vprašanja vezana na zunanje oglaševanje na avtobusih LPP.

1. Kdaj je LPP objavil javni poziv za zbiranje ponudb za oddajo vseh zunanjih oglasnih površin na avtobusnih mestnega potniškega prometa?

Poziv k oddaji ponudb je bil objavljen na spletni strani družbe LPP d.o.o. (v nadaljevanju: LPP) od 25. 4. 2018 do roka za odpiranje 10. 5. 2018.

2. Koliko ponudb je LPP prejel po končanem razpisu in kolikšne so bile ponujene cene?

LPP je prejel eno ponudbo ponudnika MEDIA BUS d.o.o., Breznikova cesta 7A, Prelog, 1230 Domžale, s ponujeno mesečno najemnino 4,35 EUR brez DDV za 1 m² oglasnih površin.

3. Na osnovi katerih parametrov je bilo izbrano podjetje Media Bus d.o.o.?

Merilo za izbiro najugodnejšega ponudnika je bila najvišja cena na m² za vse razpoložljive oglasne površine, pod pogojem, da bo ponudbena cena dosegla minimalno ceno 4,21 EUR/m².

4. Kolikšna je cena po pogodbi najema, ki ste jo sklenili z podjetjem Media Bus d.o.o. ter za koliko časa je bila sklenjena pogodba o oddaji vseh zunanjih oglasnih površin na avtobusih mestnega potniškega prometa?

Cena najema po pogodbi z družbo Media Bus d.o.o. znaša 4,35 EUR brez DDV mesečno za 1 m² zunanje oglasne površine na avtobusih ljubljanskega mestnega potniškega prometa. LPP je z izbranim ponudnikom sklenil pogodbo o oddaji oglasnih površin na avtobusih mestnega potniškega prometa za obdobje 5 let.

5. Na osnovi katerih analiz ste se v LPP odločili za oddajo vseh zunanjih oglasnih površin na avtobusih mestnega potniškega prometa?

LPP oddaja zunanje oglasne površine zunanjemu ponudniku od leta 1991. Takšna odločitev je posledica dejstva, da LPP ne razpolaga s kadri, ki bi imeli strokovno znanje za izvajanje dejavnosti oglaševanja ter nameščanja oglasnih sporočil na avtobuse. Prav tako družba nima potrebne infrastrukture. Oglasne površine oddajamo po načelu »polno za prazno«, kar pomeni, da izbrani ponudnik prevzame vsa tveganja neprodanih oglasnih površin, kakor tudi ostala tveganja, kot so neplačila, reklamacije, ipd.

6. Kakšna je razlika v prihodkih, ko je LPP sam tržil zunanje oglasne površine na avtobusih mestnega potniškega prometa in po oddaji trženja Media Bus d.o.o.?

Podatkov o višini prihodov iz naslova oglaševanja pred letom 1991 nimamo, ker niso zabeleženi v zaključnih računih in poslovnih poročilih, ki so dostopna v našem arhivu.

7. Zakaj se je LPP odločil za oddajo vseh zunanjih oglasnih površin samo na avtobusih mestnega potniškega prometa in zakaj ne tudi na površinah medkrajevnega potniškega prometa?

LPP se za oddajo oglasnih površin na avtobusih medkrajevnega potniškega prometa ni odločil, zaradi premajhnega interesa ponudnikov. Vzroki so manjša pogostnost voženj medkrajevnih avtobusov in obratovanje medkrajevnih avtobusov skozi kraje z manjšim številom prebivalcev.

8. Zakaj LPP na svoji spletni strani še vedno nudi oglaševanje vseh zunanjih oglasnih površin na avtobusih mestnega potniškega prometa čeprav je oglaševanje oddal?

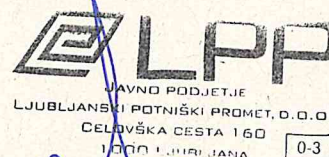
LPP na svoji spletni strani ne nudi oglaševanja na avtobusih mestnega potniškega prometa, temveč zgolj objavlja informacijo o možnosti zunanjega oglaševanja na mestnih avtobusih ter notranjega oglaševanja na mestnih in medkrajevnih avtobusih (obešanke, plakati, ...).

9. Koliko Media BUS d.o.o. plača mesečnega nadomestila LPP za oglaševanje na svoji spletni strani?

LPP družbi Media Bus d.o.o. ne zaračunava nadomestila, ker podane informacije ne predstavljajo oglasnega sporočila, temveč zgolj informacijo zainteresiranim oglaševalcem o možnosti oglaševanja na mestnih avtobusih LPP.

S spoštovanjem,

Direktor LPP d.o.o.:
Peter Horvat



Poslati:

- MOL, Služba za organiziranje dela MS, g. Matjaž Bregar