

ZMLUVA O DIELO

uzavretá podľa § 536 a nasl. Obchodného zákonníka č. 513/1991 Z.z.
v znení neskorších predpisov
(ďalej len "Zmluva")

medzi:

Objednávateľ č.1

Ministerstvo financií Slovenskej republiky

Štefanovičova 5

P. O. BOX 82

817 82 BRATISLAVA

Konajúci prostredníctvom Ing. Ján Počiatek, minister

IČO: 00151742

Banka: Štátna pokladnica Bratislava

Č.ú.: 7000001400/8180

Objednávateľ č.2

Úrad vlády Slovenskej republiky

Námestie slobody 1

813 70 Bratislava

Konajúci prostredníctvom: Ing. Igor Federič, vedúci Úradu vlády SR

IČO: 00 151 513

DIČ: 2020845057

Banka: Štátna pokladnica Bratislava

Č.ú.: 7000060195/8180

(Ministerstvo financií SR a Úrad vlády SR ďalej spoločne aj ako "**Objednávateľ**")

a

Zhotoviteľ

Istropolitana D' Arcy, spol. s r.o.

Majerníkova 8, Bratislava 841 05

Konajúci prostredníctvom: Mgr. Martin Polák, konateľ spoločnosti

IČO: 31 321 330

DIČ: 2020345349

IČ DPH: SK2020345349

Zapísaná v : Obchodný register Okresného súdu Bratislava I, Oddiel: Sro, Vložka č:2596/B

Banka: Tatrabanka, a.s.

č.ú.: 2621001283/1100

(ďalej ako „**Zhotoviteľ**“)

(Objednávateľ a Zhotoviteľ spolu ďalej ako „**Zmluvné strany**“ alebo jednotlivito aj ako „**Zmluvná strana**“)

PREAMBULA

Táto Zmluva sa uzatvára na základe výsledkov súťaže návrhov, ktorú uskutočnil Úrad vlády Slovenskej republiky v termíne od júna 2008 do novembra 2008.

Zhotoviteľ a jeho návrh bol v súlade s príslušnými ustanoveniami zákona č. 25/2006 Z.z. vybraný Objednávateľom v súťaži návrhov Zabezpečenie mediálnej a propagačnej kampane pre Operačný program Informatizácia spoločnosti.

Článok 1

Definované pojmy

Pojmy používané v tejto zmluve s veľkým začiatočným písmenom majú v tejto Zmluve nasledovný význam:

Členovia tímu Zhotoviteľa – sú osoby prostredníctvom ktorých bude Zhotoviteľ vykonávať dielo pre Objednávateľa podľa tejto Zmluvy; Ide o osoby s kľúčovou kvalifikáciou pre úspešnú realizáciu všetkých plnení Zhotoviteľa podľa tejto Zmluvy,

OPIS – Operačný program Informatizácia spoločnosti,

Projektový manažér č.1 – je fyzická osoba, ktorá riadi projektový tím pri realizácii plnení podľa tejto Zmluvy. Je voči Zhotoviteľovi kontaktnou osobou za Objednávateľa č.1.

Projektový manažér č.2 – je fyzická osoba, ktorá riadi projektový tím pri realizácii plnení podľa tejto Zmluvy. Je voči Zhotoviteľovi kontaktnou osobou za Objednávateľa č.2.

Súťažné podmienky – podklady, ktoré boli použité pri súťaži návrhov, na základe ktorej a následného rokovacieho konania bez zverejnenia bola vybratá Ponuka Zhotoviteľa a uzatvorená táto Zmluva; Návrh konkrétnych riešení, ktoré budú realizované na základe tejto Zmluvy podľa opisu predmetu súťaže návrhov, uvedeného v bode 2 Súťažných podmienok, tvorí prílohu č. 2 tejto Zmluvy,

ZVO – zákon č. 25/2006 Z.z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov, v platnom znení.

Článok 2

Predmet zmluvy

2.1 Predmetom tejto Zmluvy je úprava vzájomných práv a povinností zmluvných strán pri zabezpečovaní mediálnej a propagačnej kampane pre Operačný program Informatizácia spoločnosti.

2.2 Závazku Zhotoviteľa zrealizovať pre Objednávateľa dielo – mediálnu a propagačnú kampaň zodpovedá záväzok Objednávateľa zaplatiť Zhotoviteľovi za vykonanie diela dohodnutú cenu.

2.3 Predmet Zmluvy (dielo) je bližšie špecifikovaný v prílohe č. 1 a prílohe č. 2 tejto zmluvy.

Článok 3

Práva a povinnosti Zhotoviteľa

- 3.1 Zhotoviteľ sa zaväzuje vypracovať dielo za podmienok špecifikovaných v Zmluve a jej prílohách, ktoré sú jej neoddeliteľnou súčasťou a podľa pokynov Objednávateľa.
- 3.2 Zhotoviteľ je povinný postupovať pri vypracovávaní diela s odbornou starostlivosťou.
- 3.3 Zhotoviteľ je oprávnený poveriť vykonávaním diela tretiu osobu. V takomto prípade je Zhotoviteľ povinný uskutočňovať nad činnosťou tretej osoby potrebný dozor a kontrolu a nesie zodpovednosť, akoby dielo vykonával sám.
- 3.4 Zhotoviteľ sa môže odchýliť od pokynov Objednávateľa len vtedy, ak je to nevyhnutné pre záujmy Objednávateľa a keď si Zhotoviteľ nemôže včas zabezpečiť súhlas Objednávateľa. V takom prípade je Zhotoviteľ povinný bez zbytočného odkladu informovať Objednávateľa o svojom postupe a o jeho dôvodoch.
- 3.5 Zhotoviteľ sa zaväzuje písomne upozorniť Objednávateľa na nevhodnosť (vrátane rozporu s právnym poriadkom) ním navrhovaného postupu, podkladov a/alebo iných pokynov bezodkladne, najneskôr do 5 dní, potom ako sa dozvedel o podrobnostiach takýchto postupov alebo pokynov alebo potom ako mu boli doručené kópie akýchkoľvek takýchto dokumentov. Zhotoviteľ je v tomto písomnom upozornení povinný zdôvodniť nevhodnosť postupu, podkladov alebo pokynov a navrhnúť nápravné opatrenia. Objednávateľ sa vyjadrí k písomnému upozorneniu do 10 dní odo dňa jeho doručenia. Do vyjadrenia Objednávateľa Zhotoviteľ nevhodný pokyn nevykoná. V prípade, že Objednávateľ písomne Zhotoviteľovi oznámi, že na vykonaní pokynu, ktorý Zhotoviteľ označil za nevhodný trvá, Zhotoviteľ je povinný tento pokyn realizovať, pričom však Zhotoviteľ nezodpovedá za akúkoľvek škodu, ktorá vykonaním takéhoto pokynu vznikla.
- 3.6 Zhotoviteľ je povinný poskytovať Objednávateľovi výstupy v písomnej podobe a kde to je možné vždy aj v elektronickej podobe, pokiaľ sa s Objednávateľom nedohodnú inak. Zhotoviteľ je povinný uschovávať všetky dokumenty, ktoré vytvoril alebo nadobudol v súvislosti s vykonávaním diela. Zhotoviteľ je ďalej povinný kedykoľvek umožniť Objednávateľovi nahliadnuť do dokumentov súvisiacich s vykonávaním diela.
- 3.7 Zhotoviteľ sa zaväzuje odovzdať Objednávateľovi všetky dokumenty a ostatné veci a podklady, ktoré prevzal od Objednávateľa pri vykonávaní diela, a to bez zbytočného odkladu po doručení výzvy Objednávateľa na ich odovzdanie, inak do 5 pracovných dní od ukončenia platnosti tejto Zmluvy. Objednávateľ však nie je oprávnený požadovať tieto dokumenty, veci a podklady od Zhotoviteľa, pokiaľ ich Zhotoviteľ potrebuje na splnenie svojich záväzkov podľa tejto Zmluvy.
- 3.8 Zhotoviteľ je povinný sa zúčastňovať na všetkých rokovaníach zvolaných Objednávateľom, ktoré sa týkajú vykonávania diela. Pokiaľ sa Zmluvné strany nedohodnú inak, za Zhotoviteľa sa rokovaní vždy zúčastňuje kontaktná osoba Zhotoviteľa a iní členovia tímu Zhotoviteľa, ktorých účasť si Objednávateľ výslovne vyžiada.
- 3.9 Zhotoviteľ nie je oprávnený bez príslušného písomného plnomocenstva uskutočňovať akékoľvek právne úkony v mene Objednávateľa.
- 3.10 Zhotoviteľ nie je v omeškaní, ak nemôže plniť svoj záväzok z tejto Zmluvy v dôsledku omeškania Objednávateľa so spolupôsobením.

3.11 Zhotoviteľ je povinný spolupracovať s akýmikoľvek expertmi alebo inými odborníkmi určenými Objednávateľom.

Článok 4

Práva a povinnosti Objednávateľa

- 4.1 Objednávateľ č. 1 bude poskytovať Zhotoviteľovi súčinnosť za splnenie svojich povinností podľa tejto Zmluvy, pričom do pôsobnosti Objednávateľa č.1 patria aktivity označené ako „x“ pod MF SR v tabuľke uvedenej v bode 6.5. Objednávateľ č. 2 bude poskytovať Zhotoviteľovi súčinnosť za splnenie svojich povinností podľa tejto Zmluvy, pričom do pôsobnosti Objednávateľa č.2 patria aktivity označené ako „x“ pod ÚV SR v tabuľke uvedenej v bode 6.5. V prípade, ak je príslušná aktivita označená ako „x“ v pôsobnosti oboch objednávateľov, poskytnú obaja objednávateľia Zhotoviteľovi súčinnosť spoločne. Objednávateľ č.1 a Objednávateľ č.2 nenesú zodpovednosť spoločne a nerozdielne.
- 4.2 Objednávateľ sa zaväzuje poskytovať Zhotoviteľovi všetky informácie, doklady a podklady potrebné na plnenie predmetu Zmluvy ako aj písomne informovať Zhotoviteľa o všetkých prípadných zmenách, ktoré môžu mať vplyv na rozsah, cenu alebo čas plnenia tejto zmluvy. Objednávateľ je povinný poskytovať Zhotoviteľovi všetky podklady a informácie potrebné na plnenie tejto Zmluvy vždy, tak aby Zhotoviteľ mohol vykonať dielo riadne a včas. Objednávateľ zodpovedá za obsahovú ako aj odbornú stránku všetkých poskytnutých podkladov.
- 4.3 Objednávateľ je oprávnený kontrolovať plnenie tejto Zmluvy a Zhotoviteľ je povinný vykonanie tejto kontroly Objednávateľovi umožniť.
- 4.4 Objednávateľ sa zaväzuje bez zbytočného odkladu písomne informovať Zhotoviteľa o všetkých skutočnostiach, ktoré majú podstatný význam pre plnenie Zmluvy a odovzdať Zhotoviteľovi všetky dokumenty a poskytnúť mu všetky informácie, ktoré sú potrebné na riadne plnenie tejto Zmluvy, pokiaľ z povahy týchto dokumentov/informácií a/alebo pokynov nevyplýva, že ich má obstaráť Zhotoviteľ.
- 4.5 Objednávateľ je povinný bez zbytočného odkladu poskytnúť Zhotoviteľovi všetku súčinnosť potrebnú na plnenie Zmluvy.

Článok 5

Miesto a čas plnenia Zmluvy

- 5.1 Dátum začatia plnenia Zmluvy bude dňom podpisu tejto Zmluvy všetkými zmluvnými stranami .
- 5.2 Doba výkonu predmetu Zmluvy je do 31.12.2009.
- 5.3 Miestom plnenia Zmluvy je sídlo Zhotoviteľa.

Článok 6 Cena za dielo

- 6.1 Objednávateľ sa zaväzuje zaplatiť Zhotoviteľovi za vykonanie predmetu Zmluvy (diela) dohodnutú cenu v sume 25.359.395,- Sk/ 841 777, 70EUR bez DPH. Cena s DPH je 30.177.680,-Sk (slovom tridsať miliónov stosedemdesiatšesťstoosemdesiat slovenských korún, nula halierov) / 1 001 715,50 EUR(slovom jeden milión jedentisíc sedemstopätnásť euro, päťdesiat euro centov). Suma v Euro mene je vypočítaná podľa konverzného kurzu 30,1260 Sk/EUR.
- 6.2 Zmluvné strany sa dohodli, že v zmysle § 263 Obchodného zákonníka nebudú akceptovať § 744 - Menová doložka uvedeného zákona a cena uvedená v bode 6.1 v Sk bude záväzná počas celej doby platnosti Zmluvy.
- 6.3 Cena za predmet Zmluvy uvedené v čl. 6.1. je stanovená ako konečná a nemôže byť zmenená. Cena zahŕňa všetky náklady a výdavky Zhotoviteľa súvisiace s plnením predmetu Zmluvy.
- 6.4 Zmluvné strany sa dohodli na nasledovnom spôsobe uhrádzaní ceny:
- 6.5 Objednávateľ č. 1 sa zaväzuje z celkovej sumy uvedenej v bode 6.1 tohto článku uhradiť Zhotoviteľovi sumu v celkovej výške **6 194 972 Sk bez DPH** (slovom šesť miliónov stodevät'desiatštyritisíc deväťstosedemdesiatdva slovenských korún, nula halierov), t.j. 205 635,40 EUR(slovom dvestopäťtisíc šesťstotridsaťpäť eur, štyridsať euro centov).
Objednávateľ č. 2 sa zaväzuje z celkovej sumy uvedenej v bode 6.1 tohto článku uhradiť sumu v celkovej výške **19 164 423 Sk bez DPH** (slovom devätnásť miliónov stošesťdesiatštyritisíc štyristodvadsaťtri slovenských korún, nula halierov), t.j. 636 142,30 EUR (slovom šesťstotridsaťšesťtisíc jednostoštyridsaťdva eur, tridsať euro centov).
Plnenia, ktoré hradí Objednávateľ č.1 v zmysle Prílohy č.1 a Prílohy č.2, sú označené v nasledovnej tabuľke ako „x“ pod MF SR. Plnenia, ktoré hradí Objednávateľ č.2 v zmysle Prílohy č.1 a Prílohy č.2, sú označené v nasledovnej tabuľke ako „x“ pod ÚV SR.

	ÚV SR	MF SR
A/Vypracovanie stratégie budovania značky OPIS a realizácia stratégie pre jednotlivé cieľové skupiny	x	
B/ Prieskum verejnej mienky	x	
C/Riadenie vzťahov s verejnosťou, PR stratégia a realizácia konkrétnych PR aktivít vrátane:		
<ul style="list-style-type: none"> - stratégie krízovej komunikácie v prípade potreby - poskytovanie konzultácií a návrhov taktických krokov pri budovaní vzťahov s verejnosťou a vytváraní pozitívneho imidžu OPIS - realizácie ďalších nástrojov PR podľa potreby (press stena, vzdelávanie novinárov, tlačové mapy k požadovanej téme <ul style="list-style-type: none"> - zabezpečenia plateného PR (nákup médií) <ul style="list-style-type: none"> - písania PR článkov, tlačových správ, príhovorov, prejavov a pod. - vytváranie a udržiavanie vzťahov s médiami a novinármi (Media relations), ich databázy - spracovanie monitoringu týkajúceho sa výlučne OPIS, informatizácie/informačnej spoločnosti 	x 33,3%	x 66,7 %

D/ Stratégia nákupu mediálneho priestoru a realizácia nákupu médií		X
<ul style="list-style-type: none"> - návrh a realizácia media plánu a použitých kom. nástrojov pre jednotlivé cieľové skupiny OPIS - sledovanie a spracovanie analýz dosahovania požadovaného zásahu cieľových skupín OPIS napr. podľa indikátorov KoP OPIS a prieskumov verejnej mienky a pod. 		
E/Stratégia a kreatívne návrhy kampaní, vrátane copywritu		X
<ul style="list-style-type: none"> - realizácia a produkcia kampaní, TV a Ro spoty, vrátane súvisiacich činností: - casting, kostýmové skúšky, zabezpečenie štábu, techniky, kulís, výber lokácií, atď., - grafika a kreatíva printových a prípadne outdoorových médií - návrh a realizácia flash banneru - zalamovanie, copywrite a nákup foto, redakčný a korepetitorský dohľad, kuriérske služby 		
F/ Stratégia a realizácia direct marketingových kampaní, vrátane zabezpečenia:		X
<ul style="list-style-type: none"> - kreatívy html e.mailov, resp. textových e-mailov a ich rozposielania - databáza adries cieľových skupín OPIS, personifikácia zásielok - prípadná kreatíva poštových zásielok (forma, spôsob, grafický návrh, texty) - v prípade poštových zásielok obáľkovanie, štítkovanie, fóliovanie a poštovné 		
G/ Spracovanie design manuálu komunikačných a propagačných materiálov		
<ul style="list-style-type: none"> - design manuál komunikačných materiálov, bez tlače komunikačných materiálov 	X	
<ul style="list-style-type: none"> - dodanie propagačných materiálov - okrem vlastného návrhu komunikačných a propagačných materiálov musí návrh zahŕňať aj komunikačné a propagačné materiály zadané v Komunikačnom pláne OPIS v časti Indikatívny harmonogram 	X	
H/ Návrh a realizácia infostánku	X	
Celková suma v mil. SKK bez DPH	6 194 972	19 164 423

Článok 7

Platby a bankový účet

7.1 Platby budú realizované na bankový účet určený Zhotoviteľom, číslo účtu: 2621001283/1100

7.2 Faktúry musia byť vyhotovené a zaslané tomu z Objednávateľov, ktorý hradí plnenie, v štyroch origináloch v slovenskom jazyku.

7.3 Každá faktúra musí obsahovať náležitosti daňového dokladu v zmysle platných právnych predpisov a musí sa vzťahovať na konkrétne plnenie.

Faktúra musí obsahovať:

- označenie „priebežná“ alebo „záverečná“ faktúra a jej číslo;
- špecifikáciu platby (aké výkony sa fakturujú v súlade s rozpočtom nákladov Zmluvy o dielo);
- obchodné meno a sídlo Objednávateľa č.1, alebo Objednávateľa č.2;
- obchodné meno a sídlo Zhotoviteľa;
- dátum vyhotovenie faktúry;
- dátum dodania časti diela;
- lehota splatnosti faktúry;
- číslo a názov Zmluvy;
- názov a adresa banky Zhotoviteľa (vrátane kódu SWIFT);
- číslo účtu zhotoviteľa určené v čl. 7, bodu 7.1 Zmluvy (vrátane čísla v tvare IBAN);
- fakturovaná suma bez DPH, DPH a celková fakturovaná suma;
- náležitosti pre účely DPH;
- pečiatka a podpis oprávnenej osoby
- ako prílohu zápisnicu a preberací protokol podľa bodu 9.8.

7.4 V prípade, že faktúra nebude obsahovať náležitosti uvedené v Zmluve, Objednávateľ je oprávnený vrátiť ju Zhotoviteľovi na doplnenie. V takom prípade sa preruší plynutie lehoty splatnosti a nová lehota splatnosti začne plynúť doručením opravenej faktúry Objednávateľovi ako rovnopis s označením „Oprava“, resp. doručením podporných dokumentov k faktúre.

7.5 Doba splatnosti faktúry je do 30 dní odo dňa jej doručenia Objednávateľovi č.1, alebo Objednávateľovi č.2 v závislosti od fakturovaného plnenia, pričom zaplatením fakturovanej ceny za dielo na účely Zmluvy sa rozumie deň pripísania fakturovanej sumy v prospech účtu Zhotoviteľa.

7.6 Objednávateľ si vyhradzuje právo zmeniť platobné podmienky súvisiace s viazaním, reguláciou alebo zmenou štátneho rozpočtu, v prípade omeškania zaplatenia faktúry si Zhotoviteľ nebude uplatňovať nárok na zmluvnú pokutu, úrok z omeškania, ak omeškanie bude spôsobené peňažným ústavom Objednávateľa.

7.7 Odo dňa kedy sa bude na území Slovenskej republiky uplatňovať Euro mena, bude cena prerátaná v konverznom kurze. Faktúra za poskytnuté plnenie súvisiace s koncom roku 2008 bude začiatkom roku 2009 vystavená Zhotoviteľmi a zaplatená Objednávateľom č. 1 a Objednávateľom č. 2 podľa konverzného kurzu v Euro mene. Ďalšie faktúry budú vystavené a platené v Euro mene.

7.8 Pokiaľ finančné prostriedky Objednávateľa určené na zaplatenie odmeny pre Zhotoviteľa nebudú včas refundované Európskou úniou resp. inými relevantnými orgánmi (Certifikačný orgán, Orgán auditu) za príslušnú časť diela 30-dňová lehota na splatnosť nasledujúcej faktúry sa prerušuje do dňa refundácie príslušnej čiastky finančných prostriedkov. V prípade pozastavenia refundácie žiadostí o platbu Objednávateľa založených na faktúrach od Zhotoviteľa z dôvodov na strane Zhotoviteľa bude pozastavené uhrádzanie aj následných faktúr Zhotoviteľa do doby odstránenia

nedostatkov a následného uhradenia resp. refundácie finančných prostriedkov zo strany Certifikačného orgánu, Európskej únie.

Článok 8

Zodpovednosť Zhotoviteľa a zmluvné pokuty

- 8.1 Zhotoviteľ zodpovedá za škodu spôsobenú porušením jeho povinností pri vykonávaní diela podľa tejto Zmluvy. V rovnakom rozsahu zodpovedá za škodu spôsobenú porušením povinností Členov tímu zhotoviteľa a/alebo iných osôb poverených Zhotoviteľom na vykonávanie diela, alebo jeho časti.
- 8.2 Za Vady sa považujú najmä oneskorené, neúplné, nedostatočné, rozporné, nekvalitné a/alebo zmätočné dokumenty, pokyny, návrhy, pripomienky, odporúčania a iné informácie poskytnuté Zhotoviteľom Objednávateľovi. Zhotoviteľ sa zbaví zodpovednosti za škodu, pokiaľ preukáže, že škoda bola spôsobená okolnosťami vylučujúcimi zodpovednosť a že vynaložil všetku odbornú starostlivosť, ktorú možno očakávať od poradcu s profesionálnou praxou a kvalifikáciou.
- 8.3 Zhotoviteľ nezodpovedá za škodu vzniknutú v dôsledku konania a/alebo opomenutia konania Objednávateľa, s výnimkou zodpovednosti Zhotoviteľa za plnenie preventívnej povinnosti podľa článku 8.4 tejto Zmluvy nižšie.
- 8.4 Zhotoviteľ je povinný upozorniť Objednávateľa:
- a) na akúkoľvek s touto Zmluvou a/alebo vykonávaním diela súvisiacu škodu, ktorá bezprostredne hrozí a/alebo vznikla a na jej rozsah a následky,
 - b) na všetky opatrenia, ktoré je potrebné prijať na odvrátenie takej škody a/alebo obmedzenie jej následkov; a ak ho Objednávateľ o to požiada, je Zhotoviteľ povinný kontrolovať, že sa takéto opatrenia uskutočňujú.
- 8.5 Zhotoviteľ je povinný po konzultáciách s Objednávateľom na vlastné náklady odstrániť Vady poskytnutého plnenia, za ktoré zodpovedá alebo obmedziť alebo odstrániť škodu, za ktorú zodpovedá.

Článok 9

Kontaktné adresy

- 9.1 V akejkoľvek písomnej korešpondencii týkajúcej sa Zmluvy medzi Objednávateľom na jednej strane a Zhotoviteľom na strane druhej, sa musí uvádzať názov Zmluvy, identifikačné číslo Zmluvy a musí byť zaslaná poštou, faxom alebo doručená osobne na adresu uvedenú v nasledovnom bode.
- 9.2 Zmluvné strany sa zaväzujú si určiť kontaktné osoby – projektových manažérov:

Za Objednávateľa č.1 – Ministerstvo financií Slovenskej republiky

Meno:	Daniel Mitas
Funkcia:	Radca

Adresa:	Štefanovičova 5, Bratislava
Telefón:	02/59582443
Fax:	02/59582491
E-mail:	daniel.mitas@mfsr.sk

Za Objednávateľa č.2:- Úrad vlády Slovenskej republiky

Meno:	Mária Mariničová
Funkcia:	Implementačný manažér
Adresa:	Štefánikova 2, Bratislava
Telefón:	02/57295 501
Fax:	02/ 54434730
E-mail:	maria.marinicova@vlada.gov.sk

Za Zhotoviteľa:

Meno:	Ing. Martin Toman
Funkcia:	account manager
Adresa:	Martinčeková 17
Telefón:	+421/910/810 251, +421/2/582 441 55
Fax:	+421/2/582 441 54
E-mail:	mtoman@istropolitana.sk

9.3 Prostredníctvom kontaktných osôb Projektového manažéra č. 1 a Projektového manažéra č.2 a kontaktnej osoby Zhotoviteľa, vymenovaných podľa tohto článku Zmluvy budú zmluvné strany:

- organizačne zabezpečovať všetky činnosti súvisiace s plnením Zmluvy,
- koordinovať činnosť zmluvných strán pri plnení Zmluvy,
- informovať na vyžiadanie zmluvnej strany o postupe plnenia Zmluvy,
- kontrolovať priebeh a postup plnenia Zmluvy,
- pripravovať návrhy potrebných zmien a dodatkov Zmluvy,

9.4 Každá zmluvná strana je oprávnená zmeniť kontaktnú osobu, je však povinná takúto zmenu písomne oznámiť druhej zmluvnej strane bez zbytočného odkladu.

9.5 Ak kontaktná osoba jednej zmluvnej strany bude neschopná vykonávať svoje povinnosti po dobu viac ako 5 pracovných dní, príslušná zmluvná strana vymenuje zástupcu kontaktnej osoby a jej meno a kontaktné údaje bez zbytočného odkladu oznámi druhej zmluvnej strane.

9.6 Kontaktné osoby sa budú stretávať na poradách o stave vykonávania diela, ktoré sa budú konať podľa potreby, minimálne raz za 2 týždne, ak sa Zmluvné strany nedohodnú inak.

9.7 Obsahom týchto porád bude:

- prehľad vykonávania diela oproti harmonogramu
- prehľad otvorených žiadostí o zmenu
- prehľad otvorených problémov
- kontrola dosiahnutého postupu oproti harmonogramu
- zadávanie konkrétnych plnení podľa Zmluvy pre Zhotoviteľa – zadanie plnenia musí obsahovať konkrétny predmet plnenia, čas dodania tohto plnenia a cenu za dodanie tohto plnenia,
- odsúhlasovanie poskytnutých plnení prostredníctvom preberacieho protokolu

9.8 Z každej porady bude vyhotovená písomná zápisnica, ktorá bude dokumentovať priebeh porady a prijaté rozhodnutia. Zápisnica bude vypracovaná Zhotoviteľom a doručená Objednávateľovi č. 1 a Objednávateľovi č.2 najneskôr do 48 hodín od dátumu uskutočnenia porady. Zápisnica bude podpísaná kontaktnými osobami Objednávateľa 1, Objednávateľa 2 a Zhotoviteľa. Ak Objednávateľ nevznesie námietku alebo pripomienku k zápisnici do 62 hodín od jej obdržania, uplynutím tejto lehoty sa bude obsah zápisnice považovať za akceptovaný zo strany Objednávateľa. Zápisnica z porady, na ktorej došlo k odsúhlaseniu poskytnutého plnenia vo forme preberacieho protokolu, podpísaná kontaktnou osobou Objednávateľa č.1 a Objednávateľa č.2 a Zhotoviteľa, a preberací protokol podpísaný kontaktnou osobou Zhotoviteľa a kontaktnou osobou toho z objednávateľov, ktorý hradí plnenie, je podkladom na vystavenie faktúry zo strany Zhotoviteľa.

Článok 10

Autorské práva

- 10.1 Zmluvné strany osvedčujú vedomosť o tom, že dielo vyhotovené Zhotoviteľom je autorským dielom podľa zákona č. 618/2003 Z.z. autorský zákon v znení neskorších predpisov a že autor tohto diela má právo na ochranu svojho autorstva.
- 10.2 Zmluvné strany touto zmluvou zároveň uzatvárajú licenčnú zmluvu, ktorou Zhotoviteľ bezodplatne Objednávateľovi udeľuje súhlas na používanie preberacím protokolom prevzatých výstupov podľa tejto Zmluvy za týchto podmienok:
- a) Zhotoviteľ poskytuje objednávateľovi licenciu spôsobom na každé známe použité diela podľa §18 ods. 2 autorského zákona-, najmä na vyhotovenie rozmnoženiny diela, verejné rozširovanie originálu diela, jeho rozmnoženiny predajom, alebo inou formou prevodu vlastníckeho práva, verejné rozširovanie originálu diela, alebo jeho rozmnoženiny nájmom alebo vypožičaním, spracovanie, preklad a adaptáciu diela, zaradenie diela do súborného diela, verejné vystavenie diela, verejné vykonanie diela, verejný prenos diela. Licencia sa udeľuje bez akéhokoľvek územného alebo vecného obmedzenia. Licencia udelená účastníkom – autorom má povahu výhradnej licencie .
 - b) Zhotoviteľ udeľuje Objednávateľovi licenciu časovo neobmedzenú na použitie diela, s výnimkou rozhlasového a televízneho spotu. Zhotoviteľ udeľuje licenciu na rozhlasový a televízny spot časovo obmedzenú do 31.12. 2013. Po uplynutí uvedenej doby je oprávnený Objednávateľ použiť rozhlasový a televízny spot v rozsahu potrebnom na uskutočnenie kontroly, zo strany príslušných orgánov. Uvedené licencie sa vzťahujú len na autorské práva zhotoviteľa a nezahŕňajú práva tretích strán ako sú herci, obrazy hercov, režisér. Práva tretích strán budú zmluvne ošetrené do 31.12.2009 s uvedením a vyčíslením opcie do 31.12.2013.
 - c) Licencia je udelená bez vecného a územného obmedzenia.
 - d) Zhotoviteľ udeľuje Objednávateľovi výhradnú licenciu, t. j. nesmie po dobu trvania licencie Objednávateľa a na území na ktoré sa táto vzťahuje, udeliť tretej osobe

licenciu na použitie diela v rozsahu a spôsobom udeleným touto licenciou Objednávateľovi a je povinný zdržať sa použitia diela spôsobom, na ktorý udelil licenciu.

- e) Objednávateľ nie je bez predchádzajúceho písomného súhlasu Zhotoviteľa oprávnený poskytnúť sublicenciu tretej osobe, ani licenciu postúpiť na tretiu osobu.
- 10.3 Ak Zhotoviteľ vypracovaním výstupov podľa tejto Zmluvy poveril tretiu osobu, je povinný zabezpečiť, aby mu táto osoba udelila licenciu na použitie diela tak, aby ju bol oprávnený udeliť Objednávateľovi, resp. previesť ju na Objednávateľa v súlade s touto zmluvou.
- 10.4 V prípade, že Objednávateľ použije výstupy Zhotoviteľa podľa tejto Zmluvy v rozpore s touto Zmluvou, alebo umožní ich použitie tretím osobám bez predchádzajúceho súhlasu Zhotoviteľa, je povinný uhradiť Zhotoviteľovi zmluvnú pokutu vo výške 250.000,- Sk, pričom nároky Zhotoviteľa na náhradu škody nie sú dotknuté, a to aj vo výške presahujúcej zmluvnú pokutu.
- 10.5 Zhotoviteľ zodpovedá za porušenie práv inej osoby z priemyselného alebo iného duševného vlastníctva v dôsledku použitia ním vypracovaného a preberacím protokolom prevzatého výstupu Objednávateľom.
- 10.6 Objednávateľ zodpovedá za prípadné porušenie práv z priemyselného alebo iného duševného vlastníctva tretích osôb v súvislosti s poskytnutými informáciami, dokladmi a podkladmi, ktoré sú potrebné na plnenie Zmluvy.
- 10.7 Zhotoviteľ je oprávnený použiť projekty, ktoré vytvoril pre Objednávateľa pre vlastnú prezentáciu a referencie pre svojich potenciálnych zmluvných partnerov, ako aj v rámci prihlasovania svojich prác do slovenských a medzinárodných súťaží.
- 10.8 Ak bude mať Objednávateľ záujem použiť výstup aj iným spôsobom, alebo vo väčšom rozsahu, ako mu umožňuje ods.10.2, Zmluvné strany pre takéto použitie výstupu uzatvoria samostatnú licenčnú zmluvu, v ktorej si dohodnú aj výšku odmeny.

Článok 11

Právo a jazyk Zmluvy

- 11.1 Platným právom je právo Slovenskej republiky.
- 11.2 Zmluva a všetky písomné dokumenty medzi Zhotoviteľom a Objednávateľom budú vyhotovené v slovenskom jazyku.
- 11.3 Zmluva sa riadi platnými právnymi predpismi Slovenskej republiky.

Článok 12

Mlčanlivosť

- 12.1 Zmluvné strany sú povinné zachovávať mlčanlivosť o akýchkoľvek dôverných informáciách, o ktorých sa dozvedeli pri uzatváraní tejto Zmluvy alebo počas jej trvania pri výkone práv a povinností súvisiacich s touto zmluvou, (napr. bankové, daňové, obchodné tajomstvo, ceny, technické riešenia, know – how, dokumentácia a pod.) a to aj po skončení

zmluvného vzťahu, najmä ich nesmú prezradiť tretej osobe, ani ich použiť v rozpore s účelom ich poskytnutia, pokiaľ nie sú tejto povinnosti druhou zmluvnou stranou zbavené. Porušením povinnosti podľa tohto bodu nie je poskytnutie dôverných informácií Zmluvnou stranou svojim zamestnancom, alebo tretím osobám, ktoré sa zúčastňujú plnenia povinností alebo výkonu práv Zmluvných strán podľa tejto Zmluvy, alebo vykonávacích zmlúv a to v rozsahu nevyhnutnom na výkon jej práv, alebo plnenie povinností.

- 12.2 Zmluvné strany sa dohodli, že všetky ustanovenia tejto Zmluvy budú považovať za dôverné a podliehajú povinnosti mlčanlivosti počas celého trvania zmluvného vzťahu ako aj po jeho skončení.

Článok 13

Ukončenie zmluvy

13.1 Táto Zmluva môže byť predčasne ukončená len dohodou Zmluvných strán, odstúpením od Zmluvy, zánikom Zhotoviteľa, alebo Objednávateľa bez právneho nástupcu.

13.2 Objednávateľ je oprávnený odstúpiť od tejto Zmluvy výlučne z nasledovných dôvodov:

- a) ak súd právoplatne uzná ktoréhokoľvek z členov štatutárneho orgánu Zhotoviteľa, z Členov Zhotoviteľa alebo zamestnancov Zhotoviteľa za vinných z trestného činu bezprostredne súvisiaceho s uzatváraním a/alebo plnením tejto Zmluvy,
- b) strata nevyhnutnej kvalifikácie Zhotoviteľa, vrátane, ale nielen, straty (živnostenského alebo iného) oprávnenia na vykonávanie činnosti, ktorá bezprostredne súvisí s predmetom tejto Zmluvy.
- c) ak Zhotoviteľ dlhodobo, resp. opakovane neplní riadne svoje povinnosti podľa Zmluvy, a to ani po písomnom upozornení a poskytnutí 10-dňovej lehoty na nápravu Objednávateľom.

13.3 Zhotoviteľ je oprávnený odstúpiť od Zmluvy len v prípade omeškania Objednávateľa č. 1 alebo Objednávateľa č. 2 s platením ceny podľa tejto Zmluvy o viac ako 60 dní po splatnosti, okrem prípadov omeškania na ktoré sa vzťahujú body 7.6 a 7.8.

13.4 Odstúpenie Zmluvnej strany nadobúda účinnosť uplynutím 1 kalendárneho mesiaca, nasledujúceho po mesiaci, v ktorom bolo oznámenie o odstúpení od Zmluvy doručené druhej Zmluvnej strane. V prípade odstúpenia od Zmluvy uhradí Objednávateľ č. 1 alebo Objednávateľ č. 2 Zhotoviteľovi všetky náklady, ktoré Zhotoviteľovi vznikli za riadne a včas vyhotovené, doposiaľ nevyfakturované plnenia.

13.5 Vzájomne poskytnuté plnenia do účinnosti odstúpenia od Zmluvy si zmluvné strany ponechajú. Odstúpením od zmluvy nie je dotknuté právo Zhotoviteľa na uplatnenie náhrady škody voči Objednávateľovi.

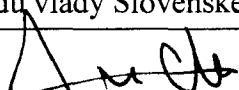
Článok 14

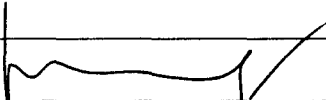
Záverečné ustanovenia


14.1 Zmluva je vyhotovená v deviatich origináloch, z ktorých tri originály sú určené pre Objednávateľa č.1, štyri pre Objednávateľa č.2, dva pre Zhotoviteľa.

- 14.2 Zmluvné strany prehlasujú, že ustanoveniam Zmluvy porozumeli, čo do obsahu i rozsahu, tieto vyjadrujú ich slobodnú a vážnu vôľu, neuzavreli ju v tiesni, ani za nápadne nevýhodných podmienok a zaväzujú sa Zmluvu dobrovoľne dodržiavať, čo potvrdzujú svojimi podpismi.
- 14.3 Zhotoviteľ je povinný počas platnosti a účinnosti Zmluvy informovať verejnosť o tom, že táto Zmluva je financovaná z prostriedkov Európskej únie. Plnenie tejto povinnosti Zhotoviteľom sa nepovažuje za porušenie mlčanlivosti. Zhotoviteľ sa zaväzuje, že všetky opatrenia v oblasti informovania a publicity zamerané na verejnosť budú obsahovať znak Európskej únie a logo OPIS v súlade s grafickými štandardmi a Manuálom pre publicitu, ktoré Objednávateľ poskytne Zhotoviteľovi a odkaz, že aktivity podľa Zmluvy sú financované z Európskeho fondu regionálneho rozvoja. Symbol Európskej únie a logo OPIS musí byť súčasťou všetkých publikačných a informačných materiálov, týkajúcich sa plnenia tejto Zmluvy. Publikácie a elektronické nosiče dát vytvorené počas plnenia tejto Zmluvy Zhotoviteľ označí na obale resp. titulnej strane odkazom so znením: „Realizované s finančnou podporou Európskej únie v rámci programu Európsky fond regionálneho rozvoja“, resp. tam kde je to nutné, jeho skrátenou verziou „Spolufinancované z ERDF“, znakom Európskej únie a logom OPIS, prípadne spolu s národným alebo regionálnym znakom. Ak existuje inštitúcia zodpovedná za obsah informácií v publikácii, Zhotoviteľ túto inštitúciu uvedie v publikácii. Tieto povinnosti sa vzťahujú primerane aj na informácie sprístupnené v podobe iných tlačených materiálov, audiovizuálneho materiálu alebo prostredníctvom elektronických prostriedkov.
- 14.4 Zhotoviteľ pri organizácii informačných podujatí v rámci plnenia tejto Zmluvy zvýrazní príspevok Európskej únie prostredníctvom vystavenia vlajky Európskej únie v zasadacích miestnostiach a použitia znaku Európskej únie a loga OPIS na poskytovaných dokumentoch. Zhotoviteľ je povinný prijať opatrenia na upovedomenie účastníkov informačných podujatí realizovaných v rámci plnenia tejto Zmluvy o tom, že sa zúčastňujú na činnosti, ktorú financuje Európska únia ako aj prijať opatrenia na upovedomenie verejnosti o úlohe Európskej únie vo vzťahu k financovaným činnostiam.
- 14.5 V závislosti od charakteru predmetu tejto Zmluvy Zhotoviteľ môže podniknúť v čase začatia plnenia tejto Zmluvy a počas hlavných fáz jej plnenia kroky, ktorými sa na plnenie tejto Zmluvy vhodným spôsobom upozornia elektronické a printové médiá. Ak Zhotoviteľ využije platenú inzerciu, jasne uvedie spoluúčasť Európskej únie, a to vo vizuálnych médiách použitím znaku Európskej únie a loga OPIS, v audio médiách slovne uviesť odkaz „Spolufinancované z Európskeho fondu regionálneho rozvoja prostredníctvom Operačného programu Informatizácia spoločnosti“.
- 14.6 Zhotoviteľ môže uskutočniť v prípade, ak to považuje za primerané a vhodné, ďalšie opatrenia na zabezpečenie informovanosti a publicity. Návrh takýchto opatrení Zhotoviteľ prerokuje pred ich realizáciou s Objednávateľom. Ak Objednávateľ písomne nevysloví s návrhom týchto opatrení nesúhlas do 15 dní od doručenia písomnej žiadosti Zhotoviteľa, je Zhotoviteľ oprávnený navrhované opatrenia uskutočniť.
- 14.7 Táto Zmluva sa riadi a vykladá v súlade s právnym poriadkom Slovenskej republiky.
- 14.8 Zmluvné strany sa zaväzujú, že vyvinú maximálnu snahu o riešenie všetkých sporov vyplývajúcich alebo súvisiacich s touto Zmluvou zmierlivou cestou, a to do 30 dní od doručenia písomného upozornenia jednej Zmluvnej strany druhej Zmluvnej strane. Pokiaľ zmierlivé riešenie sporu nebude možné, spor rozhodnú slovenské súdy.

- 14.9 Akékoľvek zmeny a/alebo dodatky k tejto Zmluve musia byť v písomnej forme a podpísané Zmluvnými stranami.
- 14.10 Táto Zmluva, vrátane všetkých dokumentov, ktoré sa v nej spomínajú, predstavuje kompletnú dohodu medzi Zmluvnými stranami v súvislosti s predmetom tejto Zmluvy a nahrádza a ruší všetky predchádzajúce ponuky, dohody, záväzky, vyhlásenia, záruky a dohody medzi stranami, či už písomné alebo ústne, v súvislosti s predmetom tejto Zmluvy. Neexistujú žiadne ďalšie zmluvy alebo dohody, či už písomné alebo ústne, ktoré by sa týkali predmetu tejto Zmluvy.
- 14.11 Ak sa niektoré z ustanovení tejto Zmluvy stane nevynútiteľným alebo neplatným podľa platného práva, bude toto ustanovenie neúčinné len do tej miery, do akej je nevynútiteľné či neplatné. Ďalšie ustanovenia tejto Zmluvy ostávajú naďalej záväzné a v plnej platnosti a účinnosti. Pokiaľ nastane takáto situácia, Zmluvné strany nahradia toto nevynútiteľné či neplatné ustanovenie iným ustanovením, ktoré sa mu svojim obsahom a účelom bude čo najviac približovať.
- 14.12 Všetky prílohy Zmluvy sú jej neoddeliteľnou súčasťou.
- 14.13 Zmluva nadobúda platnosť a účinnosť jej podpismi všetkými zmluvnými stranami.

Za objednávateľa č.1: Úrad vlády Slovenskej republiky	
Dátum:	23.12.2008
Meno:	Ing. Igor Federič
Funkcia:	vedúci Úradu vlády Slovenskej republiky
Podpis:	

Za Objednávateľa č. 2: Ministerstvo financií Slovenskej republiky	
Dátum:	23.12.2008
Meno:	Ing. Ján Počiatek
Funkcia:	minister
Podpis:	

Za zhotoviteľa: Istropolitana D' Arcy, spol. s r.o.	
Dátum:	23/12/2008
Meno:	Mgr. Martin Polák
Funkcia:	konateľ spoločnosti
Podpis:	

Príloha č. 1 Popis predmetu Zmluvy

Príloha č.2 Návrh konkrétnych riešení podľa opisu predmetu súťaže návrhov

Príloha č.3 Budget split

Príloha č. 4 Media plán

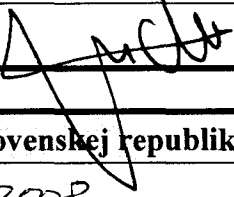
Príloha č. 1 – Predmet zmluvy

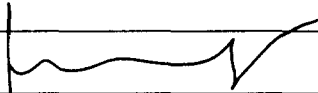
K zmluve o dielo uzavretej dňa 23.12.2008 medzi Ministerstvom financií Slovenskej republiky, Úradom vlády Slovenskej republiky a Istropolitana D' Arcy, spol. s r.o.

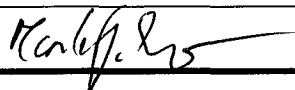
Predmet zmluvy vychádza z návrhu realizácie kampane pre Operačný program Informatizácia spoločnosti (OPIS) podľa súťažných návrhov. Zhotoviteľ sa touto zmluvou zaväzuje pre objednávateľa zabezpečiť nasledovné aktivity pri uskutočňovaní projektu – mediálnej a propagačnej kampane pre Operačný program Informatizácia spoločnosti (OPIS):

- a) Vypracovanie stratégie budovania značky OPIS a realizáciu stratégie pre jednotlivé cieľové skupiny
- b) Prieskum verejnej mienky
- c) Riadenie vzťahov s verejnosťou, PR stratégiu a realizáciu konkrétnych PR aktivít vrátane:
 - zabezpečenia plateného PR (nákup médií)
 - písania PR článkov, tlačových správ, príhovorov, prejavov a pod.
 - poskytovania konzultácií a návrhov taktických krokov pri budovaní vzťahov s verejnosťou a vytváraní pozitívneho imidžu OPIS
 - stratégie krízovej komunikácie v prípade potreby
 - realizácie ďalších nástrojov PR podľa potreby (press stena, vzdelávanie novinárov, tlačové mapy k požadovanej téme)
 - vytváranie a udržiavanie vzťahov s médiami a novinármi (Media relations), ich databázy
 - spracovania monitoringu týkajúceho sa výlučne OPIS, informatizácie/informačnej spoločnosti
- d) Stratégiu nákupu mediálneho priestoru a realizáciu nákupu médií
 - návrh a realizáciu media plánu a použitých kom. nástrojov pre jednotlivé cieľové skupiny OPIS
 - sledovanie a spracovanie analýz dosahovania požadovaného zásahu cieľových skupín OPIS, napr. podľa indikátorov KoP OPIS a prieskumov verejnej mienky a pod.
- e) Stratégiu a kreatívne návrhy kampaní, vrátane copywritu
 - realizácia a produkcia kampaní, TV a Rô spoty, vrátane súvisiacich činností:
 - casting, kostýmové skúšky, zabezpečenie štábu, techniky, kulís, výber lokácií, atď.,
 - grafika a kreatíva printových a prípadne outdoorových médií
 - návrh a realizácia flash banneru
 - zalamovanie, copywrite a nákup foto, redakčný a korepetitorský dohľad, kuriérske služby
- f) Stratégiu a realizáciu direct marketingových kampaní, vrátane zabezpečenia:
 - kreatívy html e-mailov, resp. textových e-mailov a ich rozposielania
 - databáza adries cieľových skupín OPIS, personifikácia zásielok
 - prípadná kreatíva poštových zásielok (forma, spôsob, grafický návrh, texty)
 - v prípade poštových zásielok obáľkovanie, štítkovanie, fóliovanie a poštovné
- g) Spracovanie design manuálu komunikačných a propagačných materiálov
 - dodanie propagačných materiálov
 - design manuál komunikačných materiálov, bez tlače komunikačných materiálov
 - okrem vlastného návrhu komunikačných a propagačných materiálov musí návrh zahŕňať aj komunikačné a propagačné materiály zadané v Komunikačnom pláne OPIS v časti Indikatívny harmonogram
- h) Návrh a realizáciu infostánku

Za Úrad vlády Slovenskej republiky	
Dátum:	23.12. 2008
Meno:	Ing. Igor Federič

Funkcia:	vedúci Úradu vlády Slovenskej republiky
Podpis:	

Za Ministerstvo financií Slovenskej republiky	
Dátum:	23.12.2008
Meno:	Ing. Ján Počiatek
Funkcia:	minister
Podpis:	

Za Istropolitana D' Arcy, spol. s r.o.	
Dátum:	23/12/2008
Meno:	Mgr. Martin Polák
Funkcia:	konateľ spoločnosti
Podpis:	

**Príloha č. 2 – Návrh konkrétnych riešení podľa opisu predmetu
súťaže návrhov**

Sumár k inzercii zverejnenia výzvy

Inzercia zverejnenia výzvy pre podávanie projektov je koncipovaná ako muštra, do ktorej sa budú priebežne dopĺňať konkrétne výzvy. Pre tieto výzvy je vyhradená väčšina miesta.

Nemennými prvkami, ktoré inzerciu spoja s kampaňou v ostatných médiách, je motto "Všetko na dosah" spolu s grafickým prvkom klávesnice Enter/SK. Tieto prvky sú funkčne umiestnené v hornej lište.

Súčasťou inzercie sú samozrejme povinné prvky ako logo OPIS, informácia o vnútroštátnom vykonávacom orgáne OPIS, t. j. Úrade vlády Slovenskej republiky, logo EÚ a ERDF.

V prípade zabezpečenia inzercie zverejnenia výzvy pre Ministerstvo financií SR bude doplnená informácia o vyhlasovateľovi výzvy, teda o Sprostredkovateľskom orgáne pod Riadiacim orgánom, t. j. Ministerstvo financií Slovenskej republiky.

Inzercia je predkladaná ako celostránka, v reálnej kampani navrhujeme používať formát ½ strany vzhľadom na možnosť väčšieho počtu uverejnení a tým aj lepšieho zásahu cieľovej skupiny.

Výzva na predkladanie

Žiadosti o nenávratný finančný príspevok v rámci projektov Operačného programu Informatizácia spoločnosti na rok 2008.



VŠETKO na dosah

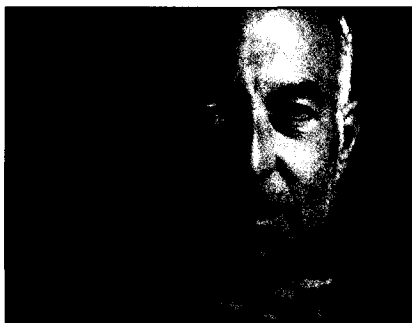
OPIS
Operačný program Informatizácia spoločnosti
Rozvoj ľudských zdrojov a kvalifikácia

- OPIS -
internetový banner - SVETLO

- ① Pamätám si
čakanie
na polícii,
- ② dlhé rady
na katastri,
daňovom úrade...
- ③ našťastie,
svitá
na lepšie časy
- ④  OPIS je spolufinancovaný z ERDF
- ⑤ úrady, archívy
a knižnice  OPIS je spolufinancovaný z ERDF
úrady archív internet
- ⑥ VŠETKO na dosah 

- OPIS -
tv spot - SVETLO- 40"

Detail
0" - 3"



Záber na tvár skúseného
sympatickeho muža, ktorý sa
sugestívne pozerá priamo do
kamery (Kašpirovský).

Muž začína rozprávať:
PAMÁTAM SI VEĽMI ŽIVO...

①

Zvuk: hudobný motív.

Detail
4" - 7"



Záber na tvár skúseného
sympatickeho muža, za ním sa
premietajú zrýchlené archivne
zábery.

Muž pokračuje:
**...TO OTRAVNÉ ČAKANIE NA POLÍCIU,
KEĎ SOM PRIHLASOVAL FELÍCIU.**

②

Zvuk: opakujúci sa hudobný motív.

Polodetail
8" - 11"



Záber na tvár skúseného
sympatickeho muža, za ním sa
premietajú zrýchlené archivne
zábery.

Muž pokračuje:
**VÝPISOM Z KATASTRA,
SOM ZABÍL DVA DNI.**

③

Zvuk: stupňujúci sa hudobný motív.

Detail
12" - 15"



Záber na tvár skúseného
sympatickeho muža, za ním sa
premietajú zrýchlené archivne
zábery.

Muž pokračuje:
**SPOMÍNAM SI AJ NA DLHÉ HODINY
NA DAŇOVOM ÚRADE.**

④

Zvuk: stupňujúci sa hudobný motív.

str.2

Polodetail
16" - 18"

Záber na tvár skúseného sympatickeho muža, za ním sa premietajú zrýchlené archívne zábery.

Muž pokračuje:
NEZABUDNEM NA MÁRNE ZHÁŇANIE KNIH V KNIŽNICIACH.

⑤

Zvuk: hudobný motív.

Veľký detail
19" - 21"

Záber na tvár skúseného sympatickeho muža, za ním sa premietajú zrýchlené archívne zábery.

Vnútorňý monológ mimo obraz:
**ČLOVEK SA MOHOL AJ ...
A NIČ NEVYBAVIL.**

⑥

Zvuk: ticho

Veľký detail
22" - 24"

Záber na časť tváre skúseného sympatickeho muža osvetleného modrým svetlom, za ním sa premietajú zrýchlené archívne zábery.

Vnútorňý monológ mimo obraz:
**NA-ŠTASTIE,
SVITÁ NA LEPŠIE ČASY.**

⑦

Zvuk: zapnutie počítača.

Polodetail
25" - 27"

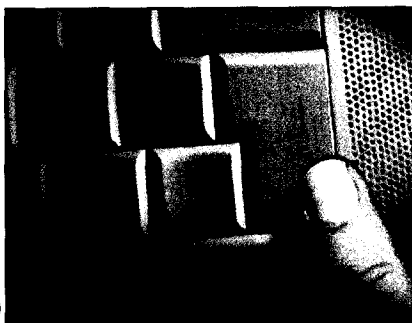
Kamera zrýchlene obide muža. (Náznak nových technológií)
Vidíme, že pracuje na počítači.

Ženský korporátny hlas:
**S PODPOROU ÚRADU VLÁDY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY
A EURÓPSKEHO FONDU
REGIONÁLNEHO ROZVOJA...**

⑧

Zvuk: veselá hudba.

str.3

Detail
28" - 30"

Detailný záber na klávesnicu počítača s tlačítkom ENTER a nápisom SK.

Ženský hlas mimo obraz:
...BUDE VŠETKO NA DOSAH.

9

Zvuk: veselá hudba.

Detail
31" - 33"Záber na obrazovku počítača.
Na obrazovke vidíme logo OPIS a ERDF.
Na obrazovke sa vypisuje čitateľná
adresa: www.opis.gov.skŽenský hlas mimo obraz:
OPERAČNÝ PROGRAM INFORMATIZÁ-
CIA SPOLOČNOSTI NÁM DO ROKU 2013
PRINESIE ...

10

Zvuk: veselá hudba.

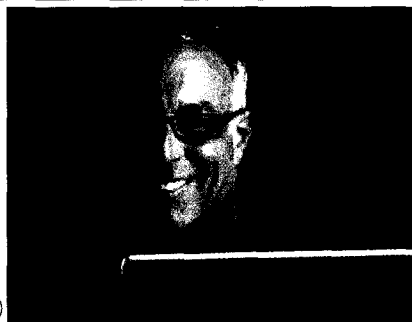
Packshot
34" - 37"

Záber na jeho počítač.

Ženský hlas mimo obraz:
... PRÍSTUP K ÚRADOM, KNIŽNICIAM A
ARCHÍVOM NA CELOM SLOVENSKU
CEZ INTERNET.

11

Zvuk: finále.

Afterpackshot
38" - 40"Záber na časť tváre skúseného
sympatickeho muža.Muž hovorí nahlas do kamery:
...A Z PEŇAZÍ EUROFONDOVI!

12

Zvuk: finále.

Sumár k návrhu televízneho spotu

Televízny spot tvorí osobná výpoveď dôveryhodného sympatického muža, ktorý akoby hovoril za nás všetkých.

V prvej časti spotu dochádza k stotožneniu sa s navodeným problémom. Problémom s dlhým čakaním na úradoch, pri prepise auta, v knižnici...

Druhú časť spotu tvorí prísľub lepších časov, na ktoré sa muž odvoláva.

Korporátny hlas vysvetľuje, čo všetko pre celé Slovensko do roku 2013 prinesie Operačný program Informatizácia spoločnosti. Človek už nebude musieť čakať v radoch, všetko vybaví prostredníctvom internetu.

V TV spote, rovnako ako v celej kampani používame motto VŠETKO NA DOSAH a hlavný grafický prvok - klávesnicu ENTER/SK, čo prináša synergický efekt a uľahčuje rozpoznateľnosť kampane.

Možnosti doplnenia o aktuálne zverejnenej výzve do TV spotu:

TV spot je vystavaný modulovito, čo znamená, že ho kedykoľvek môžeme prestrihať podľa potreby. Napríklad vystrihneme z prvej časti povzdych a z druhej časti posledný vstup rozprávača. Takto získaný priestor vložíme na koniec spotu, kde na obrazovke počítača môžeme odprezentovať konkrétne výzvy, resp. predstaviť prvé úspešné projekty.

Rozhlasový spot, dĺžka 30 sek.

Spomínanie skúseného sympatického muža podkresľujú ruchy (tlmená vrava ľudí stojacich v radoch, trúbenie áut, zvuk starých regálov, šuchotanie papierov):

**„Pamätám si veľmi živo
to otravné čakanie na polícii, keď som prihlasoval Feliciu!
Dlhé hodiny na daňovom úrade, alebo katastri
a márne zháňanie kníh v knižniciach!
Človek sa mohol aj... a nič nevybavil!“**

Ruchy stíchnu a muž pokračuje:

„Našťastie, svitá na lepšie časy.“

Výrazný zvuk zapnutia počítača. Ženský korporátny hlas:

S podporou Úradu vlády Slovenskej republiky a spolufinancovaním z Európskeho fondu regionálneho rozvoja bude všetko na dosah. Operačný program Informatizácia spoločnosti nám do roku 2013 prinesie prístup k úradom, knižniciam a archívom na celom Slovensku cez internet.

Opäť muž, do ticha:

... a z peňazí eurofondov!

Ženský korporátny hlas:

Viac informácií na www.opis.gov.sk

Sumár k rozhlasovému spotu

Rozhlasový spot vychádza z konceptu televízneho spotu. Ide o ten istý príbeh muža, ktorého už poznáme z televízie.

Na úvod je navodenie problému – problém s prihlasovaním auta, nekonečné čakanie na daňovom úrade, čakanie na katastri, zháňanie kníh v knižniciach.

Pokračujeme informáciami o vykonávacom orgáne, t. j. Úrade vlády Slovenskej republiky, informáciou o spolufinancovaní z Európskeho fondu regionálneho rozvoja a informáciami o projekte OPIS, ktorý by mal vyriešiť navodené problémy.

S internetom náš muž už nebude musieť čakať v radoch. Prostredníctvom internetu bude mať ľahký prístup k úradom, knižniciam, archívom. Bude mať **VŠETKO NA DOSAH**, čo je aj hlavným mottom celej našej kampane.

Využitím rovnakého príbehu v televíznom aj rozhlasovom spote vzniká synergický efekt zaručujúci identifikáciu kampane. Použitím rovnakého príbehu navyše pomáhamo lepšej zapamätateľnosti spotu.

Informáciu o aktuálne zverejnenej výzve budeme oznamovať prostredníctvom ženského korporátneho hlasu na záver spotu. Priestor získame prestrihaním úvodnej časti spotu, kde podľa potreby môžeme vynechať jeden alebo dva problémy nášho hrdinu.

Na záver spotu uvedieme e-mailový kontakt, kde si prípadný záujemca môže nájsť všetky potrebné informácie.

Motto OPIS

Zastrešujúce motto komunikácie v rámci kampane pre OPIS:

Všetko na dosah

Sumár k motto OPIS

Zastrešujúce motto komunikácie v rámci kampane pre Operačný program Informatizácia spoločnosti „**Všetko na dosah**“ sa snaží pomenovať všetky súčasti operačného programu a zastrešiť ich významovým spojením, s ktorým sa do roku 2013 budú spájať.

Vyjadrenie „**Všetko na dosah**“ emocionálne a významovo zahŕňa pokrytie Slovenska internetom, ako aj následný jednoduchý prístup na úrady (e-Government), do knižníc a archívov (Pamäťové a fondové inštitúcie) cez internet. V skratke - všetko budeme mať na dosah. Všetko budeme môcť vybaviť z pohodlia nášho domova, z kancelárie alebo iného miesta s prístupom na internet.

Vizuálny prvok komunikácie:

Motto sa v printových a elektronických médiách bude používať spolu s hlavným grafickým motívom. Grafický motív obrazovo pomáha zdefinovať oblasť informatizácie a internetu, v ktorej sa program pohybuje. Používame veľkú klávesu ENTER, ktorá je známa aj nepoužívateľom počítačov. Použitá klávesa je navyše obohatená o písmená SK, tvoriace značku Slovenska. Klávesa tak obrazovo naznačuje vstup/enter Slovenska do programu, s ktorým bude všetko na dosah.

Mediálna a propagačná kampaň OPIS

Použitie jednotlivých komunikačných nástrojov vzhľadom na cieľové skupiny a stratégia nákupu mediálneho priestoru a realizácia nákupu médií

Televízia:

- na Slovensku vysielajú 3 relevantné TV stanice – Jednotka, Markíza a Joj a špecifická spravodajská televízia TA3
- denný zásah jednotlivých televízií sa pohybuje na úrovni 40-60 %
- Markíza je najsilnejšia TV z hľadiska sledovanosti, ale aj suverénne najdrahšia
- Markíza a JOJ majú percentuálne silnejšie zastúpenie divákov vo veku 12-25, Jednotka má percentuálne silnejšie zastúpenie vo veku starších ako 26 rokov
- do mediaplánu sme vybrali Jednotku, s ohľadom na cenové podmienky, štruktúru divákov a verejnoprávny charakter (cieľová skupina - široká verejnosť) + TA3 ako doplnkovú televíziu určenú pre špecifickú cieľovú skupinu

Rádio:

- najpočúvanejšie rádia na trhu sú rádio Expres a rádio Slovensko, pričom rádio Expres má výrazne vyššie cenové relácie, preto ako nosné rádio bolo vybrané rádio Slovensko pre jeho počúvanosť i verejnoprávny charakter (cieľová skupina – široká verejnosť)
- ako druhé doplnkové rádio v mediapláne navrhujeme rádio OKEY, ktoré má v kategórii rádii z nižšou počúvanosťou (FUN, Jemné melódie, OKEY) najlepšie cenové podmienky

Internet:

- najvyššiu návštevnosť vo všeobecnosti na Slovensku majú spravodajské servery
- kampane na internete sú vzhľadom na početnosť užívateľov internetových médií stále podceňované a poddimenzované
- servery nebývajú obvykle vypredané, skôr sa stáva, napr. že je vypredaný niektorý z populárnych formátov (square), alebo je obsadená zaujímavá sekcia servera (napríklad Ekonomika),
- internet je silný komunikačný kanál, s trendom rastu okolo 20-25% ročne
- keďže reálny nákup priestoru na internete prebieha na presný počet videní, zaplatíme za kampaň presne tie videnia, ktoré sme si objednali, pričom zásah toho istého užívateľa bude obmedzený na 3 videnia/týždeň

Inzercia:

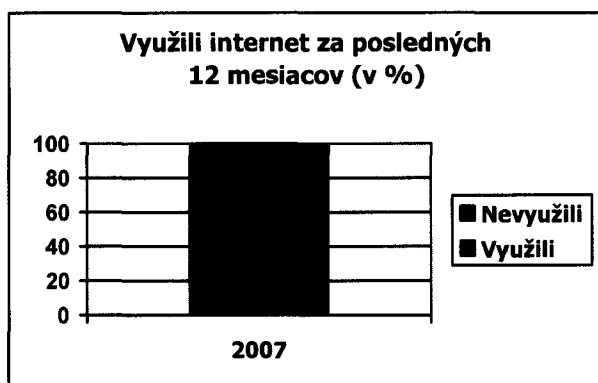
- printová kampaň je doplnková ku ostatným médiám a je zameraná na špecifickú cieľovú skupinu a rovnako na zverejňovanie výziev
- v tejto fáze kampane neodporúčame komunikovať, resp. printami zasiahnuť celú verejnosť
- preto sme do mediamixu zvolili tituly – Hospodárske noviny, Trend, Profit určené pre ekonómov a managerov a špecifické odborné tituly – Euroreport, Eurofondy, Komunálne financie

Stratégia kampane

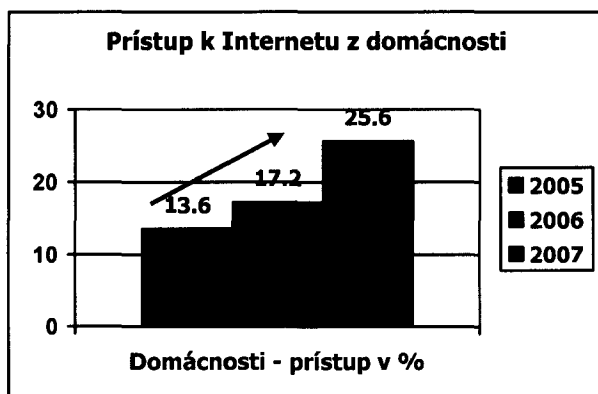
„Všetko na dosah“

Slovenská verejnosť je v otázke používania internetu ešte stále pomerne rôznorodo diferencovaná a počet ľudí, ktorí nemajú s internetom žiadnu osobnú skúsenosť, je zatiaľ veľmi vysoký. Len necelých 41 % ľudí, teda ani nie polovica slovenskej populácie nad 15 rokov, využila internet v priebehu posledných 12 mesiacov (Zdroj: MML, 1-4 kvartál r. 2007). Úroveň penetrácie internetu z hľadiska jeho používania v domácnosti je síce pomerne vysoká (viď graf č. 2), avšak v porovnaní s ostatnými štátmi Európskej únie (viď graf č. 3) je internet pre slovenskú verejnosť stále vymoženosťou.

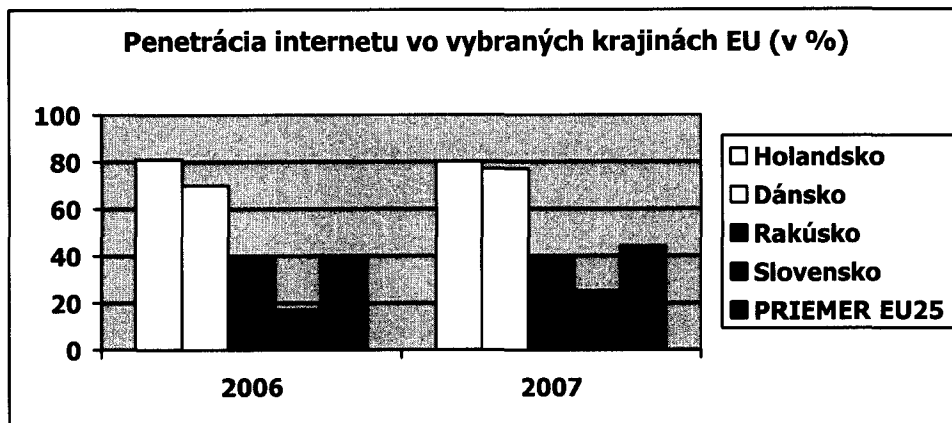
Graf 1: Využitie internetu za posledných 12 mesiacov (Zdroj: MML, 1-4 kvartál r. 2007):



Graf 2: Penetrácia internetu v slovenských domácnostiach (Zdroj: MML, 2005-2007):



Graf 3: Penetrácia internetu v krajinách Európskej únie (Zdroj: Eurobarometer / vlna 66.3, 2007):



OPIS má záujem sprístupniť úrady a inštitúcie štátnej správy všetkým občanom. To znamená, že z hľadiska ideálneho zacielenia kampane, teda tak, aby oslovila skutočne najširšiu verejnosť sa síce môže zdať, že kľúčovými skupinami budú tie, ktoré internet dobre poznajú, a ktoré ho pravidelne využívajú, avšak práve vzhľadom na stále vysoký počet ľudí nepožívajúcich internet, je potrebné, aby kampaň dokázala presvedčiť práve nepoužívateľov internetu o výhodách informatizácie spoločnosti a verejnej správy. Zároveň bude mať zviditeľnenie OPIS-u v celom spektre slovenskej populácie pozitívny vplyv na vnímanie štátu a vlády verejnosťou, najmä po tom, ako si skutočne všetci ľudia na Slovensku uvedomia, že zásluhou vlády sa im život v mnohých aspektoch značne uľahčí.

Cieľom kampane je informovanie a zasiahanie povedomia najširšej verejnosti o existencii a benefitoch OPIS-u. V prípade, že by kampaň bola koncipovaná príliš sofistikovane, mohlo by hroziť nebezpečenstvo, že by ľudia – teda predovšetkým tí, ktorí nemajú osobnú skúsenosť s internetom - neporozumeli všetkým pozitívam nového operačného programu resp., že by na nich kampaň pôsobila ako niečo, čo sa ich netýka. To by znamenalo jednoznačne neefektívne nakladanie so štátnymi prostriedkami a celkom iste by malo neželaný efekt.

Na to, aby sme získali pozitívne povedomie a znalosť verejnosti o OPIS-e, je potrebné verejnosti explikatívne a edukatívne vysvetliť, že OPIS bude mať pre ich život veľký a predovšetkým pozitívny význam. Podstata a očakávané dôsledky OPIS-u musia byť jednoznačne pochopiteľné – chceme každému občanovi Slovenska doručiť správu, že OPIS je relevantný konkrétne pre jeho či jej život, nielen „zahmlene“ hovoriť o tom, že bude prospešný pre celú slovenskú verejnosť.

Kampaň založená na jednoduchom princípe zdôraznenia kontrastu medzi negatívnym súčasným a pozitívnym budúcim, dokáže OPIS-u zabezpečiť širokú akceptáciu verejnosťou, pretože, ak občania sami sebe položia otázku „čo z toho mám?“, ich odpoveď bude znieť, že „s OPIS-om budem mať všetko na dosah“. Princíp zdôraznenia kontrastu medzi súčasným zdĺhavým, život strpčujúcim a ničím

neulahčujúcim systémom, v ktorom dominujú známosti, nekonečné čakania a nedostatočná informovanosť a novým, rýchlym, prehľadným systémom, v ktorom bude „**všetko na dosah**“, dokáže nielen jasne poukázať na nevyhnutnosť informatizácie slovenskej spoločnosti, ale aj presvedčiť najširšiu verejnosť o tom, že táto zmena im prinesie jednoznačne pozitívne dôsledky. Slováci sa ľahšie dokážu stotožniť s tým, keď im niekto rozpráva o tom, ako ťažko sa dá na našich úradoch niečo vybaviť a ako dlho to trvá, než sa snažiť sa ich presvedčiť, že vďaka niečomu pre nich neznámemu a vzdialenému sa im bude jednoduchšie žiť. Princíp porovnania dokáže ľuďom veľmi jednoducho a explikatívne vysvetliť všetky výhody OPIS-u, a o to nám predsa ide.

Kampaň navrhujeme realizovať tak, že bude mať svoju tvár – hlavného predstaviteľa, ktorého príbeh bude jednotiacim prvkom celej kampane. Kampaň sa tak stane konzistentnou a integrovanou.

Komunikačnú stratégiu OPIS-u v jej kreatívnej exekúcii artikulujeme na príbehu človeka, ktorý tak dá kampani individualizovaný, personalizovaný rozmer a súčasne sa stane tvárou tejto kampane. Ako tvár kampane navrhujeme použiť človeka vo veku, ktorý je podľa „samozrejmeho“ vnímania užívateľov internetu výrazne vyšší. Zámerom použiť človeka v takomto veku, je akceptovateľným a uveriteľným spôsobom povedať hlavne terajším neužívateľom internetu (čo sú ľudia v porovnateľnom veku ako je hlavná tvár kampane), že naozaj aj oni budú mať pozitívny úžitok z tohto programu.

Konzistenciu a mieru integrovanosti kampane ďalej posilníme aj tým, že okrem ľudskej tváre hlavného predstaviteľa kampane budeme v každom komunikačnom kanále používať ikonografický hlavný symbol, ktorým je tlačidlo Enter na klávesnici počítača spolu s claimom „**VŠETKO na dosah**“. Rovnako budeme používať aj logá OPIS-u, Úradu vlády a Európskeho fondu regionálneho rozvoja.

ZHRNUTIE

Cieľová skupina	Celá populácia Slovenskej republiky (súčasní užívatelia internetu, nepoužívatelia)
Hlavná správa kampane	Všetko na dosah
Emocionálny benefit – význam, ktorý kampaň vytvorí v myšliach cieľovej skupiny	S informatizáciou bude všetko pohodlné; už nebudem musieť trpieť žiadne čakanie, skončila sa moja frustrácia z úradov.
Funkčný benefit – podpora pre takto budovaný význam kampane	Súčasný systém založený na nevyhnutnosti fyzickej prítomnosti na úradoch štátnej správy bude nahradený pohodlným prístupom cez internet.
Ikonografia – hlavná symbolika kampane	Tlačidlo Enter na klávesnici počítača s nápisom SK a mottom „Všetko na dosah“

Stratégia direct marketingových kampaní a PR komunikácie

Základné zdôvodnenie aktivít:

V zmysle schváleného Komunikačného plánu OPIS sa medzi strategické ciele zaraďuje aj zvýšenie „povedomia verejnosti o informatizácii“, či dosiahnutie podpory „kľúčových verejných inštitúcií pre ciele definované v OPIS“. Za týmto účelom navrhujeme realizáciu nasledujúcich komunikačných a PR aktivít, ktoré reflektujú jednotlivé ciele KP OPIS.

Aktivity:

1. Riadenie vzťahov s verejnosťou

Významným prvkom riadenia vzťahov s verejnosťou bude organizácia pravidelných tematických podujatí pre odbornú ICT verejnosť a médiá. Každý mesiac by sa malo konať jedno takéto podujatie, vždy k vopred pripravenej a naplánovanej téme (stav implementácie, prioritné osi OPIS, opatrenia, štúdie uskutočniteľnosti, výzvy, projekty, IS ako horizontálna priorita). Je možné, že v niektorých špecifických prípadoch dôjde k spojeniu obidvoch týchto cieľových skupín. Cieľom bude v zmysle KP OPIS „nakloniť si ju na našu stranu a dosiahnuť jej podporu pri realizácii“ a „urobiť z nej významného partnera v sprostredkovaní a šírení informácií verejnosti a prijímateľom pomoci“.

1.1 Vzťahy s odbornou ICT verejnosťou

Významným prvkom pri implementácii OPIS je odborná info-komunikačná verejnosť, predovšetkým neziskové a profesijné organizácie (ITAS, ATO, CTF, ARTO, SSSI, SKOSI, ITSMF, eSlovensko, SES, ZEP), akademická obec, odborná ICT komunita z verejnej správy (napr. v ZMOS a ÚMS), v špecifických prípadoch aj médiá.

1.2 Vzťahy s médiami

Kľúčovým faktorom pri komunikácii s verejnosťou, ale aj potenciálnymi prijímateľmi pomoci z OPIS budú médiá. Predpokladáme realizáciu stretnutí s vybranými novinármi prostredníctvom priebežných stretnutí (napr. pracovné raňajky), ale aj osobných bilaterálnych stretnutí. Pripraví sa adresár cieľovej skupiny novinárov. Bude sa brať do úvahy aj atraktivnosť vybraných tém OPIS pre isté typy médií. Špecifickú úroveň bude mať spolupráca s mediálnymi partnermi – portál EurActiv.sk, mesačník Euroreportplus, portál Geoinformatika.sk, internetový denník INET.SK, tlačová agentúra SITA.

2. Konzultácie

Riadiacemu orgánu OPIS budeme priebežne poskytovať konzultačné služby zamerané predovšetkým na:

- poradenstvo pri realizácii Komunikačného plánu OPIS a jednotlivých komunikačných a PR aktivít,
- poradenstvo pri prezentovaní jednotlivých odborných tém v nadväznosti na prioritné osi a opatrenia OPIS,
- poradenstvo pri vytípaní best practices a úspešných projektov na komunikáciu pre prijímateľov pomoci (z krajín EÚ i zo Slovenska),
- poradenstvo pri výbere komunikačných aktivít a vhodných typov médií.

3. Vlastné mediálne aktivity

Predpokladáme v nadväznosti na schválený mediaplán KP OPIS písanie vlastných PR článkov o OPIS, prípravu tlačových správ k vopred dohodnutým alebo aktuálnym témam, spoluprácu pri príprave textov dôležitých verejných vystúpení predstaviteľov Riadiaceho orgánu OPIS. Pri realizácii mediálnych aktivít budeme úzko spolupracovať aj s mediálnymi partnermi: EurActiv.sk, Euroreportplus, Geoinformatika.sk, INET.SK, SITA.

4. Elektronický OPIS newsletter (Direct marketing)

Predpokladáme raz mesačne vydávanie elektronického OPIS newslettera v pdf formáte, ktorý bude prioritne zasielaný týmto **cieľovým skupinám**: potenciálni prijímatelia pomoci OPIS (ústredné orgány štátnej správy, územná samospráva), regionálne rozvojové agentúry, ICT organizácie, médiá. Spracujeme mailing list a budeme ho aktualizovať. Newsletter bude tiež k dispozícii na stránkach www.opis.gov.sk a www.informatizacia.sk.

Newsletter bude mať zhruba nasledujúci **obsah**: aktuálne informácie o implementácii OPIS (podľa prioritných osí a jednotlivých opatrení), výsledky štúdií realizovateľnosti OPIS, prehľad výziev na predkladanie projektov, best practices/úspešné projekty, poradenstvo pri príprave projektov.

5. Krízová komunikácia

Priebežne budeme monitorovať všetky témy súvisiace s implementáciou OPIS a preventívne vyhodnocovať možné témy pre krízovú komunikáciu. V prípade vzniku krízovej komunikácie poskytneme súčinnosť RO OPIS pri vysvetľovaní (komunikovaní) danej krízovej situácie.

Prieskum verejnej mienky

Cieľ prieskumu:

Cieľom prieskumu je získať nezávislé relevantné informácie o miere informovanosti občanov SR a zástupcov úradov a inštitúcií verejnej správy a samosprávy o projekte „Operačný program Informatizácia spoločnosti“ pred a po informačnej kampani k tomuto projektu.

Cieľová skupina:

- A - Občania Slovenska
- B - Úrady a inštitúcie verejnej správy a samosprávy
- C – Novinári

Predmet prieskumu:

PRE -TEST

Zistiť u cieľových skupín informácie o:

- miere znalosti značky OPIS – branding OPIS
- miere priradenia značky OPIS k Úradu vlády SR
- miere vedomostí a informovanosti o existencii projektu OPIS (hlavné poslanstvá a ciele)
- miere znalosti prínosov z realizácie projektov OPIS
- názoroch novinárskej obce na projekt OPIS a možnosti informovanosti o ňom

POST -TEST

Zistiť u cieľových skupín informácie o:

- miere znalosti značky OPIS – branding OPIS
- miere priradenia značky OPIS k Úradu vlády SR
- miere vedomostí a informovanosti o existencii projektu OPIS (hlavné poslanstvá a ciele)
- miere znalosti prínosov z realizácie projektov OPIS
- názoroch novinárskej obce na projekt OPIS a možnosti informovanosti o ňom

Výskumné riešenie:

KVANTITATÍVNY VÝSKUM

Technika: OMNIBUS - cieľová skupina „Občania SR“

Reprezentatívny sociologický kvantitatívny výskum na základe štandardizovaného rozhovoru, odpovede sú zapisované do tlačenej verzie dotazníka. Zber dát bude vykonaný prostredníctvom siete špeciálne vyškolených anketárov.

Forma zberu dát: face-to-face

Veľkosť vzorky: 1000 respondentov, reprezentatívna vzorka obyvateľov SR

Vekové rozpätie: 18+

Typ výberu výskumnej vzorky: kvótny – reprezentatívny

Triediace znaky: pohlavie, vek, vzdelanie, veľkosť bydliska, povolanie, typ rodiny, počet osôb v domácnosti, príjem na osobu

Kontrola terénnej fázy: logická kontrola dát, dvojité vkladanie do PC

Navrhovaný počet otázok: 3-5, v znení schválenom zadávateľom

Technika: CATI – cieľová skupina „Inštitúcie“

Kvantitatívny výskum na základe štandardizovaného rozhovoru, odpovede sú zapisované do elektronickej verzie dotazníka. Zber dát bude vykonaný prostredníctvom špeciálne vyškolených anketárov – teleoperátorov.

Cieľová skupina: Úrady a inštitúcie verejnej správy a samosprávy

Počet telefonických rozhovorov: 400 uskutočnených rozhovorov

Štruktúra oslovených firiem: na základe typu a lokality

Počet otázok v rozhovore: 10 + 4 identifikačné

Trvanie 1 rozhovoru: do 20 min. (približne)

Ponúkané súvisiace služby: denný reporting, priebežný monitoring

KVALITATÍVNY VÝSKUM

Technika: Focus group - cieľová skupina „novinári“

Ide o riadenú skupinovú diskusiu príslušníkov cieľovej skupiny, vedenú špeciálne školeným moderátorom. Trvá cca 2 hodiny, počet účastníkov je 8-10. Prebieha podľa vopred schváleného scenára (guide), ktorého súčasťou sú psycho-projektívne techniky. Priebeh môže klient sledovať vo vedľajšej miestnosti cez datavideoprojekciu. Priebeh sa zároveň zaznamenáva na DVD záznam, ktorý klient obdrží ihneď po skončení diskusie. Zároveň sa poskytuje debrief (odborné zhodnotenie) moderátora s klientom ihneď po skončení. Z priebehu focus group sa spracuje písomný Report.

Výstupy z výskumu:

Report - písomná záverečná správa v slovenskom jazyku (publikácia, 2 ks)

Report v elektronickej podobe (CD, 2 ks)

Osobná prezentácia výsledkov u zadávateľa výskumu (MS PowerPoint, 1x)

Štruktúra Reportu (rozsah cca 40 - 70 strán):

Informácia o priebehu výskumu

Metodika

Výsledky OMNIBUS a CATI

Obsahová analýza Focus Group, ilustrovaná autentickými citátmi výrokov respondentov

Súhrn

Odporúčania

Sumár k návrhu mediálnej a propagačnej kampane

Projekt OPIS má záujem sprístupniť úrady a inštitúcie štátnej správy všetkým občanom. Cieľom kampane je informovanie a zasiahanie povedomia najširšej verejnosti o existencii a benefitoch OPIS-u. Na to, aby sme získali pozitívne povedomie a znalosť verejnosti o OPIS-e, je potrebné verejnosti explikatívne a edukatívne vysvetliť, že OPIS bude mať pre ich život veľký a predovšetkým pozitívny význam. Podstata a očakávané dôsledky OPIS-u musia byť jednoznačne pochopiteľné – chceme každému občanovi Slovenska doručiť správu, že OPIS je relevantný konkrétne pre jeho či jej život, nielen „zahmlene“ hovoriť o tom, že bude prospešný pre celú slovenskú verejnosť.

Kampaň založená na jednoduchom princípe zdôraznenia kontrastu medzi negatívnym súčasným a pozitívnym budúcim, dokáže OPIS-u zabezpečiť širokú akceptáciu verejnosťou, pretože, ak občania sami sebe položia otázku „čo z toho mám?“, ich odpoveď bude znieť, že „s OPIS-om budem mať všetko na dosah“.

Kampaň navrhujeme realizovať tak, že bude mať svoju tvár – hlavného predstaviteľa, ktorého príbeh bude jednotiacim prvkom celej kampane. Kampaň sa tak stane konzistentnou a integrovanou. Komunikačnú stratégiu OPIS-u v jej kreatívnej exekúcii artikulujeme na príbehu človeka, ktorý tak dá kampani individualizovaný, personalizovaný rozmer a súčasne sa stane tvárou tejto kampane. Ako tvár kampane navrhujeme použiť človeka vo veku, ktorý je podľa „samozrejmeho“ vnímania užívateľov internetu výrazne vyšší. Zámerom použiť človeka v takomto veku, je akceptovateľným a uveriteľným spôsobom povedať hlavne terajším neužívateľom internetu (čo sú ľudia v porovnateľnom veku ako je hlavná tvár kampane), že naozaj aj oni budú mať pozitívny úžitok z tohto programu.

Konzistenciu a mieru integrovanosti kampane ďalej posilníme aj tým, že okrem ľudskej tváre hlavného predstaviteľa kampane budeme v každom komunikačnom kanále používať ikonografický hlavný symbol, ktorým je tlačidlo Enter na klávesnici počítača spolu s claimom „**VŠETKO na dosah**“. Rovnako budeme používať aj logá OPIS-u, Úradu vlády a Európskeho fondu regionálneho rozvoja.

Kampaň bude komunikovaná v nasledujúcich nadlinkových médiách: televízia, internet, inzercia a rozhlas. Čo sa týka televízie, do mediaplánu sme vybrali Jednotku a TA3. Pri výbere konkrétnych televízií sme brali do úvahy cenové podmienky, štruktúru divákov, verejnoprávny charakter. Počas roka 2009 budú odvysielané TV spoty s dĺžkou 40 sekúnd, vďaka ktorým sa odkomunikujú potrebné aktuálne informácie a konkrétne výzvy opakovane. Z rozhlasových staníc sme vybrali rádio Slovensko a rádio OKEY, ktoré spĺňajú naše kritériá ohľadom cenových podmienok, štruktúry divákov a verejnoprávneho charakteru. Internet nám umožní objednať si potrebný počet videní, kombinujeme bannery s PR článkami. Inzercia je určená na zverejňovanie konkrétnych výziev, preto ju odporúčame uverejniť cielene v špecializovaných médiách (Hospodárske noviny, Profit, Komunálne financie, Eurofondy...). Pre lepšiu zásah a vyšší počet uverejnení odporúčame využiť polstranový formát inzercie. Kreatíva

umožňuje prispôbiť celostránku práve na takýto formát. Okrem inzercie ponúkame aj priestor v tlači na PR články, ktoré umožňujú poskytnúť viac informácií.

Významným prvkom riadenia vzťahov s verejnosťou bude organizácia pravidelných tematických podujatí pre odbornú ICT verejnosť a médiá. Každý mesiac by sa malo konať jedno takéto podujatie, vždy k vopred pripravenej a naplánovanej téme (stav implementácie, prioritné osi OPIS, opatrenia, štúdie uskutočniteľnosti, výzvy, projekty, IS ako horizontálna priorita). Cieľom bude v zmysle KP OPIS „nakloniť si ju na našu stranu a dosiahnuť jej podporu pri realizácii“ a „urobiť z nej významného partnera v sprostredkovaní a šírení informácií verejnosti a prijímateľom pomoci“.

Kľúčovým faktorom pri komunikácii s verejnosťou, ale aj potenciálnymi prijímateľmi pomoci z OPIS budú médiá. Predpokladáme realizáciu stretnutí s vybranými novinármi prostredníctvom priebežných stretnutí (napr. pracovné raňajky), ale aj osobných bilaterálnych stretnutí.

Okrem spomínaných aktivít predpokladáme raz mesačne vydávanie elektronického OPIS newslettera v pdf formáte, ktorý bude prioritne zasielaný týmto cieľovým skupinám: potenciálni prijímatelia pomoci OPIS (ústredné orgány štátnej správy, územná samospráva), regionálne rozvojové agentúry, ICT organizácie, médiá. Spracujeme mailing list a budeme ho aktualizovať. Newsletter bude tiež k dispozícii na stránkach www.opis.gov.sk a www.informatizacia.sk.

Newsletter bude mať zhruba nasledujúci obsah: aktuálne informácie o implementácii OPIS (podľa prioritných osí a jednotlivých opatrení), výsledky štúdií realizovateľnosti OPIS, prehľad výziev na predkladanie projektov, best practices/úspešné projekty, poradenstvo pri príprave projektov.

Pre zistenie úspešnosti a zásahu kampane navrhujeme prieskum verejnej mienky, ktorý bude cielený na 3 skupiny – občanov, Úrady a inštitúcie verejnej správy a samosprávy a novinárov. Pre každú z týchto cieľových skupín využijeme iné výskumné riešenie, ktoré je práve pre tú ktorú skupinu najvhodnejšie.

Ako doplnok ku komunikácii v nadlinkových médiách navrhujeme nasledujúce komunikačné a propagačné materiály:

Perá:

- exkluzívne bombičkové pero zo strieborného materiálu 3 micronové
- postriebrené pero – guličkové
- gravírované alebo potlačené logom

USB pero

Jedinečná kombinácia pera a USB kľúča s potlačou

Prestigio Dada Safe – 180GB

Je odetý v štýlovej čiernej alebo hnedej kože. Produkt kombinuje luxusný design a vysoký výkon a bezpečnosťou dát. Koža bude brandovaná podľa požiadaviek klienta.

M2F48LP1

Philips Swarovski Active Crystals Lock Out Sk

Philips Swarovski Active Crystals USB kľúč Heart Beat

Silver Shade osadených technikou Ceralun. Je to štýlový klenot v krásne vyleštenej nehrdzavejúcej oceli a zároveň nádherný náhrdelník a úložné puzdro.

Vďaka ochrane heslom vrátane 256-bitového šifrovania AES budú vaše cenné údaje chránené pred nepovoleným prístupom, a to jednoduchým použitím hesla. Štýl a jednoduchosť sa pôvabne spájajú s leskom krištáľov vďaka súprave krištáľov

Značkové tričká HANNES

Dámska a pánska polokošeľ s krátkym rukávom, 3 gombíkmi, 100 % bavlna piqué, 180g/m². Nášivka 3D logo.

Foller – Bannerfix

Konštrukčne najjednoduchší display skladajúci sa z hliníkovej podpornej nohy a zadnej napínacej tyče. Jednoduchá výmena panelu vďaka „click“ lištám. Je ideálny pre produktové prezentácie, sales promotion a do predajní. Kvalitu a funkčnosťou ide o špičkový produkt.

Náramkové hodinky

Značkové dámske aj pánske hodinky, zabalené v elegantnej krabičke s potlačou.

Sumár k flash banneru

Internetový banner využíva fotografie z TV spotu. Znovu ide o zjednodušenú výpoveď muža, posolstvo je však zjednodušené a prispôbené internetu, bannerový preklik odkazuje na domovskú stránku OPIS so všetkými údajmi.

Vo flash banneri, rovnako ako v celej kampani používame motto VŠETKO NA DOSAH a hlavný grafický prvok - klávesnicu ENTER/SK, čo prináša synergický efekt a uľahčuje rozpoznateľnosť kampane.

Infostánok



Sumár k infostánku

Infostánok je riešený funkčne a zároveň je vizuálne prepojený s kreatívou celou kampanou. Pre prípadných záujemcov je pripravených 6 stoličiek s 2 konferenčnými stolíkmi. Na protíahlých stenách sú umiestnené plazmové obrazovky a stojany na letáky. Celý priestor je dostatočne a zaujímavo osvetlený.

Navrhnuté riešenie infostánku obsahuje všetky požadované prvky - registrované logo OPIS, informáciu o vnútroštátnom vykonávacom orgáne OPIS, t. j. o Úrade vlády Slovenskej republiky, logo EÚ a informáciu o spolufinancovaní z Európskeho fondu regionálneho rozvoja. Všetky logá (logo OPIS, logo Úradu vlády SR, logo EÚ, logo ERDF) sa budú postupne vylínať na plazmových obrazovkách. Zároveň je v infostánku umiestnené motto „Všetko na dosah“ vizuálne spojené s klávesou Enter, čo je zároveň prvok spájajúci celú kampaň.

Príloha č. 3 – Budget split

C. Realizácia vzťahov s verejnosťou, PR, strategická a realizácia komunitných aktivít				
	vzťah s odbornou verejnosťou, tematické podujatia, prezentácia projektov	594 695 SK	19 740,26 €	
	písanie PR, TS, prezentácií, prejavov	680 000 SK	22 571,86 €	
	konzultácie + realizácia KP, príprava prezentácií projektov	933 333 SK	30 980,98 €	
	krízová komunikácia	186 667 SK	6 196,21 €	
	media relations	533 333 SK	17 703,41 €	
	monitoring a jeho analýza	100 000 SK	3 319,39 €	
Spolu C		3 028 028 SK	100 512,12 €	
D. Spracovanie stratégie marketingu, profesionálna a realizácia internetových stránok				
	návrh a realizácia media plánu a použitých komunikačných nástrojov pre jednotlivé cieľové skupiny OPIS, sledovanie a spracovanie analýz dosahovania požadovaného zásahu cieľových skupín OPIS	11 611 801 SK	385 441 €	
Spolu D		11 611 801 SK	385 441 €	
E. Spracovanie stratégie marketingu, profesionálna a realizácia internetových stránok				
	TV a rádio spoty	3 334 594 SK	110 688,24 €	
	inzercia, tlačoviny, flash banner, príp. outdoor	200 000 SK	6 638,78 €	
Spolu E		3 534 594 SK	117 327,03 €	
F. Spracovanie stratégie marketingu, profesionálna a realizácia internetových stránok				
	kreatíva, databáza, rozposielanie/adresovanie príp. poštová manipulácia	990 000 SK	32 861,98 €	
Spolu F		990 000 SK	32 861,98 €	

A/ Vypracovanie stratégie budovania značky OPIS a realizácia stratégie pre jednotlivé cieľové skupiny			
	Vypracovanie stratégie budovania značky OPIS a realizácia stratégie pre jednotlivé cieľové skupiny	100 000 SK	3 319,39 €
Spolu A		100 000 SK	3 319,39 €
B/ Príslušným verejnej mienky		1 120 000 SK	37 177,19 €
Spolu B		1 120 000 SK	37 177,19 €
C/ Vypracovanie dizajnu manuálu komunikačných a propagačných materiálov			
	vzťah s odbornou verejnosťou, tematické podujatia, prezentácia projektov	283 000 SK	9 393,88 €
	písanie PR, TS, prezentácií, prejavov	336 500 SK	11 169,75 €
	konzultácie + realizácia KP, príprava prezentácií projektov	360 000 SK	11 949,81 €
	krízová komunikácia	66 000 SK	2 190,80 €
	médi relations	210 000 SK	6 970,72 €
	monitoring a jeho analýza	49 472 SK	1 642,17 €
Spolu C		1 304 972 SK	43 317,13 €
D/ Vypracovanie dizajnu manuálu komunikačných a propagačných materiálov			
	design manuál komunikačných materiálov, bez tlače komunikačných materiálov	150 000 SK	4 979,09 €
	dodanie propagačných materiálov, okrem vlastného návrhu komunikačných a propagačných materiálov musí návrh zahŕňať aj komunikačné a propagačné materiály zadefinované v Komunikačnom pláne OPIS v časti Indikatívny harmonogram	2 720 000 SK	90 287,46 €
Spolu D		2 870 000 SK	95 266,55 €
E/ Príslušným verejnej mienky			
	Návrh a realizácia infostánku	800 000 SK	26 555,14 €
Spolu E		800 000 SK	26 555,14 €
Spolu G		800 000 SK	26 555,14 €

OPIS

Planned Media Comm

Timing: 28.2.-31.12.2009
T.A.: 14+

4 461 140 inhabitants

100% of all 14+

Media Mix	Format	Price (CPR)	Rating TRPs	Rating GRPs	Total planned	Gross SKK	Discount %	Net SKK	Ag-discount %	Net Net SKK	TRPs	GRPs	T.A.I.	CPP SKK	CPT SKK	Share Of Spending (SK)	
TV	STV, pocket GRPs maroc	40"	1.0	1.0	163	7 974 714 SK	51%	3 873 540 SK	15%	3 282 809 SK	163	163	1.00	23 764 SK	533 SK	Share Of Voice (TRPs)	
	STV, pocket GRPs sept., okt.	40"	1.0	1.0	160	7 827 940 SK	41%	4 629 765 SK	15%	3 935 900 SK	160	160	1.00	28 936 SK	649 SK		
	TA3, pocket spolov	40"	1.0	1.0	168	1 896 799 SK	20%	1 517 439 SK	15%	1 289 823 SK	168	168	1.00	9 032 SK	202 SK		
Radio	SRO, 6.00-13.00	30"	4.4	4.4	16	274 749 SK	15%	233 537 SK	15%	198 506 SK	70	70	1.00	3 317 SK	74 SK	Share Of Voice (TRPs)	
	SRO, 13.00-16.00	30"	2.7	2.7	16	226 648 SK	15%	192 565 SK	15%	163 661 SK	43	43	1.00	4 488 SK	100 SK		
	OKEY 9.00-12.00	30"	1.8	1.8	16	128 216 SK	15%	108 984 SK	15%	92 636 SK	29	29	1.00	3 784 SK	85 SK		
	OKEY 12.00-14.00	30"	1.4	1.4	16	120 022 SK	15%	102 019 SK	15%	86 716 SK	22	22	1.00	4 584 SK	102 SK		
	OKEY 14.00-15.00	30"	1.5	1.5	9	58 965 SK	15%	49 780 SK	15%	42 313 SK	14	14	1.00	3 687 SK	83 SK		
Internet	internet	spec	15.0	15.0	1	1 814 925 SK	13%	1 583 465 SK	15%	1 345 945 SK	15	15	1.00	105 564 SK	2 366 SK	Share Of Voice (TRPs)	
Priority	HN	PR 1/2 4c H	81 611 SK	3.0	3.0	1	81 611 SK	5%	77 531 SK	15%	65 901 SK	3	3	1.00	25 844 SK	579 SK	Share Of Voice (TRPs)
	Profit	PR 1/2 4c H	55 010 SK	0.6	0.6	2	110 020 SK	5%	104 519 SK	15%	88 941 SK	1	1	1.00	87 099 SK	1 952 SK	
	Europort	1/1 4c U2	85 000 SK	0.1	0.1	1	85 000 SK	15%	72 250 SK	15%	61 989 SK	0	0	1.00	849 999 SK	19 053 SK	
	Eurofondy	PR 1/2 4c H	27 113 SK	0.1	0.1	1	27 113 SK	15%	23 046 SK	15%	19 589 SK	0	0	1.00	230 464 SK	5 168 SK	
	Komunálne financie	PR 1/2 4c H	18 678 SK	0.1	0.1	1	18 678 SK	15%	16 076 SK	15%	15 876 SK	0	0	1.00	186 761 SK	4 187 SK	
	HN	PR 1/2 4c H	81 611 SK	2.0	2.0	5	408 057 SK	5%	387 654 SK	15%	329 506 SK	10	10	1.00	38 765 SK	869 SK	
	Komunálne financie	1/2 4c H	30 427 SK	0.1	0.1	1	152 336 SK	5%	129 316 SK	15%	120 912 SK	3	3	1.00	304 273 SK	6 821 SK	
	Profit	1/2 4c H	50 006 SK	0.6	0.6	5	250 046 SK	5%	237 544 SK	15%	201 912 SK	0	0	1.00	79 181 SK	1 775 SK	
	Europort	1/2 4c H	36 366 SK	0.1	0.1	4	145 463 SK	15%	123 643 SK	15%	117 537 SK	1	1	1.00	363 557 SK	8 152 SK	
	Eurofondy	1/2 4c H	27 113 SK	0.1	0.1	6	162 890 SK	15%	139 278 SK	15%	117 537 SK	1	1	1.00	230 464 SK	5 168 SK	



*** Unimedia cannot guarantee media price changes during the approval process of the media plan, if it is longer than five working days

Budget Total

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

	Gross	Discount	Net	Ag-discount	Net Net	TRPs	GRPs	T.A.I.	CPP	CPT	Reach	OTS/OTH	S.O.V.	S.O.S.
TV	17 699 453 SK	43.4%	10 020 714 SK	15.0%	8 517 633 SK	491	491	1.0	20 409 SK	457 SK	70%	73%		
Radio	898 700 SK	15.0%	686 865 SK	15.0%	593 852 SK	178	178	1.0	3 852 SK	86 SK	25%	5%		
Internet	1 814 925 SK	12.8%	1 583 465 SK	15.0%	1 345 945 SK	15	15	1.0	105 564 SK	2 366 SK	2%	12%		
Priority	1 440 805 SK	4.9%	1 369 849 SK	15.0%	1 164 372 SK	19	19	1.0	72 097 SK	1 616 SK	3%	10%		
	21 783 282 SK	37%	13 950 943 SK	15%	11 611 807 SK	703	703	1.0	19 424 SK	435	89%	7.9		

Client net net	11 611 807 SK
Agency fee (%)	1.80%
Agency fee (SK)	21 894 804 SK
Client net net (incl. 19% VAT)	13 910 043 SK

* Nacaso vanie medií bude závislé od timingu jednotlivých výzev.

OPIS

Planned Media Communication

Timing: 28.2.31.12.2009
 T.A.: 14+
 4 461 140 inhabitants 100% of all 14+

ver. 7.2

Media Mix

Media Mix	Format	Price (C/P)	Rating TRPs	GRPs	Total planned	Gross EUR	Discount %	Net EUR	Ag. discount %	Net Net EUR	TRPs	GRPs	T.A.I.	CPP EUR	CPT EUR	Share Of Spending (Sk)
TV	STV, podst GRPs marc	789 €	1.0	1.0	163	264 712.0 €	51%	128 578.0 €	15%	109 291.3 €	163	163	1.00	788.8 €	17.7 €	TV 100%
	STV, podst GRPs sept. okt	961 €	1.0	1.0	180	258 840.0 €	41%	153 880.0 €	15%	130 628.0 €	160	160	1.00	980.5 €	21.5 €	
	TA3, podst spokov	375 €	1.0	1.0	188	82 952.2 €	20%	50 988.8 €	15%	42 874.3 €	188	188	1.00	299.8 €	6.7 €	
	SRO, 6.00-13.00	570 €	4.4	4.4	18	9 120.0 €	15%	7 782.0 €	15%	6 588.2 €	70	70	1.00	110.1 €	2.5 €	
Radio	SRO, 13.00-16.00	470 €	2.7	2.7	16	7 520.0 €	15%	6 392.0 €	15%	5 433.2 €	43	43	1.00	148.0 €	3.3 €	Share Of Voice (TRPs)
	OKEY 9.00-12.00	266 €	1.8	1.8	18	4 266.0 €	15%	3 617.6 €	15%	3 075.6 €	29	29	1.00	125.6 €	2.8 €	
	OKEY 12.00-14.00	248 €	1.4	1.4	16	3 984.0 €	15%	3 386.4 €	15%	2 878.4 €	22	22	1.00	151.2 €	3.4 €	
	OKEY 14.00-15.00	216 €	1.5	1.5	9	1 944.0 €	15%	1 662.4 €	15%	1 404.5 €	14	14	1.00	122.4 €	2.7 €	
Internet	Internet	60 244 €	15.0	15.0	1	60 244.5 €	13%	52 561.4 €	15%	44 677.2 €	15	15	1.00	3 504.1 €	78.5 €	TV 100%
	Spec	60 244 €	15.0	15.0	1	60 244.5 €	13%	52 561.4 €	15%	44 677.2 €	15	15	1.00	3 504.1 €	78.5 €	

Partners

Partner	Code	Price	Rating	GRPs	Total planned	Gross EUR	Discount %	Net EUR	Ag. discount %	Net Net EUR	TRPs	GRPs	T.A.I.	CPP EUR	CPT EUR
HN	PR 1/2 4c H	2 709 €	3.0	3.0	1	2 709.0 €	5%	2 573.6 €	15%	2 187.5 €	3	3	1.00	857.9 €	19.2 €
	PR 1/2 4c H	1 826 €	0.6	0.6	2	3 652.0 €	5%	3 469.4 €	15%	2 949.0 €	1	1	1.00	2 891.2 €	84.9 €
Europort	PR 1/1 4c UZ	2 821 €	0.1	0.1	1	2 821.5 €	15%	2 398.3 €	15%	2 060.3 €	0	0	1.00	28 214.9 €	632.5 €
	PR 1/2 4c H	900 €	0.1	0.1	1	900.0 €	15%	765.0 €	15%	650.3 €	0	0	1.00	7 650.0 €	171.5 €
Kommunale finance	PR 1/2 4c H	620 €	0.1	0.1	1	620.0 €	15%	527.0 €	15%	452.0 €	0	0	1.00	6 200.0 €	139.0 €
	PR 1/2 4c H	2 709 €	2.0	2.0	5	13 545.0 €	5%	12 867.8 €	15%	10 937.6 €	10	10	1.00	1 286.8 €	28.8 €
Kommunale finance	PR 1/2 4c H	1 010 €	0.1	0.1	5	5 050.0 €	15%	4 292.5 €	15%	3 652.3 €	1	1	1.00	10 100.0 €	226.4 €
	PR 1/2 4c H	1 880 €	0.6	0.6	5	8 200.0 €	5%	7 885.0 €	15%	6 792.3 €	3	3	1.00	2 628.3 €	58.9 €
Europort	PR 1/2 4c H	1 207 €	0.1	0.1	4	4 828.5 €	15%	4 104.2 €	15%	3 484.2 €	0	0	1.00	12 071.2 €	270.6 €
	PR 1/2 4c H	900 €	0.1	0.1	6	5 400.0 €	13%	4 590.0 €	15%	3 901.5 €	1	1	1.00	7 650.0 €	171.5 €

Notes:

*** Unmedia cannot guarantee media price changes during the approval process of the media plan, if it is longer than five working days

Budget Total	Gross	Discount	Net	Ag. discount	Net Net	TRPs	GRPs	T.A.I.	CPP	CPT	Reach	OTS/OTH	S.O.V.	S.O.S
TV	587 514.2 €	43.4%	332 827.8 €	18.0%	282 733.6 €	481	491	1.0	677.4 €	15.2 €	70%	73%	70%	73%
Radio	28 824.0 €	15.0%	22 800.4 €	15.0%	19 380.3 €	178	178	1.0	127.9 €	2.9 €	25%	5%	5%	5%
Internet	80 244.5 €	12.9%	62 561.4 €	15.0%	44 677.2 €	15	15	1.0	3 504.1 €	78.5 €	2%	12%	2%	12%
Priority	47 826.0 €	4.9%	45 470.7 €	15.0%	38 650.1 €	18	18	1.0	2 383.2 €	53.6 €	3%	10%	3%	10%
Budget Total	722 408.6 €	37%	453 480.2 €	15%	385 441.2 €	703	703	1.0	644.8 €	14.5 €	89%	7.9		

Client net net: 385 441 €
 Agency fee (5%): 19 272.1 €
 Agency fee (S&T): 2 900.0 €
 Client to pay (incl. VAT): 385 441 €
 CPT (incl. 19% VAT): 488 871 €



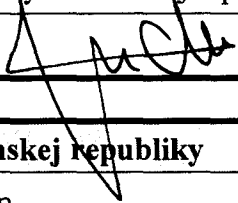
19 581,90 SK	20 000 000	20%	15%	1 300,00 €	39 163,80 SK	884,00 €	26 631,38 SK	603 881	540 347 856
	20 000 000			1 300,00 €	39 163,80 SK	884,00 €	26 631,38 SK	Zdroj: AllMonitor 11/08	

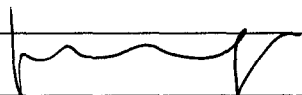
1 325,54 SK	525 000	10%	15%	23 100,00 €	695 910,60 SK	17 671,50 €	532 371,61 SK	164 333	4 435 385
700,13 SK	600 000	10%	15%	13 944,00 €	420 076,94 SK	10 667,16 €	321 358,86 SK	208 159	4 289 088
600,11 SK	600 000	10%	15%	11 952,00 €	360 065,95 SK	9 143,28 €	275 450,45 SK	175 569	1 365 266
1 656,93 SK	150 000	10%	15%	8 250,00 €	248 539,50 SK	6 311,25 €	190 132,72 SK	50 174	661 322
	1 875 000			57 246,00 €	1 724 583,00 SK	51 521,40 €	1 552 133,70 SK	Zdroj: AllMonitor 11/08	

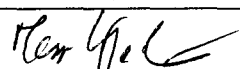
19 883,16 SK	1	100%	15%	660,00 €	19 883,16 SK	0,00 €	0,00 SK	210 926	3 586 773
13 999,85 SK	1	100%	15%	464,71 €	13 999,85 SK	0,00 €	0,00 SK	208 159	4 289 088
9 000,14 SK	1	100%	15%	298,75 €	9 000,14 SK	0,00 €	0,00 SK	175 569	1 365 266
8 284,65 SK	1	100%	15%	275,00 €	8 284,65 SK	0,00 €	0,00 SK	50 174	661 322
				1 698,46 €	51 167,81 SK	0,00 €	0,00 SK	Zdroj: AllMonitor 11/08	

	60 244,46 €	1 814 924,60 SK	44 677,19 €	1 345 945,03 SK
--	-------------	-----------------	-------------	-----------------

e súdovými!

Za Úrad vlády Slovenskej republiky	
Dátum:	23.12.2008
Meno:	Ing. Igor Federič
Funkcia:	vedúci Úradu vlády Slovenskej republiky
Podpis:	

Za Ministerstvo financií Slovenskej republiky	
Dátum:	23.12.2008
Meno:	Ing. Ján Počiatek
Funkcia:	minister
Podpis:	

Za Istropolitana D' Arcy, spol. s r.o.	
Dátum:	23/12/2008
Meno:	Mgr. Martin Polák
Funkcia:	konateľ spoločnosti
Podpis:	

ÚRAD VLÁDY SLOVENSKEJ REPUBLIKY
KONTROLNÝ LIST PREDBEŽNEJ FINANČNEJ KONTROLY

Vecne príslušný organizačný útvar Úradu vlády SR: RO OPIS

Predpokladaná celková suma v Sk:	25 359 395 Sk bez DPH, 30 202 200 Sk s DPH 841 777,70099 EUR bez DPH, 1 002 529,3766 EUR s DPH
----------------------------------	--

Pripravovaná finančná operácia: (popis, resp. príloha) Podpis zmluvy s reklamnou agentúrou

Zdôvodnenie požiadavky: Víťazná firma bude zabezpečovať reklamné a propagačné aktivity pre Riadiaci orgán (ÚV SR) a Sprostredkovateľský orgán (MF SR) v rokoch 2008 a 2009 v zmysle schváleného Komunikačného plánu. Finančné prostriedky budú hradené v rámci OPIS, prioritná os 4.1, projektu technickej pomoci – NFP 21140120003,

Navrhovaný dodávateľ (adresa, zdôvodnenie výberu): Na základe spoločného verejného obstarávania ÚV SR a MF SR bol vybraný víťazný uchádzač.

Istropolitana DÁrcy, s.r.o.

Majerníkova 8

841 05 Bratislava

IČO: 313 213 30

IČ DPH: SK 2020345349

vedená v obchodnom registri Okresného súdu Bratislava I, v oddieli Sr., vložka č. 2596/B

**VYKONANIE PREDBEŽNEJ FINANČNEJ KONTROLY V SÚLADE S ČL. III, ods. 2
SMERNICE č.7/2004:**

I. Vecne príslušný organizačný útvar:

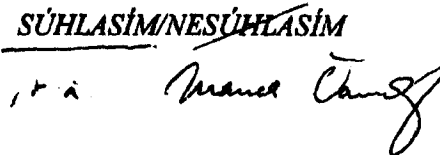
Meno a priezvisko: Ing. Dohnáliková Erna



Dátum a podpis: 19. 12. 2008

Predstavený (VÚV/VŠÚ/kancelárie/sekcie/odboru): SÚHLASÍM/NESÚHLASÍM

Meno, priezvisko a funkcia: Ing. Štefan Adamec



Dátum a podpis: 19.12. 2008

II. Ekonomický odbor:

Financie a rozpočet

1)

Text: Potvrdzujem, že finančná operácia je v súlade so schváleným rozpočtom ÚV SR.....

Meno a priezvisko: EMILIA GRANETČOVÁ
Dátum a podpis: 19. 12. 2008

Riaditeľ Ekonomického odboru: SÚHLASÍM/NESÚHLASÍM

Meno a priezvisko: M. EMILIA GRANETČOVÁ
Dátum a podpis: 19. 12. 2008

1) V prípade, že sa nejedná o schválené prostriedky zo štátneho rozpočtu, ale iné, predvolený text prečiarknuť a doplniť podľa skutočností.

III. Verejné obstarávanie: SÚHLASÍM/NESÚHLASÍM

Text: 319 391,82 bez DPH

Meno a priezvisko: Natasa Stebukova

Dátum a podpis: 23.12.2008

IV. Právne stanovisko k návrhu zmluvy: SÚHLASÍM/NESÚHLASÍM

Text: VVR kradu sumu k. 196 972 SK bez DPH

Meno a priezvisko: Michalina Ondrejova

Dátum a podpis: 23.12.08

1) V prípade, že sa nejedná o schválené prostriedky zo štátneho rozpočtu, ale iné, predvolený text prečiarknuť a doplniť podľa skutočnosti.