

Opis predmetu zákazky

Nákup vysielacieho času v programovej službe televízie za účelom odvysielania spotov

Predmetom zákazky „Nákup vysielacieho času v programovej službe televízie za účelom odvysielania spotov“ (ďalej len „Nákup vysielacieho času“) je **obstaranie vysielania 30-sekundových informačných spotov v programovej službe viacerých televíznych staníc.**

Verejný obstarávateľ požaduje od každého úspešného uchádzača zabezpečenie maximálneho objemu mediálneho priestoru/vysielacieho času pre 30-sekundové televízne informačné spoty počas trvania mediálnej kampane tak, aby celkový rozsah vysielania v dvoch oslovených televíziách dohromady nepresiahol sumu 898 172,00 eur bez DPH. Rozsah zákazky je určený finančným objemom nákladov na mediálnu kampaň národného projektu Žiť energiou. Vyhodnotenie hospodárnosti bude realizované tak, že súťažiť sa bude o najlacnejšiu ponuku medzi vybranými médiami, pričom najviac mediálneho priestoru sa zazmluvní vždy u vysielateľa s najvýhodnejšou ponukou v každej rokovanej úrovni garantovaného rozpočtu – jednotlivé bázy: Báza 1 – 314 360 €, Báza 2 – 449 086 €, Báza 3 – 583 812 €. Verejný obstarávateľ vyhodnotí najvýhodnejšiu ponuku z 3 možných kombinácií vždy so súčtom rozpočtu 898 172,00 eur bez DPH (časť I. Opisu predmetu zákazky – HODNOTIACE KRITÉRIÁ).

Verejný obstarávateľ požaduje od každého úspešného uchádzača predloženie ponuky pre každú rokovanú bázu zvlášť.

Každý úspešný uchádzač musí splniť nižšie uvedené požiadavky verejného obstarávateľa:

- všetky spoty (100 %) musia byť odvysielané v čase od 7.00 do 23.00 hod. a z toho minimálne 70 % celkového počtu spotov musí byť odvysielaných v hlavnom vysielacom čase, tzv. prime time
- dĺžka trvania mediálnej kampane, počas ktorej treba odvyselať všetky spoty, je maximálne 23 po sebe idúcich týždňov
- spoty musia byť vo vysielaní každého úspešného uchádzača rovnomerne rozdelené počas celého obdobia trvania kampane – to znamená v priebehu jednotlivých dní, týždňov a mesiacov
- programová služba televízie, v ktorej budú odvysielané informačné spoty, musí byť prístupná čo najširšej vrstve obyvateľov, nemôže ísť len o regionálne vysielanie a 80 % všetkých spotov musí byť odvysielaných vždy na hlavnej/najsledovanejšej televíznej stanici

Presný začiatok kampane určí verejný objednávateľ v rámci obdobia trvania zmluvy a v zmysle bodu II. Opisu predmetu zákazky. Predpokladaný začiatok je druhá polovica mesiaca máj 2023.

Informačné spoty poskytne každému úspešnému uchádzačovi verejný obstarávateľ, ich kreatívna tvorba a výroba nie sú predmetom tohto verejného obstarávania. Celkový počet spotov, ktoré sa budú striedať vo vysielaní je minimálne 5 a maximálne 10.

Výsledkom verejného obstarávania bude zmluva na nákup vysielacieho času, ktorá bude s každým úspešným uchádzačom uzatvorená na obdobie maximálne do 11/2023. Zmluva bude ukončená uplynutím doby, na ktorú sa uzatvára, alebo vyčerpaním finančného limitu za poskytované plnenia, podľa toho, ktorá skutočnosť nastane skôr. Jej súčasťou bude aj orientačný mediálny plán vysielania spotov na celé obdobie trvania kampane (23 týždňov), v ktorom bude presne špecifikovaná televízna stanica, mesiac vysielania, časové pásmo, počet spotov, vysúťažená cena za spoty aj mediálna hodnota (cenníková cena) a výška zľavy.

Mediálna kampaň je súčasťou aktivít, ktoré pripravuje verejný obstarávateľ v rámci Národného projektu Žiť energiou, realizuje ho Slovenská inovačná a energetická agentúra SIEA a je financovaný z

Európskeho fondu regionálneho rozvoja prostredníctvom Operačného programu Kvalita životného prostredia. Cieľom mediálnej kampane je zabezpečenie komunikačných a informačných aktivít NP ŽE s cieľom informovať verejnosť o efektívnom využívaní energie, znižovaní spotreby energie len pomocou zmeny správania alebo aj úpravami vyžadujúcimi menšie či väčšie investície, zároveň informovať o bezplatnom odbornom energetickom poradenstve so zameraním na využívanie obnoviteľných zdrojov energie.

I. HODNOTIACE KRITÉRIÁ

Garantovaný rozpočet bude rozdelený medzi porovnateľné subjekty, ktoré rovnaký predmet zákazky poskytujú a majú rovnaké, alebo porovnateľné postavenie na trhu a teda aj zásah cieľovej skupiny, pričom na jednotlivé úrovne garantovaného rozpočtu ktoré budú rokované s jednotlivými vysielateľmi bude uplatnený princíp BOW („Best offer wins“), respektíve najhospodárnejšia ponuka víťazí.

Vzhľadom na maximalizáciu zásahu budú oslovené dve tv skupiny – pre účely verejného obstarávania označené ako TV skupina 1 a TV skupina 2, a to s cieľom nasadenia informačných spotov na viacerých kanáloch/televíznych staniciach vyššie zmienených skupín.

Pre naplnenie pravidla hospodárnosti verejný obstarávateľ stanovil tri úrovne rokovacích báz/tri bázy s garantovanou výškou rozpočtu určeného pre zazmluvnenie nákupu vysielacieho času: Báza 1 – 314 360 €, Báza 2 – 449 086 €, Báza 3 – 583 812 €. Porovnávať sa budú tri možné kombinácie nacenенých báz v rozpočte a to vyhodnotením priemernej ceny nakupovaného GRP v každej z troch troch kombinácií rozpočtov, vždy so súčtom 898 172,00 eur bez DPH.

Verejný obstarávateľ následne stanoví najhospodárnejšiu ponuku, ktorá vznikne ako najefektívnejšia kombinácia nákupu mediálneho priestoru u dvoch vysielateľov. Možné kombinácie so súčtom rozpočtu 898 172,00 eur bez DPH:

	TV skupina 1	TV skupina 2
Kombinácia A	314 360,00 €	583 812,00 €
Kombinácia B	449 086,00 €	449 086,00 €
Kombinácia C	583 812,00 €	314 360,00 €

Oslovení televízni poskytovatelia stanovujú zľavu na základné CPP (cost per point – cena za zasiahnutie 1 % cieľovej skupiny, cena za jeden GRP – Gross Rating Points, cena za hrubý zásah cieľovej skupiny) pre každú požadovanú bázu. Z uvedenej hodnoty verejný obstarávateľ vypočíta average CPP a to aplikovaním podielu prime time (70 %) a off prime time (30 %), sezónnym indexom (podľa mesiaca, v ktorom sa spot plánuje vyselať) a percentom celkového budgetu nasadeného v danom mesiaci. Výsledkom bude cenovo najvýhodnejšia kombinácia zliav a teda najviac vysielaných ratingov za garantovaný balík.

II. HARMONOGRAM JEDNOTLIVÝCH ČINNOSTÍ – KOMUNIKÁCIA A MEDIÁLNY PLÁN

Po uzatvorení zmlúv s úspešnými uchádzačmi a nadobudnutí účinnosti zmlúv, zašle verejný obstarávateľ každému úspešnému uchádzačovi elektronicky (prostredníctvom e-mailu) v lehote 5 pracovných dní žiadosť o vypracovanie mediálneho plánu vysielania spotov pre prvý mesiac kampane (ďalej len médiaplán), v ktorom budú už presne špecifikované termíny aj čas vysielania spotov pre ním vysúťažенú bázu v danom mesiaci. V médiapláne musí byť presne uvedený termín vysielania jednotlivých spotov (dátum), presný čas vysielania spotov (nielen časové pásmo), názov

stanice/programovej služby, cena spotu bez DPH, cena spotu s DPH aj výška poskytnutej zľavy. Zároveň bude v mediálnom pláne uvedený presný počet spotov, ktoré daný vysielateľ plánuje odvyselať počas trvania mediálnej kampane, ich celková cena (cena spotov spolu) bez DPH, celková cena spotov s DPH aj celková výška zľavy na spoty odvysielané v kampani.

Mediálny plán musí každý úspešný uchádzač zaslať do 3 pracovných dní od doručenia požiadavky a verejný obstarávateľ sa k nemu musí vyjadriť počas nasledujúcich 3 pracovných dní od jeho doručenia, a to tak, že buď zašle svoj súhlas, alebo pripomienky a požiadavky na jeho zmenu či dopracovanie, ktoré musí každý úspešný uchádzač zapracovať do 3 pracovných dní. Bez odsúhlasenia verejným obstarávateľom je médiaplán neplatný. Až po vyjadrení súhlasu verejného obstarávateľa s médiaplánom, možno tento považovať za schválený.

Pri zostavovaní každého médiaplánu musí každý úspešný uchádzač brať do úvahy cieľovú skupinu, pre ktorú bude mediálna kampaň komunikovaná – široká verejnosť, teda obyvatelia SR 18+, miestna a regionálna samospráva, živnostníci, verejná správa. Keďže ide o širokú cieľovú skupinu, je nevyhnutné správne rozvrstviť odvysielanie spotov v rôznych vysielacích časoch.

Po schválení médiaplánu verejný obstarávateľ zašle elektronicky čiastkovú objednávku na odvysielanie dohodnutého počtu spotov v dohodnutých termínoch a časoch v každom mesiaci každému úspešnému uchádzačovi. Súčasťou tejto objednávky je aj schválený mesačný médiaplán. Každý úspešný uchádzač je povinný do 2 pracovných dní e-mailom potvrdiť prijatie objednávky. Verejný obstarávateľ najneskôr 2 dni pred začiatkom vysielania spotov zašle každému úspešnému uchádzačovi aj informačné spoty, ktoré sa budú v rámci mediálnej kampane vysielajú.

Toto sa zopakuje každý mesiac kampane – každý úspešný uchádzač vopred vypracuje jeden médiaplán, následne mu verejný obstarávateľ zašle objednávku, ktorú potvrdí.

Vypracovanie všetkých médiaplánov musí byť zahrnuté v celkovej cene za mediálny priestor/vysielací čas.

Keďže verejný obstarávateľ nasadí do mediálnej kampane viac druhov 30-sekundových informačných spotov (minimálne 5), každý úspešný uchádzač pripraví mediálny plán tak, že počas trvania kampane budú spoty vo vysielaní zastúpené rovnomerne, resp. podľa požiadaviek verejného obstarávateľa.

Po odvysielaní posledného informačného spotu v danom mesiaci môže úspešný uchádzač vystaviť čiastkovú faktúru za daný mesiac.

III. CENOVÝ LIMIT ZÁKAZKY A PLATOBNÉ PODMIENKY

Verejný obstarávateľ súťaže v súlade s rozpočtom projektu stanovil maximálnu celkovú cenu za odvysielanie televíznych informačných spotov u dvoch vysielateľov dohromady na 898 172,00 € bez DPH. Verejný obstarávateľ si vyhradzuje právo neuzavrieť zmluvu, ak by celková cena zákazky prekročila vyššie uvedenú čiastku.

Každý úspešný uchádzač musí zahrnúť do maximálnej celkovej ceny pri všetkých troch bázach všetky služby aj všetky práce vykonávané v rámci predmetu obstarania aj všetky činnosti a náklady súvisiace s jednotlivými časťami predmetu zákazky. Cena sa nesmie meniť počas doby trvania zmluvného vzťahu.

IV. SPLNENIE ZÁKAZKY A FAKTURÁCIA

Za splnenie zákazky a komplexné poskytnutie služby sa považuje odvysielanie všetkých informačných spotov u daného vysielateľa počas celého obdobia trvania kampane. Verejný obstarávateľ uhradí každému úspešnému uchádzačovi dohodnutú odmenu bezhotovostným prevodom na účet úspešného uchádzača po odvysielaní posledného spotu v danom mesiaci, na základe čiastkovej faktúry vystavenej úspešným uchádzačom. Súčasťou každej čiastkovej faktúry musí byť podrobná špecifikácia plnení poskytnutých na základe čiastkovej objednávky v príslušnom kalendárnom mesiaci. Špecifikácia musí

obsahovať minimálne názov spotu, presný dátum a čas odvysielania spotu, ako aj programovú sanicu, na ktorej bol spot vysielaný. Zároveň bude súčasťou faktúry audiovizuálna nahrávka s odvysielaním všetkých spotov v reálnom čase v danom mesiaci, dokumentujúca ich zaradenie do programovej služby danej televízie, na externom nosiči a preberací protokol k nej podpísaný oboma stranami.

Splatnosť faktúry je maximálne 30 dní a verejný obstarávateľ neposkytuje zálohovú platbu ani preddavok.

V. DOPLNKOVÉ INFORMÁCIE

Ponuky sa predkladajú v slovenskom jazyku.

Verejný obstarávateľ si vyhradzuje právo neprijíť ponuky, ak sa zmenia okolnosti, za ktorých bolo vyhlásené verejné obstarávanie na nákup vysielacieho času, ak ani jeden uchádzač nesplní podmienky účasti, alebo ani jedna z predložených ponúk nebude zodpovedať určeným požiadavkám na obstarávanú službu.

Informáciu o výsledku vyhodnotenia ponúk zašle verejný obstarávateľ všetkým uchádzačom.