

ZMLUVA O ZABEZPEČENÍ MARKETINGOVEJ A MEDIÁLNEJ KAMPANE

na prezentáciu produktu cestovného ruchu „Svätomariánska púť – Svetlo z východu“

uzatvorená podľa ustanovenia § 269 ods. 2 s primeraným uplatnením ustanovení § 536 a nasl. Obchodného zákonníka,

medzi zmluvnými stranami

Objednávateľ:

Objednávateľ: **Prešovský samosprávny kraj**
sídlo: **Nám. mieru 2, 080 01 Prešov**
IČO: **37 870 475**
Štatutárny orgán : **PaedDr. Milan Majerský, PhD., – predseda PSK**
Banka: **Štátna pokladnica, Radlinského 32, 810 05 Bratislava**
Bežný účet -IBAN: **SK03 8180 0000 0070 0037 5373**

(v ďalšom len ako „Objednávateľ“)

a

Poskytovateľ:

Obchodné meno: **ZEBRA STUDIO s.r.o.**
Sídlo: **Somolického 1874/62, 039 01 Turčianske Teplice**
IČO: **52 158 349**
DIČ: **2120921352**
IČ DPH: **SK2120921352**
Spoločnosť zapísaná v Obchodnom registri Okresného súdu Žilina, oddiel: Sro, vložka číslo: 71493/L
V mene spoločnosti koná: **Adam Harkabus, Ing. Tibor Lettrich**
IBAN: **SK40 0900 0000 0051 5405 4610**

(v ďalšom len ako „Poskytovateľ“)

PREAMBULA

- A) Dňa 19.02.2021 bola zo strany Objednávateľa vystupujúceho v právnom postavení verejného obstarávateľa podľa Zákona o verejnom obstarávaní vyhlásená súťaž na obstaranie podlimitnej zákazky s predmetom zákazky „**Marketingová a mediálna kampaň pre projekt „Svätomariánska púť (Svetlo z východu)**“, ktorej výzva na predkladanie ponúk bola uverejnená vo Vestníku verejného obstarávania č. 53/2021 dňa 23.02.2021 pod označením 13950 - WYS (ďalej aj ako „**Súťaž**“);
- B) Ponuka Poskytovateľa predložená do Súťaže bola na základe kritérií Súťaže vyhodnotená ako úspešná a Objednávateľ túto Ponuku Poskytovateľa prijal;
- C) Predmet plnenia tejto Zmluvy (ďalej aj ako „**Dielo**“ alebo ako „**Kampaň**“) bude financovaný z Programu cezhraničnej spolupráce Interreg V-A Poľsko-Slovensko 2014-2020 na základe Zmluvy o poskytnutí finančného príspevku č. PLSK.01.01.00-SK-0016/16-00 zo dňa 20.3.2017, z prostriedkov štátneho rozpočtu SR na základe Zmluvy o národnom spolufinancovaní č. PLSK.01.01.00-SK-0016/16-00 zo dňa 16.10.2017 a z vlastných zdrojov Objednávateľa.

Vzhľadom na vyššie uvedené sa Zmluvné strany dohodli a uzatvárajú túto Zmluvu v nasledovnom znení:

ÚVODNÉ USTANOVENIA

1.1 Definície

V tejto Zmluve budú mať nasledovné výrazy a slová napísané s veľkým začiatočným písmenom nižšie uvedený význam:

„**Autorský zákon**“ znamená zákon č. 185/2015 Z. z. Autorský zákon v znení neskorších predpisov.

„**Harmonogram**“ znamená harmonogram výkonov jednotlivých činností a plnení v rámci realizácie Projektu prípravy a realizácie Kampane, ktorý tvorí Prílohu č. 4 Zmluvy. Harmonogram upravuje najmä lehoty na prípravu jednotlivých vstupov Kampane, lehoty a termíny na ich revízie, súčinnosť Zmluvných strán, termíny a lehoty nasadenia jednotlivých častí Kampane a iné termíny a lehoty podstatné pre riadnu a včasnú realizáciu Kampane.

„**Kampaň**“ znamená marketingovú a mediálnu kampaň na prezentáciu produktu cestovného ruchu „Svätomariánska púť – Svetlo z východu“, ako je táto opísaná v Špecifikácii predmetu zákazky a v tejto Zmluve.

„**Občiansky zákonník**“ znamená zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov.

„**Obchodný zákonník**“ znamená zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov.

„**Objednávateľ**“ znamená osobu menovanú ako objednávateľ v záhlaví tejto Zmluvy.

„**Ponuka Poskytovateľa**“ znamená ponuku, ktorú Poskytovateľ predložil do Súťaže, a na základe ktorej bol Poskytovateľ v Súťaži úspešný. Ponuka Poskytovateľa bola v súlade s podmienkami Súťaže prevedená do tejto Zmluvy, ako Príloha č. 2 – Rozpočet Zmluvnej ceny.

„**Poskytovateľ**“ znamená osobu menovanú ako Poskytovateľ v záhlaví tejto Zmluvy.

„**Poskytovateľ NFP**“ má význam uvedený v bode C) Preambuly tejto Zmluvy.

„**Právne predpisy**“ znamenajú všetky všeobecne záväzné právne predpisy Slovenskej republiky a Európskej únie, vrátane všetkých smerníc a nariadení každej legálne ustanovenej verejnej správy.

„**Projekt**“ znamená projekt „Svätomariánska púť (Svetlo z východu)“ spolufinancovaný Európskou úniou z prostriedkov Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Programu cezhraničnej spolupráce Interreg V-A Poľsko – Slovensko 2014-2020.

„**Rozpočet Zmluvnej ceny**“ znamená rozpočet, ktorý Poskytovateľ predložil v rámci Súťaže, ako súčasť Ponuky Poskytovateľa označenú ako G. Cenová tabuľka – položkový rozpočet. Rozpočet Zmluvnej ceny tvorí Prílohu č. 2 tejto Zmluvy.

„**Služby**“ znamenajú všetky plnenia Poskytovateľa, ktoré je povinný vykonať na základe tejto Zmluvy, zahŕňajúce najmä všetky plnenia v rámci prípravy, tvorby a realizácia Kampane.

„**Súťaž**“ má význam uvedený v bode A) Preambuly tejto Zmluvy.

„**Špecifikácia predmetu zákazky**“ znamená Prílohu č. 1 tejto Zmluvy. Špecifikácia predmetu zákazky špecifikuje účel, rozsah a iné kritériá a požiadavky na Služby a Kampaň tak, ako ich Objednávateľ definoval v časti B. súťažných podkladov Súťaže.

„**Vyššia moc**“ má význam uvedený v bode 3.2.5 tejto Zmluvy.

„**Zákon o RPVS**“ znamená zákon č. 315/2016 Z. z. o registri partnerov verejného sektora a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

„**Zákon o verejnom obstarávaní**“ znamená zákon č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

„**Zmluva o NFP**“ má význam uvedený v bode C) Preambuly tejto Zmluvy.

„**Zmluva**“ znamená túto zmluvu o zabezpečení marketingovej a mediálnej kampane v znení všetkých jej príloh a doplnení.

„**Zmluvná cena**“ znamená cenu za prípravu a realizáciu Kampane a poskytnutie ostatných plnení na základe tejto Zmluvy vrátane DPH uvedenú v bode 3.1.2 tejto Zmluvy.

„**Zmluvná strana**“ znamená Objednávateľa alebo Poskytovateľa podľa kontextu. V prípade označenia ako Zmluvné strany, zahŕňa tento pojem aj Objednávateľa aj Poskytovateľa.

1.2 Výklad Zmluvy a pojmov

Ak z kontextu Zmluvy nevyplýva niečo iné alebo v Zmluve nie je vyslovene uvedené inak, pre výklad Zmluvy a pojmov platia nasledovné pravidlá:

- a) slová v jednotnom čísle zahŕňajú aj ich množné číslo a naopak;
- b) slová v mužskom rode zahŕňajú aj ich ženský rod a naopak;
- c) názvy bodov alebo nadpisy alebo vysvetľujúce poznámky, ktoré sa uvádzajú v tejto Zmluve, slúžia iba pre lepšiu orientáciu a pri vysvetľovaní podstatných podmienok a ustanovení tejto Zmluvy sa nebudú brať do úvahy;
- d) prílohy Zmluvy tvoria jej neoddeliteľnú súčasť;
- e) deň sa rozumie kalendárny deň, pokiaľ Zmluva neurčuje inak;
- f) osobou sa rozumie aj právnická aj fyzická osoba, vrátane jej právneho nástupcu.

1.3 Predmet Zmluvy

1.3.1 Predmetom tejto Zmluvy sú najmä, nie však výlučne, nasledovné záväzky Poskytovateľa. Poskytovateľ je v súlade s touto Zmluvou povinný riadne a včas, samostatne, na vlastnú zodpovednosť a s odbornou starostlivosťou:

- a) navrhnuť a vyhotoviť a Objednávateľovi odovzdať všetky produkčné vstupy Kampane tak, ako sú opísané v Špecifikácii predmetu zákazky;
- b) zabezpečiť potrebný mediálny priestor na realizáciu kompletnej Kampane; a
- c) zabezpečiť realizačnú fázu Kampane.
- d) Zhotoviteľ potvrdzuje, že sa v plnom rozsahu oboznámil s rozsahom a povahou predmetu Zmluvy, že sú mu známe technické a kvalitatívne podmienky k jeho realizácii, že má odbornú kvalifikáciu, ktorá sa viaže k plneniu predmetu Zmluvy a že disponuje takými kapacitami a odbornými znalosťami, ktoré sú k realizácii Diela a k plneniu Zmluvy potrebné a nevyhnutné.

1.3.2 Predmetom tejto Zmluvy sú najmä, nie však výlučne, nasledovné záväzky Objednávateľa:

- a) Objednávateľ je povinný Poskytovateľovi poskytnúť všetku súčinnosť tak, aby Poskytovateľ mohol Kampaň na základe tejto Zmluvy navrhnuť, vypracovať a realizovať riadne a včas;

V zmysle Objednávateľ je povinný za riadne vykonané plnenia Poskytovateľovi zaplatiť Zmluvnú cenu v súlade s touto Zmluvou;

- b) Objednávateľ je riadne vykonané plnenia povinný v súlade s ustanoveniami tejto Zmluvy prevziať.

1.3.3 Predmetom tejto Zmluvy je aj úprava všetkých ostatných práv a povinností Zmluvných strán spojených s riadnym plnením tejto Zmluvy alebo v súvislosti s ňou.

2. PRÁVA A POVINNOSTI PRI REALIZÁCII KAMPANE

2.1 Všeobecné podmienky realizácie Kampane

2.1.1 Poskytovateľ je povinný začať práce na Kampani ihneď po nadobudnutí účinnosti tejto Zmluvy tak, aby celú Kampaň zrealizoval v súlade so Špecifikáciou predmetu zákazky a v súlade s Harmonogramom. Poskytovateľ postupuje vždy v súlade s pokynmi Objednávateľa.

2.1.2 Uchádzač musí pri tvorbe a realizácii kampane postupovať v súlade s Príručkou Info Promo (*otvoriť link kombináciou kláves Ctrl+klik*) programu Interreg V-A Poľsko – Slovensko.

- 2.1.3 Zhotoviteľ podpisom tejto zmluvy vyhlasuje, že pri plnení tejto zmluvy bude dodržiavať ustanovenia zákona č. 82/2005 Z.z. o nelegálnej práci a nelegálnom zamestnávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v platnom znení. Zhotoviteľ je povinný predmet tejto zmluvy vykonávať prostredníctvom legálne zamestnaných osôb, a to pod hrozbou zmluvnej pokuty podľa článku 3.3.1 b).
- 2.1.4 Na pripomienkovanie a schvaľovanie akýchkoľvek výstupov Poskytovateľa sa použijú postupy, termíny a lehoty stanovené v Harmonograme. Postupy komunikácie a pripomienkovania a schvaľovania výstupov Poskytovateľa a termíny a lehoty uvedené v Harmonograme sú pre Zmluvné strany záväzné.
- 2.1.5 Ak by Poskytovateľ zistil akékoľvek prekážky, ktoré by mu bránili v riadnom plnení záväzkov vyplývajúcich z tejto Zmluvy, je o tom povinný bezodkladne informovať Objednávateľa a zároveň mu navrhnúť vhodné možnosti riešenia takýchto prekážok.
- 2.1.6 Poskytovateľ bude mať nárok na predĺženie lehoty plnenia pokiaľ, a v takom rozsahu, v akom jeho oneskorenie bude spôsobené niektorou z nasledovných okolností:
- a) omeškanie alebo obmedzenie na strane Objednávateľa, ktoré je priamou príčinou omeškania Poskytovateľa; a
 - b) dôvody Vyššej moci, ktoré sú priamou príčinou omeškania Poskytovateľa.

Kampaň na sociálnych sieťach a výroba videoobsahu

- 2.1.7 Poskytovateľ je povinný navrhnuť kompletný kreatívny koncept a stratégiu kampane na sociálnych sieťach vrátane všetkých textových a grafických vstupov kampane, zároveň túto kampaň na sociálnych sieťach realizovať. Okrem toho vytvoriť TV obsah videospotu, použiteľného pre rôzne formáty. Všetky plnenia Poskytovateľa musia byť v súlade s podmienkami stanovenými Špecifikáciou predmetu zákazky. Plnenia v rámci schváleného konceptu a stratégie Kampane nesmú presiahnuť hodnotu Zmluvnej ceny v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny.
- 2.1.8 Všetky výstupy tejto časti kampane je po ich finálnom odsúhlasení a schválení zo strany Objednávateľa Poskytovateľ povinný dodať Objednávateľovi v elektronickej podobe vo formátoch stanovených v Špecifikácii predmetu zákazky. Odovzdaním výstupov Objednávateľovi sa tieto stávajú vlastníctvom Objednávateľa.
- 2.1.9 Riadne poskytnutie výstupov kampane je Objednávateľ na výzvu povinný Poskytovateľovi písomne potvrdiť. Toto písomné potvrdenie Objednávateľa bude podkladom pre fakturáciu čiastok Zmluvnej ceny.

Realizácia kampane v médiách

- 2.1.10 Poskytovateľ je povinný zabezpečiť výrobu a mediálne zverejnenie kampane v súlade s podmienkami stanovenými v Špecifikácii predmetu zákazky.
- 2.1.11 Poskytovateľ preukáže poskytnutie Služieb dodaním príslušných štatistík, snímok obrazoviek (printscreen), video, resp. zvukových záznamov, resp. inou vhodnou formou. Po preukázaní riadneho poskytnutia Služieb je poskytnutie Služieb Objednávateľ na výzvu povinný Poskytovateľovi písomne potvrdiť. Toto písomné potvrdenie Objednávateľa bude podkladom pre fakturáciu čiastok Zmluvnej ceny. V prípade, ak Poskytovateľ nepreukáže dosiahnutie parametrov Kampane (najmä dosah Kampane a pod.) stanovenú v Špecifikácii predmetu zákazky, Objednávateľ má nárok na zľavu zo Zmluvnej ceny tak, ako je uvedené v bode 3.1.4 tejto Zmluvy

Direct marketingová kampaň

- 2.1.12 Poskytovateľ je povinný vypracovať databázu relevantných kontaktov pre turistický produkt a následne pripraviť a realizovať samotnú direct marketingovú kampaň vrátane jej analýzy.
- 2.1.13 Poskytovateľ preukáže realizáciu kampane a vyhodnotenie jej zásahu odovzdaním príslušných štatistík Objednávateľovi.

2.2 Práva duševného vlastníctva a licencia

- 2.2.1 Poskytovateľ spolu s prevodom vlastníctva k akýmkoľvek výstupom, ktoré vyhotoví na základe tejto Zmluvy udeľuje Objednávateľovi v súlade s ustanovením § 65 a nasl. Autorského zákona výhradnú a bezodplatnú licenciu na akékoľvek použitie výstupov Poskytovateľa (vrátane kopírovania, užívania, zdieľania či zverejnenia, a to aj prostredníctvom tretích osôb) s právom postupovať takúto licenciu a udeľovať sublicenciu tretím osobám.
- 2.2.2 Táto licencia oprávňuje Objednávateľa a/alebo ktorúkoľvek osobu, ktorá bude vlastníkom týchto výstupov a/alebo ktorúkoľvek osobu, ktorej boli postúpené práva v rozsahu licencie, na akékoľvek použitie týchto výstupov vrátane ich kopírovania, užívania, zdieľania a zverejnenia.
- 2.2.3 Licencia sa udeľuje ako výhradná, bez časového a teritoriálneho obmedzenia.
- 2.2.4 Poskytovateľ sa zaväzuje Objednávateľa odškodniť pred každým nárokom tretej osoby z porušenia akéhokoľvek autorského práva, ochrannej známky, obchodného záväzku, obchodného tajomstva, alebo iných duševných a priemyselných práv súvisiacich s plneniami podľa tejto Zmluvy, ktorý vznikne z alebo v súvislosti s používaním výstupov Poskytovateľa Objednávateľom a/alebo akoukoľvek treťou osobou v zmluvnom vzťahu s Objednávateľom. Poskytovateľ v plnej miere zodpovedá za škodu, ktorá Objednávateľovi vznikne v súvislosti s porušením akýchkoľvek povinností Poskytovateľa podľa tohto bodu 2.2 Zmluvy.
- 2.2.5 Pre realizačnú fázu Kampane zároveň Objednávateľ poskytuje súhlas, resp. ponecháva mu právo na uvedenie akýchkoľvek výstupov na verejnosti v zmysle ustanovení § 19 ods. 4 písm. f/ a § 27 Autorského zákona.

3. SPOLOČNÉ USTANOVENIA

3.1 Zmluvná cena a platobné podmienky

- 3.1.1 Zmluvná cena za plnenie predmetu Zmluvy je stanovená dohodou Zmluvných strán v súlade so zákonom č. 18/1996 Z. z. o cenách v znení neskorších predpisov a vyhlášky MF SR č. 87/1996 Z. z., ktorou sa vykonáva zákon o cenách a je rozčlenená nasledovne:
- 3.1.2 Celková maximálna Zmluvná cena za poskytnutie Služieb a za všetky súvisiace plnenia podľa tejto Zmluvy je nasledovná:

Cena bez DPH: 115 422,00 EUR

Sadzba DPH: 23 084,40 EUR

Cena s DPH: 138 506,40 EUR

(slovom: stotridsaťosemtisícpäťstošesť eur a štyridsať centov).

(ďalej aj ako „Zmluvná cena“)

- 3.1.3 Zmluvná cena je cena maximálna a je stanovená Rozpočtom Zmluvnej ceny, ktorý tvorí Prílohu č. 2 tejto Zmluvy. Objednávateľ je povinný uhradiť len cenu skutočne poskytnutých Služieb. Zmluvná cena (resp. čiastky Zmluvnej ceny vzťahujúce sa na konkrétne položky Rozpočtu Zmluvnej ceny) zahŕňa všetky náklady, odmeny, primeraný zisk, clá a iné náklady na riadne poskytnutie všetkých Služieb a odstránenie všetkých väd a zahŕňa v sebe všetky ostatné plnenia v rozsahu a na základe tejto Zmluvy.
- 3.1.4 V prípade, ak Poskytovateľ v rámci Kampane nedosiahne záväzné parametre Kampane a jej jednotlivých položiek, ako sú stanovené v Špecifikácii predmetu zákazky (najmä týkajúce sa špecifikovaného minimálneho dosahu Kampane), Objednávateľ má nárok na zľavu z ceny oproti pôvodnej cene v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny v percentuálnom vyjadrení vo výške percentuálneho rozdielu medzi záväznou hodnotou stanoveného parametra a skutočne dosiahnutou hodnotou stanoveného parametra. Táto zľava z ceny sa uplatňuje vždy samostatne ku každej fakturovanej položke Rozpočtu Zmluvnej ceny, ktorej záväzný parameter nebol v rámci Kampane dosiahnutý a zároveň za každý merateľný parameter samostatne.

3.1.5 Zmluvná cena sa dohodou zmluvných strán môže zmeniť v prípade, ak:

- dôjde v priebehu plnenia k zmenám sadzieb DPH (za zmenu sadzby DPH sa nepovažuje skutočnosť, že sa Zhotoviteľ v priebehu plnenia Zmluvy stal platcom DPH),
- dôjde k poskytnutiu služieb navyše, ktoré neboli zahrnuté v Zmluve, ale ktoré sa vyžadujú na riadne plnenie a ukončenie diela vzhľadom na jeho osobitosť a účel za ktorým sa dielo realizuje,
- dôjde v priebehu plnenia k zníženiu rozsahu diela - uplatneniu požiadavky Objednávateľa na menší rozsah služieb.
- Poskytnutie služieb navyše a menej služieb sa môže uskutočniť výhradne na základe odsúhlasenia Objednávateľa a to formou písomných dodatkov, pričom ich uzatvorenie podlieha splneniu zmluvných podmienok a riadi sa ustanoveniami zákona o verejnom obstarávaní a príslušnými podmienkami zmluvy o NFP.

3.1.6 Jednotlivé čiastky Zmluvnej ceny je Objednávateľ povinný uhradiť na základe faktúry, ktorú je Poskytovateľ oprávnený vystaviť Objednávateľovi až po riadnom poskytnutí a prevzatí Služieb (príslušného plnenia) zo strany Objednávateľa. Faktúry za Služby je Poskytovateľ oprávnený vystaviť nasledovne:

a) Faktúru za produkčnú časť Kampane na sociálnych sieťach a produkcie videoobsahu v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny je Poskytovateľ oprávnený vystaviť po doručení finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane (kompletného kreatívneho konceptu a stratégie kampane na sociálnych sieťach vrátane všetkých textových a grafických vstupov kampane) a zároveň po doručení finálnej verzie základného a modifikovaného videospotu (TV obsahu videospotu, použiteľného pre rôzne formáty);

b) Faktúru za realizáciu kampane na sociálnych sieťach v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny je Poskytovateľ oprávnený vystaviť až po ukončení všetkých aktivít v rámci realizácie Kampane na sociálnych sieťach po vystavení potvrdenia o realizácii plnení.

c) Faktúru za produkčnú časť Kampane v médiách v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny je Poskytovateľ oprávnený vystaviť po dodaní finálneho scenára rozhlasového spotu a všetkých textových a grafických výstupov kampane;

d) Faktúru za realizáciu kampane v médiách v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny je Poskytovateľ oprávnený vystaviť až po ukončení všetkých aktivít v rámci realizácie Kampane v médiách po vystavení potvrdenia o realizácii plnení.

e) samostatnú faktúru na čiastku Zmluvnej ceny zodpovedajúcu položke Direct marketing v zmysle Rozpočtu Zmluvnej ceny je Poskytovateľ oprávnený vystaviť až po ukončení všetkých aktivít v rámci realizačnej fázy Kampane po vystavení potvrdenia o realizácii plnení podľa bodu 2.1.9 tejto Zmluvy zo strany Objednávateľa.

3.1.7 Splatnosť každej faktúry podľa tejto Zmluvy je 30 dní od doporučeného doručenia faktúry bez nedostatkov do sídla Objednávateľa v zmysle Zmluvy, a to bezhotovostným prevodom na účet Poskytovateľa uvedený v záhlaví Zmluvy.

3.1.8 Faktúra vystavená na základe tejto Zmluvy musí obsahovať náležitosti podľa zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov. Každá faktúra musí byť rozdelená na jednotlivé položky tak, ako sú uvedené v Rozpočte Zmluvnej ceny. Ak faktúra nebude obsahovať uvedené náležitosti alebo ak nebude obsahovať správne údaje, Objednávateľ je oprávnený takúto faktúru vrátiť Poskytovateľovi spolu s označením nedostatkov, pre ktoré bola vrátená. V tomto prípade sa plynutie lehoty splatnosti takejto faktúry prerušuje a nová lehota splatnosti začne plynúť dňom nasledujúcim po dni doporučeného doručenia opravenej alebo doplnenej faktúry do sídla Objednávateľa.

3.2 Riziko a zodpovednosť za škodu

3.2.1 Poskytovateľ vyhlasuje a ubezpečuje Objednávateľa, že konaním Poskytovateľa a/alebo zverejnením žiadaných výstupov v rámci realizačnej fázy Kampane ani iným plnením Služieb na základe tejto Zmluvy nedôjde k žiadnemu porušeniu Právnych predpisov zo strany Poskytovateľa ani Objednávateľa. Poskytovateľ zodpovedá bez obmedzenia za všetky škody, ktoré vzniknú jeho zavinením, a/alebo ktoré vzniknú Objednávateľovi a/alebo iným osobám v súvislosti s realizáciou Kampane.

- 3.2.2 Škodou sa rozumie aj škoda spočívajúca v povinnosti Objednávateľa vrátiť časť nenávratného finančného príspevku na financovanie predmetu tejto Zmluvy Poskytovateľovi NFP, resp. sankcia uložená Objednávateľovi Poskytovateľom NFP v prípade, ak Kampaň nebude vykonaná riadne a/alebo včas z dôvodov na strane Poskytovateľa. Nárok na náhradu škody nevylučuje právo Objednávateľa uplatniť zmluvnú pokutu v súlade s podmienkami Zmluvy.
- 3.2.3 Škodou sa rozumie aj akákoľvek sankcia alebo pokuta uložená Objednávateľovi zo strany orgánov verejnej správy alebo orgánov štátnej správy za porušenia akýchkoľvek povinností súvisiacich s plnením Zmluvy, za ktoré nesie zodpovednosť Poskytovateľ.
- 3.2.4 Poskytovateľ odškodní Objednávateľa od všetkých nárokov, škôd, strát a nákladov v súvislosti s poškodením alebo stratou akéhokoľvek majetku, nehnuteľného alebo huteľného v rozsahu, v akom toto poškodenie alebo strata vyplýva z dôvodov vyhotovenia, dokončenia a/alebo užívania výstupov zhotovených a dodaných zo strany Poskytovateľa a/alebo ak sa dá pripísať akejkolvek nedbanlivosti, úmyselnému činu alebo porušeniu Zmluvy Poskytovateľom.
- 3.2.5 Poskytovateľ nezodpovedá podľa tejto Zmluvy za nároky, škody, straty a náklady v prípadoch, kedy ich vznik možno pričítať okolnosti Vyššej moci. Za okolnosť Vyššej moci sa má namysliť taká okolnosť, pri ktorej sú kumulatívne splnené všetky nižšie uvedené znaky:
- a) je mimo kontroly Zmluvnej strany;
 - b) proti jej vzniku sa Zmluvná strana nemohla primerane zabezpečiť;
 - c) Zmluvná strana sa jej po jej vzniku nemohla primerane vyhnúť alebo ju prekonať; a zároveň
 - d) Zmluvná strana ju v čase uzavretia tejto Zmluvy objektívne nemohla predvídať.

(okolnosti podľa tohto bodu ďalej aj ako „**Vyššia moc**“)

- 3.2.6 Kedykoľvek ktorákoľvek Zmluvná strana zistí akúkoľvek prekážku, ktorá jej bráni alebo je odôvodnené predpokladať, že jej bude brániť, v plnení akýchkoľvek povinností podľa tejto Zmluvy, najmä tak prekážku Vyššej moci, je povinná jej vznik alebo existenciu bezodkladne písomne oznámiť druhej Zmluvnej strane. Pri riešení vzájomných nárokov spôsobených výskytom takýchto prekážok sú Zmluvné strany povinné postupovať vo vzájomnej súčinnosti tak, aby do najvyššej možnej miery zabránili následkom alebo zmiernili následky Vyššej moci.

3.3 Zmluvné sankcie

- 3.3.1 V prípade, že nastane niektorá z nižšie uvedených okolností má Objednávateľ na základe faktúry nárok požadovať od Poskytovateľa zaplatenie zmluvnej pokuty a Poskytovateľ je v prípade uplatnenia takého nároku zo strany Objednávateľa povinný Objednávateľovi zaplatiť nasledovné zmluvné pokuty (pre vylúčenie pochybností, pre každý prípad, kedy nastane akákoľvek z nižšie uvedených okolností, t. j. kedykoľvek aj opakovane):
- a) V prípade omeškania Poskytovateľa s poskytnutím akéhokoľvek plnenia (s plnením akejkolvek časti Služieb) v zmysle Špecifikácie predmetu zákazky oproti Harmonogramu, má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 0,05 % z čiastky Zmluvnej ceny pripadajúcej na plnenie, s ktorým sa Poskytovateľ dostal do omeškania, a to za každý aj začatý deň omeškania;
 - b) V prípade, ak Poskytovateľ poruší povinnosti vyplývajúce z čl. 2.1.3 má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 5.000,- EUR (slovom: päťtisíc euro).
 - c) V prípade, ak Poskytovateľ zadá určitú časť plnenia tejto Zmluvy Subdodávateľovi v rozpore s postupom podľa bodu 3.5 tejto Zmluvy má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 5.000,- EUR (slovom: päťtisíc euro);
 - d) V prípade, ak nastane ktorýkoľvek dôvod, ktorý dáva Objednávateľovi možnosť odstúpiť od tejto Zmluvy v zmysle bodu 3.4.6 tejto Zmluvy nižšie, má Objednávateľ nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 5 % z celkovej Zmluvnej ceny.
- 3.3.2 V prípade omeškania Objednávateľa s úhradou faktúr má Poskytovateľ nárok na zaplatenie úroku z omeškania vo výške 0,05 % z dlžnej sumy vrátane DPH za každý aj začatý deň omeškania.

3.3.3 Zaplacením zmluvnej pokuty na základe tejto Zmluvy nezaniká povinnosť splniť zabezpečený záväzok. Rovnako nezaniká ani nárok na náhradu škody príslušnej Zmluvnej strany, ktorá jej vznikne v súvislosti s porušením tejto Zmluvy v plnej výške.

3.3.4 Splatnosť faktúry za zmluvnú pokutu vystavenej podľa tohto bodu bude minimálne sedem (7) kalendárnych dní.

3.4 Trvanie a ukončenie Zmluvy

3.4.1 Táto Zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpisu oboma zmluvnými stranami a účinnosť deň po dni kumulatívneho splnenia nasledovných podmienok:

- a) doručenie správy z kontroly Riadiaceho orgánu (Poskytovateľa NFP) Objednávateľovi, ktorá konštatuje schválenie predmetného verejného obstarávania a zároveň
- b) zverejnenie v zmysle ust. § 47a ods. 1 zákona č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v spojení s ust. §5a zákona č. 211/2000 Z.z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

3.4.2 Táto Zmluva zaniká, ak nenadobudne účinnosť do 30.06.2021, s výnimkou prípadu, že dôjde k predĺženiu termínu realizácie Projektu v rozsahu umožňujúcom plnenie tejto zmluvy v lehote stanovenej v bode 3.4.3 tejto Zmluvy.

3.4.3 Lehota začína plynúť nadobudnutím účinnosti zmluvy a v zmysle harmonogramu je ohraničená dátumom ukončenia projektu, t. j. najneskôr do 30.9.2021. Lehoty poskytovania jednotlivých služieb sú stanovené v Harmonograme, ktorý tvorí prílohu č. 4 tejto Zmluvy.

3.4.4 Táto Zmluva trvá až do úplného splnenia všetkých vzájomných povinností a vysporiadania všetkých záväzkov Zmluvných strán na základe tejto Zmluvy alebo do vyčerpania (vyplatenia) celej Zmluvnej ceny, pokiaľ nedôjde k jej predčasnému ukončeniu v súlade s ustanoveniami tejto Zmluvy.

3.4.5 Táto zmluva zanikne okrem splnenia všetkých práv a povinností obidvoch Zmluvných strán aj písomnou dohodou Zmluvných strán alebo písomným odstúpením od Zmluvy jednej zo Zmluvných strán.

3.4.6 V prípade zániku zmluvy dohodou zmluvných strán, táto zaniká dňom uvedeným v tejto dohode. Dohoda o ukončení Zmluvy musí byť písomná. V tejto dohode sa upravujú aj vzájomné nároky Zmluvných strán, ktoré vzniknú z plnenia zmluvných povinností alebo z ich porušenia druhou Zmluvnou stranou ku dňu zániku Zmluvy dohodou.

3.4.7 V prípade odstúpenia od Zmluvy sa Zmluvné strany budú riadiť ustanoveniami § 344 a nasl. Obchodného zákonníka. Odstúpenie od Zmluvy musí mať písomnú formu, musí byť doručené druhej Zmluvnej strane (ktorá svoju povinnosť porušila) a je účinné dňom doručenia odstúpenia Zmluvnej strane, ktorá svoju povinnosť porušila.

3.4.8 Objednávateľ je oprávnený okamžite odstúpiť od Zmluvy v prípade podstatného porušenia Zmluvy Poskytovateľom. Na účely tejto zmluvy sa za podstatné porušenie Zmluvy Poskytovateľom považuje najmä, nie však výlučne:

- a) ak sa preukáže, že Poskytovateľ v Ponuke Poskytovateľa predložil nepravdivé doklady alebo uviedol nepravdivé, neúplné alebo skreslené údaje, ktoré mohli mať vplyv na výsledok Súťaže;
- b) ak je Poskytovateľ v omeškaní s poskytnutím akéhokoľvek plnenia o viac, ako 30 kalendárnych dní;
- c) ak nastane iná okolnosť uvedená v tejto Zmluve alebo v Právnych predpisoch oprávňujúca Objednávateľa odstúpiť od Zmluvy.

3.5 Subdodávateľia a experti

3.5.1 Poskytovateľ je oprávnený plnením vybraných častí tejto Zmluvy poveriť svojich Subdodávateľov. Zoznam Subdodávateľov tvorí Prílohu č. 3 tejto Zmluvy. V zozname Subdodávateľov sa uvádza podiel plnenia každého Subdodávateľa z celkovej ceny plnenia a údaje o osobe oprávnenej konať za Subdodávateľa v rozsahu meno a priezvisko, adresa pobytu, dátum narodenia. Každý Subdodávateľ, ktorý má takú povinnosť, musí byť zapísaný v registri partnerov verejného sektora podľa Zákona o RPVS.

3.5.2 V prípade, ak má počas plnenia Zmluvy Poskytovateľ záujem zmeniť alebo doplniť svojich Subdodávateľov, je povinný rešpektovať nasledovné pravidlá:

- a) Subdodávateľ, ktorý má takú povinnosť, musí byť zapísaný v registri partnerov verejného sektora podľa Zákona o RPVS,
 - b) Subdodávateľ, ktorého sa týka návrh na zmenu, musí byť schopný realizovať príslušnú časť predmetu zákazky a musí spĺňať rovnaké podmienky, ako pôvodný Subdodávateľ (ak boli stanovené),
 - c) Poskytovateľ oznámi Objednávateľovi návrh na zmenu Subdodávateľa spolu s predložením dokladov preukazujúcich splnenie podmienok uvedených vyššie.
- 3.5.3 Návrh na zmenu subdodávateľa spolu s dokladmi podľa bodu 3.5.2c) vyššie a aktualizovaným znením Prílohy č. 3 musí Poskytovateľ predložiť Objednávateľovi najneskôr 3 pracovné dni pred začatím plánovanej subdodávky. Objednávateľ má právo zmenu odmietnuť, ak nie sú splnené podmienky uvedené v bode 3.5.2 vyššie.
- 3.5.4 Pre vylúčenie pochybností sa Zmluvné strany dohodli, že pre zmenu alebo doplnenie Subdodávateľov nie je potrebné uzatvárať dodatok k tejto Zmluve, pokiaľ bude dodržaný postup podľa tohto bodu.
- 3.5.5 V prípade, ak Poskytovateľ využije na plnenie ktorejkoľvek povinnosti podľa tejto Zmluvy Subdodávateľa, Poskytovateľ za konanie Subdodávateľa voči Objednávateľovi zodpovedá, ako keby plnenie vykonával sám.
- 3.5.6 Poskytovateľ nesie plnú zodpovednosť a prípadné sankcie za subdodávateľov, ktorí porušili zákaz nelegálneho zamestnávania.
- 3.5.7 Poskytovateľ sa zaväzuje, že výkon vybraných odborných činností v rámci plnenia tejto Zmluvy bude vykonávať výlučne prostredníctvom expertov, prostredníctvom ktorých preukazoval splnenie podmienok účasti technickej alebo odbornej spôsobilosti podľa súťažných podkladov vyhlásenej súťaže, a ktorých za týmto účelom identifikoval vo svojej ponuke (ďalej aj ako „Expert“ alebo jednotlivo ako „Expert“). Zoznam jednotlivých Expertov s uvedením ich kvalifikácie a doklady preukazujúce ich kvalifikáciu tvoria obsah Prílohy č. 5 tejto Zmluvy.
- 3.5.8 V prípade, ak chce Poskytovateľ nahradiť Expertu, takéto nahradenie je možné výlučne so súhlasom Objednávateľa. Objednávateľ takýto súhlas bezdôvodne neodoprie, avšak platí, že novo navrhovaný Expert musí spĺňať rovnakú odbornú spôsobilosť, ako je spôsobilosť, ktorej splnenie preukazoval Expert, ktorý sa nahrádza. Spôsobilosť nového Expertu Poskytovateľ preukazuje profesijným životopisom príslušnej osoby, s minimálnym obsahom:
- 3.5.8.1 meno a priezvisko, dosiahnuté vzdelanie, súčasná pracovná pozícia a jeho vzťah k Poskytovateľovi, prehľad profesijnej praxe vzťahujúcej sa k činnosti, ktorú má príslušná osoba vykonávať, popis referenčných projektov, vlastnoručný podpis.
- 3.5.9 Pre vylúčenie pochybností sa Zmluvné strany dohodli, že pre nahradenie Expertov nie je potrebné uzatvárať dodatok k tejto Zmluve, pokiaľ bude dodržaný postup podľa tohto bodu. Po zmene Expertu Zmluvné strany aktualizujú Prílohu č. 5 o údaje o novom Expertovi.

3.6 Spoločné a záverečné ustanovenia

- 3.6.1 Práva a povinnosti Zmluvných strán neupravené v tejto Zmluve sa riadia príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka a Zákona o verejnom obstarávaní a ostatných všeobecne záväzných Právnych predpisov platných a účinných v Slovenskej republike.
- 3.6.2 Poskytovateľ nie je oprávnený postúpiť akékoľvek pohľadávky (práva) vyplývajúce z tejto Zmluvy na tretiu osobu alebo sa dohodnúť s treťou osobou na prevzatí jeho záväzkov (povinností) vyplývajúcich z tejto Zmluvy bez predchádzajúceho písomného súhlasu Objednávateľa.
- 3.6.3 Z dôvodu, že predmet plnenia môže byť čiastočne financovaný z prostriedkov poskytnutých Objednávateľovi na základe Zmluvy o NFP, zaväzuje sa Poskytovateľ strpieť výkon kontroly/auditov súvisiaceho so zhotovením Kampane a/alebo v súvislosti s nim v zmysle Zmluvy o NFP kedykoľvek počas platnosti a účinnosti zmluvy o NFP, a to oprávnenými osobami na výkon tejto kontroly/auditov a poskytnúť im všetku súčinnosť. Oprávnené osoby na výkon kontroly/auditov sú najmä:
- a) Poskytovateľ NFP a ním poverené osoby,
 - b) Útvar vnútorného auditu riadiaceho orgánu alebo sprostredkovateľského orgánu a nimi poverené osoby,

- c) Najvyšší kontrolní úřad SR, příslušná Správa finanční kontroly, Certifikační orgán a nimi poverené osoby,
 - d) orgán auditu, jeho spolupracující orgány a nimi poverené osoby,
 - e) splnomocnění zástupcovia Európskej Komisie a Európskeho dvora audítorov,
 - f) Orgán zabezpečujúci ochranu finančných záujmov EÚ,
 - g) osoby prizvané orgánmi podľa písm. a) - f) tohto bodu v súlade s príslušnými Právnymi predpismi.
- Orgán zabezpečujúci ochranu finančných záujmov EÚ.

Poskytovateľ je povinný strpieť kontrolu zo strany Poskytovateľa NFP v zmysle zmluvy medzi Poskytovateľom NFP a prijímateľom NFP (Objednávateľom).

- 3.6.4 Zmluva je vyhotovená v piatich (5) rovnopisoch, pričom Objednávateľ obdrží tri (3) rovnopisy a Poskytovateľ obdrží dva (2) rovnopisy.
- 3.6.5 Zmluvné strany berú na vedomie, že zmena Zmluvy je možná len v súlade s § 18 Zákona o verejnom obstarávaní a to za predpokladu, že sa nezmenia záväzky Poskytovateľa, ku ktorým sa zaviazal v Ponuke Poskytovateľa. Prípadná zmena tejto Zmluvy je možná len písomnou dohodou Zmluvných strán, a to vo forme číslovaných dodatkov podpísaných oprávnenými zástupcami oboch Zmluvných strán.
- 3.6.6 Ak niektoré ustanovenia tejto Zmluvy nie sú celkom alebo sčasti účinné alebo platné alebo neskôr stratia účinnosť alebo platnosť, nie je tým dotknutá účinnosť a platnosť ostatných ustanovení. Ak sa niektoré z ustanovení tejto Zmluvy stane neplatným z dôvodu rozporu s Právnymi predpismi, zaväzujú sa Zmluvné strany takéto ustanovenie nahradiť iným, primerane zodpovedajúcim Právnomu významu pôvodného ustanovenia a zmyslu a účelu tejto Zmluvy.
- 3.6.7 Zmluvné strany vyhlasujú, že sa s obsahom Zmluvy oboznámili, túto uzatvorili slobodne a vážne, že sa zhoduje s ich prejavom vôle a svoj súhlas s jej obsahom potvrdzujú vlastnoručným podpisom.
- 3.6.8 Neoddeliteľnou súčasťou Zmluvy sú nasledovné prílohy:
 - Príloha č. 1 Špecifikácia predmetu Zákazky [*totožná s Opisom predmetu verejného obstarávania tejto zákazky*]
 - Príloha č. 2 Rozpočet Zmluvnej ceny [*v súlade s ponukou úspešného uchádzača vo verejnom obstarávaní tejto zákazky*]
 - Príloha č. 3 Zoznam Subdodávateľov
 - Príloha č. 4 Harmonogram
 - Príloha č. 5 Zoznam Expertov [*musí zahŕňať experta, ktorým úspešný uchádzač preukázal splnenie podmienok odbornej spôsobilosti*].

Objednávateľ

V Prešove

Dňa 5.5.2021

Poskytovateľ

V Turčianskych Tepliciach

Dňa 12.4.2021

Za Prešovský samosprávny kraj
PaedDr. Milan Majerský, PhD., v.r. - predseda

Za ZEBRA STUDIO s.r.o.
Adam Harkabus, v.r. - konateľ
Ing. Tibor Lettrich, v.r. - konateľ

Táto Zmluva bola zverejnená dňa: 05.05.2021

Táto Zmluva nadobúda účinnosť dňa: 06.05.2021

ČASŤ B. Opis predmetu zákazky

Nižšie sú stanovené záväzné požiadavky na predmet zákazky. Pokiaľ sa v opise predmetu zákazky použil odkaz na konkrétnu značku, výrobcu, alebo výrobok alebo typ výrobku – tieto boli použité výlučne pre ilustráciu vtedy, ak nebolo možné dostatočne presne a zrozumiteľne opísať predmet zákazky v súlade so ZVO a obvyklou obchodnou praxou prevažujúcou pri realizácii rovnakých alebo obdobných predmetov zákazky. V takýchto prípadoch sa má za to, že je takýto odkaz vždy doplnený slovami "alebo ekvivalentný" a platí, že uchádzač môže vždy ponúknuť aj ekvivalentné alebo lepšie plnenie v súlade s ustanovením § 42 ods. 3 ZVO. Uchádzač musí pri tvorbe a realizácii kampane postupovať v súlade s Príručkou Info Promo (*otvoriť link kombináciou kláves Ctrl+klik*) programu Interreg V-A Poľsko – Slovensko.

1 ZÁKLADNÝ OPIS PREDMETU ZÁKAZKY

Predmetom zákazky je tvorba, realizácia a uverejnenie marketingovej kampane pre projekt „Svätomariánska púť (Svetlo z východu)“. Kampaň sa skladá z nasledovných celkov a konkrétnych činností:

Marketingová kampaň na sociálnych sieťach:

- a. Vytvorenie kreatívneho konceptu kampane
- b. Harmonogram nasadenia a časovania kampane v rámci sociálnych médií
- c. Grafická a textová príprava postov pre sociálne siete
- d. Správa profilov sociálnych sietí
- e. Komunikácia s fanúšikmi v rámci profilov na sociálnych sieťach
- f. Uverejňovanie obsahu v rámci sociálnych sietí
- g. Uverejnenie sponzorovaných príspevkov v rámci sociálnych sietí (Facebook, Instagram)
- h. Tvorba scenára pre videospot
- i. Produkcia videospotu

Marketingová kampaň v médiách – nasadenie v rámci nasledovných mediálnych nosičov:

- a. Uverejnenie videospotu v televíznej reklame
- b. Tvorba a uverejnenie rozhlasového spotu v rámci rádio reklamy
- c. Tvorba a uverejnenie PR článkov v rámci printových médií
- d. Tvorba a uverejnenie inzercie v rámci printových médií
- e. Tvorba a uverejnenie billboardov na billboardových plochách
- f. Tvorba a uverejnenie online bannerov na relevantných webových stránkach, portáloch a vo vyhľadávacej sieti google
- g. Tvorba a uverejnenie online PR článkov na relevantných webových stránkach a portáloch.

Direct marketingová kampaň:

Vypracovanie databázy relevantných mailových kontaktov, príprava kampane, testovanie, vyhodnocovanie a správa direct marketingovej kampane

Povinnosťou uchádzača je vytvoriť komplexný návrh kampane, zabezpečiť produkciu všetkých potrebných výstupov, realizovať kampaň podľa uchádzačom navrhnutého a verejným obstarávateľom schváleného harmonogramu kampane a nasadiť výstupy kampane v rámci všetkých stanovených mediálnych formátov.

2 ZDÔVODNENIE / ÚČEL KAMPANE

V rámci marketingovej kampane požadujeme v kreatívnej a adresnej forme najmä:

- Predstaviť a promovať myšlienku náboženského turizmu a jeho spojenie s regiónom Prešovského kraja ako aj partnerov projektu
- Prezentať cieľovej skupine zaujímavé miesta ako turistické atrakcie, ktoré je vhodné v rámci domácej dovolenky vidieť a tráviť v nich čas
- Vysvetliť myšlienku náboženského turizmu jednoduchou formou
- Vzbudiť záujem o domáci aj prihraničný turizmus a poukázať na zaujímavé miesta východnejšie od Tatier
- Ukázať Prešovský kraj ako kraj plný kultúrnych pamiatok, umenia, sakrálnych stavieb a dobrodružných miest
- Intenzívne komunikovať a dostať do povedomia jednotlivé pútnické miesta svätomariánskej trasy
- Propagovať partnerov a realizátorov projektu

3 EXPLIKÁCIA K TVORBE MARKETINGOVEJ KAMPANE

Účelom kampane je, aby atraktívne ciele na trase Svätomariánskej púte oslovili čo najviac pútnikov, a tak autenticky šírili povedomie o lokálnych hodnotách z kladnej perspektívy. Odteraz by si nielen miestni mali mať možnosť dopriať najčistejšiu vodu a vzduch v Európe. Surová príroda, kde každá skala znamená malebný výhľad, každá hladina úroveň dobrej nálady, každá fasáda neplánovaný príbeh architekta či estetického slohu a v každom brlôžku si hovie iná tradícia. Sú tu na to, aby sme sa o ne podelili. Chceli by sme odkryť miestne poklady a sprístupniť krásu a majestáť púte ideovo primeraným prístupným spôsobom. Kampaň by mala pôsobiť vitálne a entuziasticky.

V rámci marketingovej kampane je preto nutné používať pulzujúce frázy a vibrujúce detaily, aby sme prijímateľa nadchli, samozrejme s limitmi, ktoré neirutujú tradicionalistov.

Zvolený tón konverzácie s potenciálnym zákazníkom musí byť:

- vkusný, slušný a dôsledný
- chytrý
- priateľský
- otvorený dobrodružstvám a zázrakom
- otvorený dialógu.
- nekonzumný, nemasový skôr duchovný

4 CIEĽOVÉ SKUPINY

Cieľovú skupinu zámerne definujeme jednak demograficky (na základe odporúčaní štúdie), ale aj emocionálne a to v súlade s odporúčaniami definovanými v Brandingu púte.

Podrobnejšia charakteristika cieľových skupín je uvedená v dokumente s názvom „Branding púte“ – pozri prílohu č. 6 týchto súťažných podkladov.

5 PODPORNÉ A VYSVETĽUJÚCE MATERIÁLY POSKYTNUTÉ VEREJNÝM OBSTARÁVATEĽOM

- Štúdia realizovateľnosti
- Dizajn manuál „Svätomariánska púť“
- Branding – sprievodca značkou „Svätomariánska púť“

Verejný obstarávateľ poskytne uchádzačom dokument „Branding púte“, ktorý pojednáva o všetkých aspektoch brandingu púte a detailne vysvetľuje jednotlivé prvky a postoje Verejného obstarávateľa s ohľadom na „Svätomariánsku púť“. Tento dokument tvorí základ pre kreatívny koncept kampane, nakoľko stanovuje tón reči a spolu s dizajn manuálom definuje vizuálne využitie jednotlivých prvkov. Slúži ako úvod do správneho porozumenia prostredníctvom náčrtu komunikačného systému. Zachovávanie odkazu tohto dokumentu je záväzné preto, aby sme zachovali dojem dôslednosti a čistoty a aby komunikáty boli jednoliate a celistvé, s princípom. Je tiež dôležité, aby sa o tieto princípy opierali marketingoví a mediálni partneri.

ODDIEL I. Individuálne požiadavky na poskytovanie služieb (položky) tvoriace predmet zákazky

POLOŽKA Č. 1: KAMPAŇ NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH A VÝROBA VIDEOOBSAHU

Časovanie produkcie

Každá jedna fáza v procese produkcie musí byť schválená verejným obstarávateľom tak, ako je uvedené v prílohe č. 4 vzorovej zmluvy uvedenej v bode 2 časti D. týchto súťažných podkladov. Verejný obstarávateľ môže požadovať dodanie úpravy jednotlivých výstupov (napr. skrátenie spotu, otitulkovanie, apod.). Ak verejný obstarávateľ neschváli dodaný základný výstup z akejkoľvek časti procesu produkcie, poskytovateľ zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek verejného obstarávateľa najneskôr v lehote podľa príslušnej časti harmonogramu plnenia predmetu zákazky.

Kampaň na sociálnych sieťach a výroba videoobsahu

Táto časť marketingovej kampane sa skladá z kreatívneho nápadu, tvorby a realizácie kampane na sociálnych sieťach ako aj výroba videospotu. Verejný obstarávateľ požaduje v rámci realizácie marketingovej kampane produkciu nasledovných podpoložiek:

1.1 Návrh kreatívneho konceptu marketingovej kampane

Verejný obstarávateľ požaduje vypracovanie kreatívneho konceptu marketingovej kampane podľa podkladov obstarávateľa. Návrh idey kampane a možností jej nasadenia v rámci všetkých požadovaných mediálnych formátov formou osobnej prezentácie v sídle verejného obstarávateľa (výstup z prezentácie formou elektronickej prezentácie vo formáte Powerpoint alebo Keynote).

1.2 Grafický a textový návrh facebook postov

Príprava grafických a textových podkladov a uverejnenie facebook postov.
Verejný obstarávateľ požaduje rozsah 50 postov.

1.3 Grafický a textový návrh facebook stories

Príprava grafických a textových podkladov a uverejnenie facebook stories.
Verejný obstarávateľ požaduje rozsah 30facebook stories.

1.4 Grafický a textový návrh instagram postov

Príprava grafických a textových podkladov a uverejnenie instagram postov.
Verejný obstarávateľ požaduje rozsah 50postov.

1.5 Grafický a textový návrh instastories

Príprava grafických a textových podkladov a uverejnenie instastories.
Verejný obstarávateľ požaduje rozsah 30instastories.

1.6 Správa sociálnych sietí instagram a facebook

Verejný obstarávateľ požaduje počas celej doby trvania kampane (účinnosti zmluvy) správu sociálnych sietí instagram a facebook. Nastavenie, správa a vyhodnocovanie uvedených sociálnych sietí sa predpokladá v rozsahu 4 mesiacov.

1.7 Sponzorované príspevky v rámci sociálnej siete facebook

Zabezpečenie uverejnenia sponzorovaných príspevkov vytvorených v bodoch 1.2 a 1.3 tohto opisu v rámci sociálnej siete facebook.

- Uverejnenie 40 sponzorovaných príspevkov v rámci sociálnej siete facebook požadujeme počas trvania marketingovej kampane;
- Požadujeme uverejnenie príspevkov s minimálnym celkovým kumulatívnym dosahom na cieľové publikum všetkých sponzorovaných príspevkov v rámci sociálnej siete facebook 500 000 ľudí v rámci Slovenska, preukázateľný výstupom v rámci facebook štatistík, ukazovateľom „celkový dosah“;
- Verejný obstarávateľ požaduje dodanie štatistík dosahu jednotlivých sponzorovaných príspevkov podľa mesiacov a sociálnej siete.

1.8 Sponzorované príspevky v rámci sociálnej siete instagram

Zabezpečenie uverejnenia sponzorovaných príspevkov vytvorených v bodoch 1.4 a 1.5 tohto opisu v rámci sociálnej siete instagram.

- Uverejnenie 40 sponzorovaných príspevkov v rámci sociálnej siete instagram požadujeme počas celej doby trvania marketingovej kampane;
- Požadujeme uverejnenie príspevkov s minimálnym celkovým kumulatívnym dosahom na cieľové publikum všetkých sponzorovaných príspevkov v rámci sociálnej siete instagram 500 000 ľudí v rámci Slovenska, preukázateľný výstupom v rámci instagram štatistík, ukazovateľom „celkový dosah“ (t.j. za celú dobu účinnosti zmluvy);
- Verejný obstarávateľ požaduje dodanie štatistík dosahu jednotlivých sponzorovaných príspevkov podľa mesiacov a sociálnej siete.

1.9 Vytvorenie 3 scenárov základného a modifikovaného videospotu

Verejný obstarávateľ požaduje:

- Návrh 3 scenárov základného videospotu: dĺžka trvania 30-120 sekúnd (primárne nasadenie v rámci sociálnych sietí);
- Návrh 3 scenárov modifikovaného videospotu: dĺžka trvania 20 sekúnd.

Explicácia k tvorbe scenára videospotu:

Požadovaným výstupom je návrh 3 detailne vypracovaných scenárov jednotlivých video spotov a ich modifikácií podľa vopred schválených tém uvedených v kreatívnom koncepte marketingovej kampane. Návrh scenára vychádza výlučne z kreatívneho konceptu navrhnutého poskytovateľom a schváleného verejným obstarávateľom. Scenáre budú vyhotovené v podobe storyboardov s rozkreslenými scénami, textami a časovým trvaním jednotlivých scén. Scenáre budú zároveň obsahovať návrhy na kombináciu hraného a moderovaného obsahu videospotu a v prípadnej kombinácii s animáciami a potrebnou grafikou. Návrh musí obsahovať návrh postáv, prostredia, vizuálneho pôsobenia, výrazových prostriedkov a atmosféry, ktoré ako celok budú jednotlivé videospoty definovať a identifikovať. Súčasťou každého návrhu scenára bude tiež zadefinovaná hudba a jej žáner, aby lepšie dotvorila obsah a zabezpečila pozornejšie, príjemnejšie a dlhšie sledovanie video spotov. Poskytovateľ je povinný dodať návrh min. 3 ženských a 3 mužských typov a ich fyzické a povahové charakteristiky, z ktorých bude verejný obstarávateľ môcť vybrať finálne typy jednotlivých postáv. Verejný obstarávateľ má právo navrhnuté scenáre pripomienkovať a požadovať zmeny v scenároch.

Spôsob výberu finálnej verzie scenára videospotu v jeho základnej a aj modifikovanej verzii je uvedený v prílohe č. 4 vzorovej zmluvy uvedenej v bode 2 časti D. týchto súťažných podkladov.

Scenár videospotu musí spĺňať kvalitou a technickou realizáciou náležitosti potrebné pre vysielanie videospotu prostredníctvom zadefinovaných kanálov (televízne vysielanie, youtube, sociálne siete, slovenské videoportály). Mal by byť navrhnutý s dôrazom na maximálnu hospodárnosť a s ohľadom na prostredie, v ktorom bude prezentovaný.

Schválený scenár videospotu v jeho základnej a modifikovanej verzii tvorí základ pre následnú tvorbu videospotu.

1.10 Vytvorenie základného a modifikovaného finálneho videospotu

Požadované výstupy:

- Základný finálny videospot: dĺžka trvania 30-120 sekúnd (primárne nasadenie v rámci sociálnych sietí a v reklamnom formáte v rámci Direct marketing na youtube)
- Modifikovaný finálny videospot: dĺžka trvania 20 sekúnd
- Otitulkovanie základného finálneho videospotu v slovenskom, poľskom a anglickom jazyku

Explicácia k tvorbe finálneho videospotu:

Predmetom zákazky je komplexná produkcia/výroba video spotov s jeho jednou modifikáciou (t.j. celkovo 2 verzie videospotu) vrátane všetkých prípravných (predprodukčných), produkčných a postprodukčných prác (ako napr. grafická výroba, zvuková výroba, až po výstup podľa požiadavky verejného obstarávateľa) na základe kreatívneho scenára základného spotu a jeho modifikácie (storyboardy), ktoré navrhne poskytovateľ a schváli verejný obstarávateľ.

Verejný obstarávateľ si vyhradzuje právo účasti na výrobe osobne – určenou zodpovednou osobou, resp. osobami.

Vysvetlenie k produkcii základného finálneho videospotu a jeho modifikácii:

Základný videospot má dĺžku 30-120 sekúnd. Videospot sa bude riadiť výlučne schváleným scenárom a príslušným storyboardom. Pôjde o video predstavujúce ideu Svätomariánskej púte a pútnictva ako takého. Súčasťou videospotu môže byť prezentácia jednotlivých miest, ktoré je možné v rámci púte navštíviť. Časť videospotu bude sprevádzaná sprievodným hlasom, ktorý môže nad obrazom komentovať dianie na obrazovke. Pre účely videospotu požadujeme predloženie návrhov ženských a mužských typov, z ktorých bude vybrané obsadenie jednotlivých postáv. Povahové a fyzické charakteristiky týchto postáv je potrebné popísať v scenároch, ktoré budú vypracované víťazným uchádzačom a následne vybrané verejným obstarávateľom. Pri záberoch, ktoré budú vyžadovať hlasový komentár, dodá poskytovateľ na výber 3 ženské a 3 mužské hlasy, z ktorých bude vybratý 1 hlas, a to ženský alebo mužský.

Pri modifikáciách základného videospotu, pri jeho úpravách a doplneniach, bude poskytovateľ povinný tieto modifikácie vykonať na základe navrhnutého a schváleného scenára a požiadaviek verejného obstarávateľa, najmä ak pôjde o úpravy strihu, farebnosti, dĺžky, 2D a 3D animácií, alebo úprav textov alebo iných grafických prvkov a s tým súvisiacej úpravy zvuku (hlasitosť, hudba a voiceover). Úpravy sa môžu diať na základe dodatočných návrhov, ktoré dodá verejný obstarávateľ.

Každá verzia videospotu musí byť okrem formátu podľa špecifikácie vysielateľa dodaná aj v ďalších formátoch (MP4 v pomere strán 4:5), pre umiestnenie na sociálne siete, kanál youtube a tiež na DVD (v príslušnom formáte na prehrávanie v počítači a DVD prehrávači), podľa požiadavky verejného obstarávateľa.

Poskytovateľ dodá verejnému obstarávateľovi ku každému videospotu (základného a modifikovaného finálneho) časový výrobný harmonogram s presným rozpisom aktivít, dátumov a časov, pričom zohľadní aj časový harmonogram uvedený v prílohe č. 4 vzorovej zmluvy uvedenej v bode 2 časti D. týchto súťažných podkladov, ako aj údaje uvedené v tabuľke nižšie.

Finálny videospot propagujúci verejné informačné podujatie podľa nasledujúcej špecifikácie, alebo ekvivalent	
Technické špecifikácie	
Parameter	Technický parameter
Forma spotu	Grafický
Dĺžka trvania spotu	Základný spot 30-120 sekúnd, modifikovaný spot 20 sekúnd
Formát	HDCam
Nastavenia kódovania pre HD	
Pomer strán	16:9
Rozlíšenie	1920x1080

Požadované výstupy:

- Základný finálny videospot: dĺžka trvania 30-120 sekúnd (primárne nasadenie v rámci sociálnych sietí a v reklamnom formáte v rámci Direct marketing na youtube)
- Modifikovaný finálny videospot: dĺžka trvania 20 sekúnd
- Otitulkovanie základného finálneho videospotu v slovenskom, poľskom a anglickom jazyku

Explicácia k tvorbe finálneho videospotu:

Predmetom zákazky je komplexná produkcia/výroba video spotov s jeho jednou modifikáciou (t.j. celkovo 2 verzie videospotu) vrátane všetkých prípravných (predprodukčných), produkčných a postprodukčných prác (ako napr. grafická výroba, zvuková výroba, až po výstup podľa požiadavky verejného obstarávateľa) na základe kreatívneho scenára základného spotu a jeho modifikácie (storyboardy), ktoré navrhne poskytovateľ a schváli verejný obstarávateľ.

Verejný obstarávateľ si vyhradzuje právo účasti na výrobe osobne – určenou zodpovednou osobou, resp. osobami.

Vysvetlenie k produkcii základného finálneho videospotu a jeho modifikácii:

Základný videospot má dĺžku 30-120 sekúnd. Videospot sa bude riadiť výlučne schváleným scenárom a príslušným storyboardom. Pôjde o video predstavujúce ideu Svätomariánskej púte a pútnictva ako takého. Súčasťou videospotu môže byť prezentácia jednotlivých miest, ktoré je možné v rámci púte navštíviť. Časť videospotu bude sprevádzaná sprievodným hlasom, ktorý môže nad obrazom komentovať dianie na obrazovke. Pre účely videospotu požadujeme predloženie návrhov ženských a mužských typov, z ktorých bude vybrané obsadenie jednotlivých postáv. Povahové a fyzické charakteristiky týchto postáv je potrebné popísať v scenároch, ktoré budú vypracované víťazným uchádzačom a následne vybrané verejným obstarávateľom. Pri záberoch, ktoré budú vyžadovať hlasový komentár, dodá poskytovateľ na výber 3 ženské a 3 mužské hlasy, z ktorých bude vybratý 1 hlas, a to ženský alebo mužský.

Pri modifikáciách základného videospotu, pri jeho úpravách a doplneniach, bude poskytovateľ povinný tieto modifikácie vykonať na základe navrhnutého a schváleného scenára a požiadaviek verejného obstarávateľa, najmä ak pôjde o úpravy strihu, farebnosti, dĺžky, 2D a 3D animácií, alebo úprav textov alebo iných grafických prvkov a s tým súvisiacej úpravy zvuku (hlasitosť, hudba a voiceover). Úpravy sa môžu diať na základe dodatočných návrhov, ktoré dodá verejný obstarávateľ.

Každá verzia videospotu musí byť okrem formátu podľa špecifikácie vysielateľa dodaná aj v ďalších formátoch (MP4 v pomere strán 4:5), pre umiestnenie na sociálne siete, kanál youtube a tiež na DVD (v príslušnom formáte na prehrávanie v počítači a DVD prehrávači), podľa požiadavky verejného obstarávateľa.

Poskytovateľ dodá verejnému obstarávateľovi ku každému videospotu (základného a modifikovaného finálneho) časový výrobný harmonogram s presným rozpisom aktivít, dátumov a časov, pričom zohľadní aj časový harmonogram uvedený v prílohe č. 4 vzorovej zmluvy uvedenej v bode 2 časti D. týchto súťažných podkladov, ako aj údaje uvedené v tabuľke nižšie.

Finálny videospot propagujúci verejné informačné podujatie podľa nasledujúcej špecifikácie, alebo ekvivalent	
Technické špecifikácie	
Parameter	Technický parameter
Forma spotu	Grafický
Dĺžka trvania spotu	Základný spot 30-120 sekúnd, modifikovaný spot 20 sekúnd
Formát	HDCam
Nastavenia kódovania pre HD	
Pomer strán	16:9
Rozlíšenie	1920x1080

POLOŽKA Č. 2: REALIZÁCIA KAMPANE V MÉDIÁCH

Verejný obstarávateľ požaduje v rámci realizácie marketingovej kampane realizáciu nasledovných podpoložiek:

2.1 Realizácia TV spotu

Verejný obstarávateľ požaduje: Uverejnenie TV spotu počas 2 mesiacov (trvanie 4 týždne)

Poskytnutie vysielacieho času pre účely vysielania videospotu, ktorý vytvoril poskytovateľ.

- Požadovaná dĺžka TV publicity sú 4 týždne rozdelené v rámci dvoch mesiacov v rámci SR; spoty môžu byť nasadené v rámci viacerých televízií naraz.
- Požadovaný formát – 20" zvukovo-obrazová publicita (TV spot);
- Žiadame o garantovanie nasadenia v komerčných brejkoch v čase od 06:00 do 12:00 a od 16:00 do 22:00 počas všetkých dní týždňa vrátane víkendov. Verejný obstarávateľ vychádza z požiadavky zasiahnuť cieľovú skupinu kampane;
- Žiadame uverejniť 3 spoty denne, rovnomerne rozložené v rámci požadovaných vysielacích časov;
- Uverejnenie žiadame v rámci 2 televízií definovaných nasledovne:
 - o Jedna z nich, ktorej sledovanosť dosiahla podiel minimálne 20% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 1. a 2. kvartál roku 2020 (<https://www.median.sk/pdf/2020/ZS202SR.pdf>); uverejniť 50% spotov
 - o Druhá televízia, ktorej charakter vysielania je blízky téme projektu (náboženský turizmus, duchovno a pod); uverejniť 50% spotov
- Verejný obstarávateľ má právo posunúť štart publicity.

2.2 Tvorba a uverejnenie rozhlasového spotu

Verejný obstarávateľ požaduje: Finálny rozhlasový spot: dĺžka trvania 30 sekúnd

Explikácia k tvorbe rozhlasového spotu:

Požadovaným výstupom je návrh 3 detailne vypracovaných scenárov jednotlivých rozhlasových spotov podľa vopred schválených tém uvedených v kreatívnom koncepte marketingovej kampane. Návrh scenára vychádza výlučne z kreatívneho konceptu navrhnutého poskytovateľom a schváleného verejným obstarávateľom. Scenáre budú vyhotovené v textovej podobe s návrhom dialógu alebo monológu. Scenáre budú zároveň obsahovať návrhy na kombináciu hraného a moderovaného obsahu rozhlasového spotu. Návrh musí obsahovať návrh postáv, prostredia, audio pôsobenia, výrazových prostriedkov a atmosféry, ktoré ako celok budú rozhlasový spot definovať a identifikovať. Súčasťou každého návrhu scenára bude tiež zadefinovaná hudba a jej žáner, aby lepšie dotvorila obsah a zabezpečila pozornejšie, príjemnejšie počúvanie rozhlasového spotu. Poskytovateľ je povinný dodať návrh min. 3 ženských a 3 mužských typov a ich fyzické a povahové charakteristiky, z ktorých bude verejný obstarávateľ môcť vybrať finálne typy jednotlivých postáv. Verejný obstarávateľ má právo navrhnuté scenáre pripomienkovať a požadovať zmeny v scenároch. Spôsob výberu finálnej verzie scenára rozhlasového spotu je uvedený v prílohe č. 4 vzorovej zmluvy uvedenej v bode 2 časti D. týchto súťažných podkladov. Scenár rozhlasového spotu musí spĺňať kvalitou a technickou realizáciou náležitosti potrebné pre nasadenie rozhlasového spotu prostredníctvom rádiového vysielania. Mal by byť navrhnutý s dôrazom na maximálnu hospodárnosť a s ohľadom na prostredie, v ktorom bude prezentovaný. Schválený scenár rozhlasového spotu tvorí základ pre následnú tvorbu rozhlasového spotu. Predmetom zákazky je komplexná produkcia/výroba rozhlasového spotu vrátane všetkých prípravných (predprodukčných), produkčných a postprodukčných prác (ako napr. zvukovýroba, až po výstup podľa požiadavky verejného obstarávateľa) na základe scenára rozhlasového spotu, ktoré navrhne poskytovateľ a schváli verejný obstarávateľ.

Finálny rozhlasový spot propagujúci verejné informačné podujatie podľa nasledujúcej špecifikácie, alebo ekvivalent	
Technické špecifikácie	
Parameter	Technický parameter
Forma spotu	Digital audio
Dĺžka trvania spotu	30 sekúnd
Formát	Wav 44,1 khz/ 16 bit, stereo
Bit rate	Min. 256 kbps
Záznam môže byť modulovaný maximálne na úroveň 0,5 dBfs.	

Uverejnenie rozhlasového spotu počas 6 týždňov (trvanie 10 týždňov)

Poskytnutie rozhlasového vysielacieho času pre účely vysielania rozhlasového spotu, ktorý vytvoril poskytovateľ.

- Celkový rozsah odvysielaných rozhlasových spotov v rámci jednotlivých rozhlasových médií je 10 týždňov, tzn. spoty môžu byť nasadené vo viacerých rozhlasových médiách naraz (ak je v jednom týždni nasadený spot napr. v dvoch rozhlasových médiách, ráta sa to ako nasadenie počas dvoch týždňov);
- Požadovaný formát – 30“ zvuková publicita (rozhlasový spot);
- Žiadame o garantovanie nasadenia v komerčných brejkoch v čase od 06:00 do 12:00 a od 16:00 do 22:00 počas všetkých dní týždňa vrátane víkendov. Verejný obstarávateľ vychádza z požiadavky zasiahnuť cieľovú skupinu kampane;
- Žiadame uverejniť 5 spotov denne, rovnomerne rozložené v rámci požadovaných vysielacích časov;
- Uverejnenie žiadame v rámci rozhlasových staníc, ktorých počúvanosť dosiahla podiel minimálne 5% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 1. a 2. kvartál roku 2020 (<https://www.median.sk/pdf/2020/ZS202SR.pdf> Verejný obstarávateľ má právo posunúť štart publicity.

2.3 Billboardy

Verejný obstarávateľ požaduje: 10 finálnych návrhov billboardov (grafika a text) (vrátane DTP), z toho:

- 5 variantov adresne v blízkosti každého pútnického miesta v rámci Prešovského samosprávneho kraja,
- 5 variantov pre billboardy nachádzajúce sa vo väčšej vzdialenosti od pútnických miest. (programové územie prihraničie Poľsko)

Tlač, výlep a prenájom billboardov v celkovom rozsahu 90 ks zverejnených na mesačnej báze počas celých troch (3) mesiacov. Tlač, výlep a poskytnutie billboardových plôch počas celej doby trvania marketingovej kampane.

- Požadovaná dĺžka trvania sú 3 mesiace;
- Štart publicity je stanovený r na Máj 2021;
- Minimálny požadovaný formát: 500x200 cm;
- Požadovaný počet billboardov je 90 kusov na každý mesiac vylepených nepretržite celý mesiac;
- Rozsah a umiestnenie billboardov požadujeme nasledovne:
 - o s dôrazom na pútnické miesta v rámci „Svätomariánskej púte“ na území Prešovského samosprávneho kraja, v ktorých blízkom okolí každého z nich žiadame nasadiť minimálne 4 billboardy. (Gabolto, Levoča, Litmanová, Ľutina);
 - o zvyšné billboardy v rámci Prešovského samosprávneho kraja, Žilinského samosprávneho kraja na strategických miestach v blízkosti turistických atrakcií, centra miest, kostolov a na frekventovaných dopravných ťahoch s dobrou viditeľnosťou a čitateľnosťou billboardov; a na prihraničnom území Poľska v regióne Podkarpatsko a Malopoľsko (programové územie Interreg PLSK);
- Umiestnenie billboardov schvaľuje Verejný obstarávateľ na základe poskytovateľom zaslanej ponuky umiestnenia;
- Verejný obstarávateľ požaduje zabezpečenie správy o výlepe a fotodokumentáciu o realizácii.

2.4 Printové PR články

Verejný obstarávateľ požaduje: 10 finálnych článkov v minimálnom rozsahu 450 znakov podľa špecifikácie nižšie pre uverejnenie v printových médiách. Jednotlivé články môžu byť v rámci rozdielnych tlačových médií nasadené viackrát.(vrátane DTP)

Zabezpečenie uverejnenia textov ako PR článkov v tlačových médiách s celoslovenským a regionálnym záberom.

- Požadovaný počet samostatných uverejnení článkov: 24 (jednotlivé články spomedzi 10 finálnych článkov môžu byť v rámci rozdielnych tlačových médií nasadené viackrát)
- Uverejnenie článkov požadujeme počas trvania marketingovej kampane;
- Požadujeme uverejnenie článku v minimálnom rozsahu 450 znakov;
- Požadujeme uverejnenie minimálne 5 článkov v rámci týždenníkov, dvojtýždenníkov alebo mesačníkov, ktorých čitateľnosť dosiahla podiel minimálne 2% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 1. a 2. kvartál roku 2020 (<https://www.median.sk/pdf/2020/ZS202SR.pdf>);
- Umiestnenie a výber článkov schvaľuje Verejný obstarávateľ na základe poskytovateľom zaslanej ponuky umiestnenia;
- Verejný obstarávateľ požaduje dodanie 1 výtlačku s každým uverejneným článkom.

2.5 Printová inzercia

Verejný obstarávateľ požaduje: 2 finálne návrhy printovej inzercie (grafika a text).Príprava grafických a textových podkladov v rozsahu 2 rozdielnych variantov inzercie v stanovených veľkostných formátoch uvedených nižšie, ktoré budú nasadené v rámci navrhnutých tlačených týždenníkov, dvojtýždenníkov alebo mesačníkov.(vrátane DTP).

Zabezpečenie uverejnenia inzercie v tlačových médiách s celoslovenským a regionálnym záberom.

- Požadovaný počet samostatných uverejnení inzercie: 10;
- Uverejnenie inzercie požadujeme počas trvania marketingovej kampane;
- Požadujeme uverejnenie inzercie v minimálnom rozmere ¼ strany;
- Požadujeme uverejnenie minimálne 3 inzercií v rámci týždenníkov, dvojtýždenníkov alebo mesačníkov, ktorých čitateľnosť dosiahla podiel minimálne 2% trhu v rámci verejných dát poskytnutých agentúrou Median za 1. a 2. kvartál roku 2020 (<https://www.median.sk/pdf/2020/ZS202SR.pdf>);
- Umiestnenie inzercie schvaľuje Verejný obstarávateľ na základe poskytovateľom zaslanej ponuky umiestnenia;
- Verejný obstarávateľ požaduje dodanie 1 výtlačku s každou uverejnenou inzerciou.

2.6 Online reklamné články

Verejný obstarávateľ požaduje: 15 finálnych článkov v minimálnom rozsahu 800 znakov pre uverejnenie na webových stránkach a portáloch .Jednotlivé články môžu byť v rámci rozdielnych webových stránok a portálov nasadené viackrát(vrátane DTP).

Zabezpečenie uverejnenia textov ako PR článkov na slovenských online portáloch.

- Požadovaný počet samostatných uverejnení článkov: 40 (jednotlivé články spomedzi 15 finálnych článkov môžu byť v rámci rozdielnych webových stránok a portálov nasadené viackrát).
- Uverejnenie článkov požadujeme počas trvania marketingovej kampane;
- Požadujeme uverejnenie článku v minimálnom rozsahu 800 znakov.
- Požadujeme uverejnenie na portáloch s minimálnou mesačnou návštevnosťou 50 000 ľudí, preukázateľné výstupom v rámci google analytics danej webovej stránky, ukazovateľom „počet návštev“;
- Umiestnenie článkov schvaľuje Verejný obstarávateľ na základe poskytovateľom zaslanej ponuky umiestnenia;
- Verejný obstarávateľ požaduje dodanie internetovej adresy s každým uverejneným článkom s prehľadom čitateľnosti daného online reklamného článku.

2.7 Online bannery

Verejný obstarávateľ požaduje: 4 finálne návrhy online bannerov (grafika a text).Príprava grafických a textových podkladov v rozsahu 4 rôznych variantov bannerov v rámci formátov stanovených podľa miesta uverejnenia a ich prípadná úprava do požadovaného formátu(vrátane DTP).

Zabezpečenie uverejnenia inzercie vo forme bannerov na slovenských online portáloch a vo vyhľadávacej sieti google.

- Požadovaný počet samostatných uverejnení bannerov: 20;Jednotlivé články môžu byť v rámci rozdielnych webových stránok a portálov nasadené viackrát
- Uverejnenie článkov požadujeme počas trvania marketingovej kampane;
- Požadujeme uverejnenie bannerov na portáloch s minimálnou mesačnou návštevnosťou 50 000 ľudí, preukázateľné výstupom v rámci google analytics danej webovej stránky, ukazovateľom „počet návštev“;
- Umiestnenie bannerov schvaľuje Verejný obstarávateľ na základe poskytovateľom zaslanej ponuky umiestnenia;
- Verejný obstarávateľ požaduje dodanie štatistík zobrazenia každého uverejneného banneru.

POLOŽKA Č. 3: DIRECT MARKETING

3.1 Verejný obstarávateľ požaduje:

- Vypracovanie databázy relevantných kontaktov pre direct marketingovú kampaň (návrh finálnej databázy podlieha schváleniu verejným obstarávateľom)
- Príprava kampane
- Správa direct marketing kampane (podľa schváleného harmonogramu nasadenia a realizácie kampane)
- Vyhodnotenie kampane

Príloha č. 2 Rozpočet Zmluvnej ceny							
P or · č.	Názov predmetu zákazky:- "Marketingová a mediálna kampaň Svätomariánskej púte"	MJ	Počet	Jednotková cena (EUR bez DPH)	Cena celkom (EUR bez DPH)	Sadzba DPH	Cena celkom (EUR s DPH)/ v prípade neplatu DPH konečná cena**
I.	Kampaň na sociálnych sieťach a výroba video obsahu (položky č. 1.1 až 1.10):				21780,00	X	26 136,00
1. 1	Návrh kreatívneho konceptu marketingovej kampane	ks	1	3 600,00	3 600,00	20%	4 320,00
1. 2	Grafický a textový návrh facebook postov	ks	50	40,00	2 000,00	20%	2 400,00
1. 3	Grafický a textový návrh facebook stories	ks	30	40,00	1 200,00	20%	1 440,00
1. 4	Grafický a textový návrh instagram postov	ks	50	40,00	2 000,00	20%	2 400,00
1. 5	Grafický a textový návrh instastories	ks	30	40,00	1 200,00	20%	1 440,00
1. 6	Správa sociálnych sietí instagram a facebook	mes.	4	470,00	1 880,00	20%	2 256,00
1. 7	Sponzorované príspevky v rámci sociálnej siete facebook	ks	40	65,00	2 600,00	20%	3 120,00
1. 8	Sponzorované príspevky v rámci sociálnej siete instagram	ks	40	65,00	2 600,00	20%	3 120,00
	Výroba video obsahu:						
1. 9	Vytvorenie 3 scenárov základného a modifikovaného videospotu	ks	1	800,00	800,00	20%	960,00
1. 10	Vytvorenie základného a modifikovaného finálneho videospotu	ks	1	3 900,00	3 900,00	20%	4 680,00
II.	Marketingová kampaň v médiách (položky č. 2.1 až 1.10):				91 442,00	X	109 730,40
2. 1	Realizácia (uverejnenie) TV spotu	mes.	2	6 250,00	12 500,00	20%	15 000,00
2. 2	Tvorba a uverejnenie rozhlasového spotu	týž.	10	2 000,00	20 000,00	20%	24 000,00
2. 3	Billboardová kampaň	mes.	3	8 934,00	26 802,00	20%	32 162,40
2. 4	Printové PR články	ks	24	570,00	13 680,00	20%	16 416,00
2. 5	Printová inzercia	ks	10	660,00	6 600,00	20%	7 920,00
2. 6	Online reklamné články	ks	40	239,00	9 560,00	20%	11 472,00
2. 7	Online bannery	ks	20	115,00	2 300,00	20%	2 760,00
III ·	Direct marketing (položka č. 3.1):				2 200,00	X	2 640,00

3. 1	Vypracovanie databázy relevantných mailových kontaktov, príprava kampane, testovanie, vyhodnocovanie a správa direct marketingovej kampane	mes.	4	550,00	2 200,00	20%	2 640,00
Cena predmetu zákazky spolu (EUR bez DPH)							115 422,00
Hodnota DPH 20 % (v EUR):							23 084,40
Cena predmetu zákazky spolu (EUR s DPH):							138 506,40

Sme*/Nie sme* platcom DPH. (Hospodársky subjekt uvedie, či je, alebo nie je platcom DPH)

V Turčianskych Tepliciach dňa: 12.4.2021

* nehodiace sa prečiarknuť, alebo odstrániť!

** jednotková cena za položku zahŕňa všetky náklady, vrátane dopravy na miesto dodania

Adam Harkabus, v.r., Ing. Tibor Lettrich, v.r.
konatelia ZEBRA STUDIO s.r.o.

Príloha č.3: ZOZNAM SUBDODÁVATEĽOV

Obchodné meno/ názov: ZEBRA STUDIO s.r.o.
 Sídlo: Somolického 1874/62, 03901, Turčianske Teplice
 IČO: 52158349
 Konajúci prostredníctvom: Adam Harkabus, Ing. Tibor Lettrich

ako Poskytovateľ služby **Marketingová a mediálna kampaň pre projekt „Svätomariánska púť (Svetlo z východu)“** pre Objednávateľa **Prešovský samosprávny kraj, Námestie mieru 2, 080 01 Prešov,**

uvádzam údaje o subdodávateľoch, s ktorými budem spolupracovať pri plnení predmetu zákazky:

Obchodné meno	Sídlo	IČO	Informácie o osobe oprávnenej konať za subdodávateľa			Podiel subdodávky v %	Subdodávateľ získa zo subdodávky finančné prostriedky prevyšujúce 100.000 € bez DPH
			meno a priezvisko	adresa pobytu	dátum narodenia		
Neopublic s.r.o.	Panonska cesta 17, 851 04, Bratislava	35800356	Mgr.Štefan Vadócz	Brečtanová 410/10, 931 01, Šamorín	03.08.1970	40%	☐ Áno ☒ Nie
							☐ Áno ☐ Nie
							☐ Áno ☐ Nie

**Pri vyplňaní berte, prosím, do úvahy metodické usmernenie Úradu pre verejné obstarávanie zo dňa 14.02.2019, východiskom ktorého je dôvodová správa k novele zákona č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorá v súvislosti s uvedením údajov osoby, ktorej služby uchádzač využil uvádza, že v praxi sa vyskytujú prípady, keď sa v tom istom verejnom obstarávaní objavujú ponuky obsahujúce rovnaké chyby, formulácie, prípadne iné znaky, ktoré sa javia ako indície protisúťažného správania. V rámci prešetrovania možného protisúťažného konania sa následne zistí, že podklady pre uchádzačov pripravoval ten istý externý subjekt, a tak sa pristúpilo k zavedeniu povinnosti uviesť údaje o takomto subjekte v ponuke. Vzhľadom na uvedené je možné vyjadriť názor, že v prípade, ak sa na vypracovaní ponuky podieľal iný subjekt (napr. subdodávateľ) túto skutočnosť uchádzač uvedie.*

Zároveň vyhlasujem a potvrdzujem, že v zmysle zákona č. 18/2018 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej aj ako „ZoOÚ“), a v rozsahu, v akom to predpisuje ZoOÚ, som si od všetkých dotknutých osôb, ktorých osobné údaje sú obsiahnuté v mojej ponuke, zabezpečil všetky potrebné súhlasy so spracovaním osobných údajov za účelom podania tejto ponuky a poučil všetky dotknuté osoby o spôsobe a rozsahu spracovania ich osobných údajov na účel podania tejto ponuky. Zároveň vyhlasujem a potvrdzujem, že všetky dotknuté osoby mi udelili svoj súhlas na to, aby tieto osobné údaje boli poskytnuté, a aby ich ďalej za deklarovaným účelom verejný obstarávateľ spracovával.

V Turčianskych Tepliciach, dňa 12.4.2021

Adam Harkabus, v.r. – konateľ
 Ing. Tibor Lettrich, v.r. - konateľ

Príloha č. 4 Harmonogram

č.	Činnosť	Časové rozhranie
----	---------	------------------

1.	Podpis zmluvy.	
2.	Nadobudnutie účinnosti zmluvy.	Zverejnenie zmluvy po jej podpise
	Položka č. 1: Kampaň na sociálnych sieťach	
3.	Dodanie vypracovaného návrhu kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane.	Najneskôr do 10 pracovných dní odo dňa nadobudnutia účinnosti zmluvy.
4.	Korektúry a výber kreatívneho konceptu kampane a harmonogramu marketingovej kampane.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky a návrhy najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania návrhov (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 3 alebo 4), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli finálnu verziu kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane.
5.	Schválenie finálnej verzie kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane.	Do 1 pracovného dňa od dodania takého návrhu marketingovej kampane, ktorý spĺňa všetky požiadavky Objednávateľa na kreatívny koncept marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 4.,
6.	Príprava a schválenie harmonogramu kampane na sociálnych sieťach	Do 2 pracovných dní od schválenia finálnej verzie kreatívneho konceptu kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 5).
7.	Príprava výstupov pre kampaň na sociálnych sieťach.	Najneskôr do 5 pracovných dní od schválenia kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 5).
8.	Korektúry výstupov pre kampaň na sociálnych sieťach na základe požiadaviek Objednávateľa.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania každého z výstupov produkcie marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 6, 7 alebo 8), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 1 pracovného dňa od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli finálnu verziu jednotlivých súčastí produkcie marketingovej kampane.
9.	Schválenie finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane na sociálnych sieťach.	Do 1 pracovného dňa od dodania každej takej finálnej verzie, ktorá spĺňa všetky požiadavky Objednávateľa na výstup produkcie marketingovej kampane.
10.	Doručenie finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane.	Do 24 hodín od schválenia finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 9).
11.	Realizácia marketingovej kampane na sociálnych sieťach	Podľa schváleného harmonogramu nasadenia a realizácie kampane.
12.	Dodanie reportu a hodnotenia výstupov marketingovej kampane	K termínu ukončenia realizácie kampane. Najneskôr do 30.09.2021.
	Videoobsah → <u>scenár videospotu:</u>	
13.	Dodanie 3 vypracovaných návrhov scenára základného a modifikovaného videospotu a všetkých jeho náležitostí.	Najneskôr do 6 pracovných dní od schválenia kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 5).
14.	Korektúry a výber scenára základného a modifikovaného videospotu na základe požiadaviek Objednávateľa.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania návrhu scenára základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 13), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní. Tento proces sa

		môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli finálnu verziu scenárov základného a modifikovaného videospotu.
15.	Schválenie finálnych verzií scenárov základného a modifikovaného videospotu.	Do 5 pracovných dní od dodania takých scenárov základného a modifikovaného videospotu Poskytovateľom, ktorý spĺňa všetky požiadavky Objednávateľa na scenáre základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 14).
16.	Dodávateľ dodá na výber min. 3 ženské a 3 mužské typy na kasting k obsadeniu do videospotu.	Najneskôr do 1 pracovného dňa od schválenia finálnej verzie scenárov základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 15).
17.	Kasting do videospotu.	Najneskôr do 2 pracovných dní od dodania typov k obsadeniu do videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 16), Objednávateľ vyberie finálne obsadenie do videospotu.
	→ <u>finálna verzia videospotu</u> :	
18.	Príprava a výroba základného a modifikovaného videospotu.	Do 10 pracovných dní od schválenia scenárov základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 15).
19.	Ukážka návrhu základného a modifikovaného videospotu.	Najneskôr do 10 dní od schválenia scenárov základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 15).
20.	Korektúry základného a modifikovaného videospotu na základe požiadaviek Objednávateľa.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky a návrhy najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania návrhu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 19), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli finálny dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní, pokiaľ výstup nebude schválený ako finálna verzia. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli konečnú finálnu verziu základného a modifikovaného videospotu.
21.	Schválenie finálnej verzie základného a modifikovaného videospotu.	Do 1 pracovného dňa od dodania základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 20).
22.	Doručenie finálnej verzie základného a modifikovaného videospotu.	Do 24 hodín od schválenia finálnej verzie základného a modifikovaného videospotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 21).
	Položka č. 2: Kampaň v médiách → <i>Scenár rozhlasového spotu</i> :	
23.	Dodanie 3 vypracovaných návrhov scenára rozhlasového spotu a všetkých jeho náležitostí.	Najneskôr do 4 pracovných dní od schválenia kreatívneho konceptu a časovania marketingovej kampane a kampane na sociálnych sieťach (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 5).
24.	Korektúry a výber scenára rozhlasového spotu na základe požiadaviek Objednávateľa.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania návrhu scenára rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 23), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli finálnu verziu scenára rozhlasového spotu.
25.	Schválenie finálnej verzie scenára rozhlasového spotu.	Do 1 pracovného dňa od dodania takého scenára rozhlasového spotu Poskytovateľom, ktorý spĺňa všetky požiadavky Objednávateľa na scenár rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 24).
26.	Dodávateľ dodá na výber min. 3 ženské a 3 mužské hlasy k obsadeniu hlasu do rozhlasového spotu.	Najneskôr do 1 pracovného dňa od schválenia finálnej verzie scenára rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 25).

27.	Kasting do rozhlasového spotu.	Najneskôr do 2 pracovných dní od dodania návrhov k obsadeniu hlasov rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 26), Objednávateľ vyberie hlasového komentátora.
	→ <i>Finálna verzia rozhlasového spotu:</i>	
28.	Príprava a výroba rozhlasového spotu.	Do 10 pracovných dní od schválenia scenára rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 25).
29.	Ukážka návrhu rozhlasového spotu.	Najneskôr do 10 pracovných dní od schválenia scenára rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 25).
30.	Korektúry rozhlasového spotu na základe požiadaviek Objednávateľa.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky a návrhy najneskôr do 1 pracovného dňa od zaslania návrhu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 29), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli finálny dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní, pokiaľ výstup nebude schválený ako finálna verzia. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli konečnú finálnu verziu rozhlasového spotu.
31.	Schválenie finálnej verzie rozhlasového spotu.	Do 1 pracovného dňa od dodania rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 29).
32.	Doručenie finálnej verzie rozhlasového spotu.	Do 24 hodín od schválenia finálnej verzie rozhlasového spotu (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 29).
	→ <i>Kampaň v TV a rozhlase:</i>	
33.	Realizácia marketingovej kampane a nasadenie výstupov produkcie, video spotov a rozhlasového spotu.	Podľa schváleného harmonogramu nasadenia a realizácie kampane.
34.	Dodanie reportu a hodnotenia výstupov marketingovej kampane	K termínu ukončenia realizácie kampane. Najneskôr do 30.09.2021.
	→ <i>Billboardy, bannery, printy:</i>	
35.	Produkcia a dodanie výstupov marketingovej kampane (billboard, bannery, print)	Najneskôr do 6 pracovných dní od schválenia kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 5).
36.	Korektúry výstupov produkcie na základe požiadaviek Objednávateľa.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania každého z výstupov produkcie marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 35), následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli finálne verzie jednotlivých súčastí produkcie marketingovej kampane.
37.	Schválenie finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane.	Do 1 pracovného dňa od dodania každej takej finálnej verzie, ktorá spĺňa všetky požiadavky Objednávateľa na výstup produkcie marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 36).
38.	Doručenie finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane.	Do 24 hodín od schválenia finálnych verzií výstupov produkcie marketingovej kampane (t.j. od vykonania činnosti podľa bodu 36).
39.	Realizácia marketingovej kampane (billboardy, print, bannery)	Podľa schváleného harmonogramu nasadenia a realizácie kampane.
40.	Dodanie reportu a hodnotenia výstupov marketingovej kampane	K termínu ukončenia realizácie kampane. Najneskôr do 30.09.2021.
	Položka č. 3: Direct marketing	
41.	Dodanie vypracovaného návrhu konceptu a harmonogramu direct marketingovej kampane vrátane databázy cieľových subjektov	Najneskôr do 10 pracovných dní odo dňa nadobudnutia účinnosti zmluvy.

42.	Korektúry direct marketingovej kampane a harmonogramu.	Objednávateľ zašle svoje pripomienky a návrhy najneskôr do 3 pracovných dní od zaslania návrhov, následne Poskytovateľ zapracuje a zašle revidovaný návrh najneskôr do 2 pracovných dní od zaslania pripomienok. Ak Objednávateľ neschváli dodaný výstup, Poskytovateľ opäť zabezpečí upravený výstup podľa požiadaviek Objednávateľa najneskôr do 2 pracovných dní. Tento proces sa môže opakovať pokiaľ Objednávateľ neschváli finálnu verziu kreatívneho konceptu a harmonogramu marketingovej kampane.
43.	Schválenie finálnej verzie konceptu a harmonogramu direct marketingovej marketingovej kampane.	Do 1 pracovného dňa od dodania takého návrhu marketingovej kampane, ktorý spĺňa všetky požiadavky Objednávateľa na kreatívny koncept marketingovej kampane.
44.	Realizácia Direct marketingovej kampane	Podľa schváleného harmonogramu nasadenia a realizácie kampane.
45.	Dodanie reportu a hodnotenia výstupov marketingovej kampane	K termínu ukončenia realizácie kampane. Najneskôr do 30.09.2021.

	týždeň od - do	maj				jun					jul				august				september				
		18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.	31.	32.	33.	34.	25.	36.	37.	38.	39.
		3. - 9.	10. - 16.	17. - 23.	24. - 30.	31. - 6.	7. - 13.	14. - 20.	21. - 27.	28.-4.	5. -11.	12. - 18.	19. - 25.	26 - 1.	2. - 8.	9. - 15.	16. - 22.	23. - 29.	30. - 5.	6. - 12.	13. - 19.	20. - 26.	27.-29.
1	sociálne siete																						
	kreatívny návrh																						
	príprava príspevkov																						
	realizácia																						
	vyhodnotenie																						
	videoobsah																						
	výroba																						
2	kampaň v médiách																						
	tv																						
	radio																						
	vyroba																						
	uverejnenie																						
	billboard																						
	vyroba																						
	uverejnenie																						
	bannery																						
	vyroba																						
	uverejnenie																						
	online reklamne																						
	vyroba																						
	uverejnenie																						
	print PR																						
	vyroba																						
	uverejnenie																						
	print inzercia																						
	vyroba																						
	uverejnenie																						
	vyhodnotenie 2																						
3	direct marketing																						
	príprava																						
	správa																						
	vyhodnotenie																						

Expert č.1 – Adam Harkabus

Kľúčový expert pre riadenie projektu – riadiaci pracovník projektu
HLAVNÝ EXPERT PRE RIADENIE PROJEKTU – KREATÍVA A STRATÉGIA
Adam Harkabus – konateľ firmy ZEBRA STUDIO s.r.o.

Expert č.2 – Ing. Tibor Lettrich

Kľúčový expert pre riadenie projektu – projektový manažér projektu
EXPERT PRE RIADENIE PROJEKTU – KREATÍVA A STRATÉGIA A PLÁNOVANIE
Ing. Tibor Lettrich – konateľ firmy ZEBRA STUDIO s.r.o.