

## SPECIFIKACIJA

### 1. Osnovni podatki

Nacionalni inštitut za javno zdravje, v vlogi upravičenca za izvajanje projekta »Vzpostavitev interdisciplinarnega celostnega pristopa k odkrivanju in podpori pri opuščanju tveganega in škodljivega pitja alkohola med odraslimi prebivalci« (krajši naziv: Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola; v nadaljevanju: SOPA) na podlagi pogodbe št. C2711-17-031004 o sofinanciranju operacije "Vzpostavitev interdisciplinarnega celostnega pristopa k odkrivanju in podpori pri opuščanju tveganega in škodljivega pitja alkohola med odraslimi prebivalci" s kratkim nazivom »SOPA« (»Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola«) sklenjene med Ministrstvom za zdravje in Nacionalnim inštitutom za javno zdravje (v nadaljevanju NIJZ) z dne 17. 10. 2017, objavlja oddajo javnega naročila za kampanjo SOPA z ambasadorji.

### 2. Namen in cilj oddaje javnega naročila

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje že četrto leto izvajamo projekt SOPA - Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola, s ciljem vzpostaviti odgovoren odnos do pitja alkohola v slovenski družbi, kjer prevladuje mokra kultura. Čezmerno pitje je pri nas močno prisotno, kar kažejo tudi številke. Po podatkih naj bi skoraj vsak drugi odrasli prebivalec oz. prebivalka Slovenije pil tvegano.

V prvi polovici leta 2021 (marec, april) imamo v načrtu kampanjo z ambasadorji, ki bodo del več sklopov kampanje, ki lahko s svojo prepoznavnostjo in ugledom pomagajo doseči cilje projekta – osveščanje in spremembe. Po navadi se izberejo posamezniki, ki so mnenjski voditelji, ki so s svojim dozdajšnjim javnim udejstvovanjem pokazali, da zagovarjajo etična stališča in vrednote, na kakršnih temelji naš projekt, in s katerimi se lahko identificira večina ljudi v ciljni javnosti – ki pa je na SOPA projektu vsa odrasla populacija 18+.

Ambasadorji SOPA naj bi pri svojem pojavljanju v javnosti uporabili kar največ priložnosti za promocijo projekta oz. glavnih sporočil projekta: čim manj alkohola, ali nič; vsako pitje alkohola prinaša tveganje za zdravje; v primeru stiske alkohol ni rešitev; na voljo je več virov pomoči po Sloveniji; dobro se lahko imamo tudi brez alkohola; sprostitev lahko iščemo v športu, kulturi, druženju, ostalih hobijih; ...

Kampanja z ambasadorji bi zajemala pripravo TV oglasa, radijskega oglasa, fotografiranje za nalepke za mestne in primestne avtobuse po Sloveniji ter lastno aktivnost nekaterih ambasadorjev na svojih kanalih. Naš cilj je celotna kreativna in grafična podoba kampanje za TV, splet in avtobus oglaševanje ter priprava radijskih oglasov in zakup medijskega prostora tako na TV kot na spletu in na avtobusih. Predmet javnega naročila je tudi sodelovanje z ambasadorji.

#### 2.1 Osnovni podatki o projektu SOPA

Nacionalni inštitut za javno zdravje v okviru Operativnega programa za izvajanje kohezijske politike v programskem obdobju 2014 – 2020 izvaja projekt SOPA, katerega kratice pomenijo Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola, in sicer 9. prednostne osi »Socialna vključenost in zmanjševanje tveganja revščine«, prednostna naložba 9.1 »Aktivno

P-5 Specifikacija vključevanje, vključno s spodbujanjem enakih možnosti in dejavnega sodelovanja ter izboljšanje zaposljivosti«, specifični cilj 9.1.2 Opolnomočenje ciljnih skupin za približevanje trgu dela.

Projekt je sofinanciran s strani Evropskega socialnega sklada (80%) in nacionalnega sofinanciranja (20%).

Osnovni namen projekta je zmanjšati čezmerno pitje alkohola in njegove negativne učinke na zdravje obravnavanega ter vzpostaviti odgovoren odnos do alkohola pri vključenih deležnikih. Interdisciplinarni pristop projekta predpostavlja sodelovanje zdravstvenega in socialnega sektorja, nevladnih organizacij in drugih deležnikov, katerih področja dela oziroma programi obravnavajo ranljive populacijske skupine in katerih cilj vključujejo zmanjševanje socialne neenakosti in neenakosti v zdravju prebivalcev Slovenije.

Eden izmed ciljev komuniciranja na projektu SOPA je informiranje in nagovarjanje tako splošne, strokovne javnosti kot novinarske javnosti o problematiki ter hkrati spreminjanje določenih vzorcev tako posameznikov kot družbe, kar se tiče tveganega in škodljivega pitja alkohola.

Ciljne javnosti v programu SOPA delimo na:

- splošno javnost,
- novinarje in urednike,
- strokovno javnost,
- posameznike, ki so del obravnave (tvegani in škodljivi pivci) in njihove bližnje,
- interno javnost in deležnike projekta.

Nabor naših ciljnih javnosti kaže na to, da je naš projekt zastavljen široko, raznovrstno in tudi kompleksno, zato je pri komunikaciji treba še posebej paziti na zasnovo, pripravo in izvedbo gradiv oz. komunikacijskih orodij.

### **3. Sklopi javnega naročila**

Oddaja naročila je sestavljena iz 16 sklopov:

1. Kreativna in grafična zasnova kampanje z ambasadorji ter izvedba TV oglasa, radijskega oglasa, spletnega oglasa ter oglasa (nalepka) za avtobuse
2. Zakup TV medijskega prostora
3. Zakup spletnega prostora
4. Zakup radijskega prostora na Koroškem
5. Zakup radijskega prostora na Gorenjskem
6. Zakup radijskega prostora v osrednjeslovenski regiji
7. Zakup radijskega prostora v obalno - kraški in goriški regiji ter primorsko – notranjski regiji
8. Zakup radijskega prostora v jugovzhodni Sloveniji
9. Zakup radijskega prostora v posavski, zasavski in savinjski regiji
10. Zakup radijskega prostora v podravski regiji

## P-5 Specifikacija

11. Zakup radijskega prostora v pomurski regiji
12. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) - Ljubljana in Maribor
13. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) - Primorska in Gorenjska
14. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) - Savinjska in S. Primorska
15. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) - Dolenjska in Štajerska
16. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) - Ravne

### Časovna opredelitev naročila:

Kampanja bi se pripravljala v december 2020/ januar 2021/ februar 2021, predvajanje pa je predvideno v razponu 1-2 meseca marec/april 2021.

## **SKLOP - 1**

### **3.1. Kreativna in grafična zasnova kampanje z ambasadorji ter izvedba TV oglasa, radijskega oglasa, spletnega oglasa ter oglasa (nalepka) za avtobuse**

Sklop je sestavljen iz naslednjih aktivnosti:

3. 1. 1. TV oglas, spletni oglas in različice
3. 1. 2. Radijski oglas
3. 1. 3. Oglas za zadke avtobusov
3. 1. 4. Sodelovanje z ambasadorji

Predmet javnega naročila je kreativna in grafična zasnova kampanje z ambasadorji ter snemanje TV oglasa, radijskega oglasa, spletnega oglasa ter oglasa (nalepke) za avtobuse ter fotografiranje za slednje. Glavna tema je problematika pitja alkohola v Sloveniji, možne zdrave alternative in predstavitev projekta SOPA. Cilj je, da javnost obvestimo, da alkohol ni rešitev, in da v Sloveniji obstajajo viri pomoči, na katere se lahko prebivalci obrnejo v primeru stisk.

Povpraševanje zajema konceptualizacijo, kreativno vizualno in vsebinsko zasnovo, video produkcijo TV oglasa (ter več formatov in različic – tudi krajši video oglas za splet) – vse to v skladu z navodili naročnika (CGP projekta SOPA) ter upoštevanju zahtev s področja komuniciranja v skladu z Navodili organa upravljanja na področju komuniciranja vsebin kohezijske politike v programskem obdobju 2014 – 2020. Navodila so dostopna na spletni strani <http://www.eu-skladi.si/sl/ekp/navodila>. Vsak video izdelek mora vsebovati logotipa NIJZ in ESS ter grafiko SOPA + spletno stran SOPA. Omenjeni logotipi se lahko pojavijo tudi na koncu video posnetka, primer: <https://www.youtube.com/watch?v=fKkmWYLZnac>

Več o projektu na spletni strani: [www.sopa.si](http://www.sopa.si)

Povpraševanje zajema tudi snemanje radijskega oglasa z ambasadorji in fotografiranje za nalepke za avtobuse.

## Cilji

S kampanjo **želimo ljudi seznaniti, da alkohol nikoli ni rešitev**, in da v primeru takšnih in drugačnih stisk, **obstajajo drugi načini reševanja težav**, in da je v Sloveniji **na voljo veliko virov pomoči**. Call to action bo obisk naše spletne strani [www.sopa.si](http://www.sopa.si), kjer je na voljo več informacij o problematiki alkohola v Sloveniji, prav tako pa so zbrani vsi viri pomoči v državi.

## Ciljne skupine

TV oglas (kot osnovni oglas) naj s svojo inovativnostjo, sodobno in enotno oblikovno podobo ter jasnostjo sporočila doseže in nagovori moške in ženske, stare 18 let in naprej. Ciljna skupina je torej široka in splošna.

## Komunikacijski ton

Kreativni nagovor naj spodbuja posameznike k iskanju drugih rešitev za stiske (jih tudi ponudimo), izogibanju alkohola ter seznanjanju z viri pomoči na naši spletni strani [www.sopa.si](http://www.sopa.si).

Ton naj ne bo negativen, težak, ali obsojajoč, temveč naj stremi k pozitivnemu tonu ter iskanju rešitev, ki so dobre za nas.

## Komunikacijska sporočila:

Alkohol NI rešitev.

Zmanjšuje odpornost.

Ne lajša osebnih stisk.

Uničuje odnose.

Tu smo za vas: [www.sopa.si](http://www.sopa.si)

## Komunikacijska sporočila, ki jih želimo posredovati v kampanji:

- če doživljamo stiske, kadar imamo vprašanja, alkohol nikoli ni pravi odgovor
- namesto alkohola se raje odločimo za gibanje, pogovor, kulturo, druženje – so alternative
- v primeru stiske se obrnite na vire pomoči -> objavljene na spletni strani [www.sopa.si](http://www.sopa.si)
- alkohol ni rešitev, ni odgovor
- alkohol NE lajša osebnih stisk, uničuje odnose.
- Tu smo za vas: [www.sopa.si](http://www.sopa.si)

## 3. 1. 1. Zahtevani elementi za TV in spletni oglas in različice

Idejna zasnova TV oglasa naj predstavlja celosten in enovito zasnovan kreativni koncept.

#### P-5 Specifikacija

Idejna zasnova mora biti unikatna, sodobna in privlačna. Oblikovana mora biti z mislijo na široko ciljno populacijo in na način, da ne bo obsojala, temveč usmerjala in informirala. Enakovredno naj bodo zastopani vsi ambasadorji (6-7), njihova vsebinska vloga naj bo povezana z njihovo aktivnostjo (TV, šport, glasba, zdravstvo, zdrav način življenja, ...)

Pri TV oglasu bo potrebno pripraviti dve različici – eno z vsemi ambasadorji ter eno z manjšim številom ambasadorjev.

Iz osnovnega TV oglasa bo sledila še različica krajšega enotnega spletnega oglasa za digitalno oglaševanje.

Izdelano naj bo:

- 1) Glavni TV oglas z vsemi izbranimi ambasadorji**, ki traja največ 25 sekund in zajema navedena komunikacijska sporočila ter sledi grafični podobi SOPA projekta, mora vsebovati tudi:
  - napis »Brezplačna objava« ves čas trajanja spota ter verzijo brez napisa;
  - slovenska verzija oglasa s slovenskimi podnapisi;
  - slovenska verzija z angleškimi podnapisi;
  - logotipe NIJZ, SOPA in ESS (v tem vrstnem redu, glej priloge) ter spletno stran [www.sopa.si](http://www.sopa.si).
  - oglas mora biti v formatu za predvajanje na TV oz. biti v skladu z vsemi tehničnimi zahtevami (tudi zvok)
  - v ceno je potrebno všteti vse stroške snemanja, ekipe, morebitnega studia, t.j. vse produkcijske stroške
  
- 2) Različica TV oglasa z le izbranimi ambasadorji**, ki traja 20 sekund in zajema navedena komunikacijska sporočila ter sledi grafični podobi SOPA projekta, mora vsebovati tudi:
  - napis »Brezplačna objava« ves čas trajanja spota ter verzijo brez napisa;
  - logotipe NIJZ, SOPA in ESS (v tem vrstnem redu, glej priloge) ter spletno stran [www.sopa.si](http://www.sopa.si).
  - oglas mora biti v formatu za predvajanje na TV oz. biti v skladu z vsemi tehničnimi zahtevami (tudi zvok)
  
- 3) Krajša verzija** glavnega TV oglasa za splet, ki traja 15 -18 sekund in zajema navedena komunikacijska sporočila ter vse ambasadorje, sledi grafični podobi SOPA projekta, mora vsebovati:
  - logotipe NIJZ, SOPA in ESS (v tem vrstnem redu, glej priloge) ter spletno stran [www.sopa.si](http://www.sopa.si)
  - oglas mora biti v formatu za predvajanje na spletu oz. biti v skladu z vsemi tehničnimi zahtevami (tudi zvok)

#### P-5 Specifikacija

Vse dokončne scenarije in načrte za izdelavo oglasov pred izdelavo prvih osnutkov oz. verzij (po izbiri izvajalca) uskladita naročnik in izvajalec. Previde podnapisov zagotovi izvajalec del!

Promocijski spoti (daljša in krajša verzija) morajo biti pripravljene za objavo na TV, na YouTube kanalu in ustreznih drugih spletnih mestih (Facebook, Instagram, Twitter, spletna stran).

Vse rešitve morajo biti skladne s tehničnimi zahtevami formatov posameznih medijev. Zagotavljanje skladnosti je v celoti odgovornost izvajalca. V vseh izvedbenih rešitvah morajo biti uporabljeni elementi obstoječe celostne grafične podobe projekta SOPA ter logotipa NIJZ in ESS (posreduje naročnik).

Usklajevanje z izbranimi ambasadorkami za snemanje prevzame izvajalec – za dogovarjanje terminov. Naročnik je vedno v kopiji maila ali obveščen, kako drugače o poteku komuniciranja ter izvedbi. Naročnik izvajalcu sporoči, kdo so izbrani ambasadorki in posreduje kontakte. Na samem snemanju TV oglasa je lahko prisoten tudi predstavnik NIJZ-ja oz. naročnik.

### 3. 1. 2. Radijski oglas

Radijski oglas naj bo eden z vsemi ambasadorkami, ki bodo sodelovali pri radijskem oglasu, predvidoma bodo to tri izbrane osebe/ambasadorki. Vsebina, scenarij naj sledi konceptu glavnega TV oglasa. Osutek predloga pripravi izvajalec. Končno besedilo naj bo usklajeno z naročnikom. Dolžina: 20-25 sekund. Oglas je pripravljen v formatu in kvaliteti primerni za radijske postaje. Izvajalec končni oz. potrjen oglas posreduje naročniku v dogovorjenih rokih za nadaljnjo distribucijo in uporabo.

Na koncu oglasa obvezno dodati stavek o financiranju projekta SOPA: Projekt SOPA sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada.

Usklajevanje z izbranimi ambasadorkami za snemanje in termine prevzame izvajalec. Naročnik je vedno v kopiji maila, ali obveščen kako drugače o poteku komuniciranja ter izvedbi. Naročnik izvajalcu sporoči, kdo so izbrani ambasadorki in posreduje kontakte.

### 3. 1. 3. Oglas za zadke avtobusov

Vizualni koncept nalepk za zadke avtobusov naj sledi konceptu iz glavnega TV oglasa, enako scenarij oz. ključna sporočila. Končno besedilo in koncept na oglasu naj bo usklajen z naročnikom pred prvim snemanjem. Predvideno število ambasadorkov za kampanjo na nalepkah je šest. Predvidenih avtobusov, ki jih bomo polepili je devet (v različnih regijah po Sloveniji – mestni in primestni avtobusi).

Predvidevata se dve fotografiji oz. dve verziji nalepk za avtobuse, torej 3-4 ambasadorki na eni nalepki ter 3-4 ambasadorki na drugi.

Na fotografijo obvezno dodati logotipe NIJZ, SOPA in ESS ter spletno stran [www.sopa.si](http://www.sopa.si).

Vso usklajevanje z izbranimi ambasadorkami glede terminov za fotografiranje prevzame izvajalec. Naročnik je vedno v kopiji maila, ali obveščen kako drugače o poteku

P-5 Specifikacija  
komuniciranja ter izvedbi. Naročnik izvajalcu sporoči, kdo so izbrani ambasadorji in posreduje kontakte.

### 3. 1. 4. Sodelovanje z ambasadorji

Agencija je zadolžena tudi za sodelovanje z znanimi slovenskimi osebnosti, ki bi postali ambasadorji SOPA. Slednji naj bi pri svojem pojavljanju v javnosti uporabili kar največ priložnosti za promocijo projekta oz. glavnih sporočil projekta: čim manj alkohola, ali nič; vsako pitje alkohola prinaša tveganje za zdravje; v primeru stiske alkohol ni rešitev; na voljo je več virov pomoči po Sloveniji; dobro se lahko imamo tudi brez alkohola; sprostitev lahko iščemo v športu, kulturi, druženju, ostalih hobijih; ...

Sodelovanje z ambasadorji je povezano s sklopi:

- a) TV oglas in oglas prilagojen za splet (iščemo vsaj 6 oseb)
- b) Fotografiranje za nalepke na mestnih in primestnih avtobusih (iščemo 4 - 6 oseb)
- c) Radio oglas (iščemo 3 osebe)
- d) Promocija na lastnih kanalih (socialna omrežja) ambasadorjev (iščemo osebe, ki imajo več kot 10. 000 sledilcev na vsaj enem izmed omrežij Instagram ali Facebook) (3 - 5 oseb)

Osebe v sklopih naj bodo enake, torej iščemo vsaj 6 ambasadorjev, ki bodo vsi nastopili v TV oglasu, ki bo glavni element kampanje, nekateri od njih pa bodo sodelovali še v drugih sklopih.

#### Zahtevani profili:

Oseba znana s področja televizije (1 obraz)

Oseba znana s področja glasbe (1 obraz)

Oseba znana s področja športa (2 obraza)

Oseba znana s področja influencerstva (1 obraz)

Oseba znana s področja zdravstva (1 obraz)

Ambasadorji lahko s svojo prepoznavnostjo in ugledom pomagajo doseči cilje projekta – osveščanje in spremembe. Po navadi se izberejo posamezniki, ki so mnenjski voditelji, ki so s svojim dozdajšnjim javnim udejstvom pokazali, da zagovarjajo etična stališča in vrednote, na kakršnih temelji naš projekt, in s katerimi se lahko identificira večina ljudi v ciljni javnosti – ki pa je na SOPA projektu v bistvu vsa odrasla populacija 18+. Osebe naj bodo prepoznavne v slovenskem prostoru na nacionalnem nivoju, in ki uživajo zaupanje ter promovirajo zdrav način življenja tudi z lastnim zgledom.

Ovrednotenje in način sodelovanja z ambasadorji naj ponudnik upošteva v svoji ceni (npr.



P-5 Specifikacija avtorske pogodbe z ambasadorji). Ocena sodelovanja s posameznim ambasadorjem naj zajema vsaj pokritje potnih stroškov in ovrednotenje vloženih ur. Izbran ponudnik se lahko z vsakim ambasadorjem dogovarja individualno o plačilu. Primernost kandidata se prej uskladi in potrdi z naročnikom ter tudi to, kdo bo sodeloval v katerem sklopu.

### Zahtevani elementi ponudbe

Ponudba naj zajema naslednje elemente:

- predstavitev idejne zasnove TV oglasa skupaj s scenarijem (materiale idejnega osnutka oglasa (video, skice) ter scenarij oglasa nam posredujte skupaj s ponudbo v obliki ločene datoteke ali spletne povezave);
- časovnico izdelave različic (spletni oglas ter oglas le z izbranimi ambasadorji);
- časovnico izdelave radijskega oglasa;
- predstavitev idejne zasnove foto kampanje na zadku avtobusov nam posredujte skupaj s ponudbo v obliki ločene datoteke ali spletne povezave);
- časovnico izdelave dveh foto nalepk.

V ceno izdelave oglasa naj bodo vključeni možni popravki – **do trije krogi popravkov po prejemu prve verzije izdelka. Napake, ki niso popravljene oz. upoštevane iz prejšnjega kroga popravkov s strani ponudnika, se ne štejejo kot nov krog popravkov.** Idejna zasnova, s katero se izvajalec prijavlja, ni všteta zraven, 1. krog popravkov se šteje od 1. verzije izdelka, ki nastane po 1. sestanku in uskladitvi glede scenarija, besedila, vizualne zasnove (odvisno od izdelka).

V ceno naj bosta vključena dva 2-urna sestanka na lokaciji Nacionalni inštitut za javno zdravje, Zaloška 29, 1000 Ljubljana. Prvi sestanek je predviden v roku tedna po izboru.

Priloženo gradivo mora biti skladno s cilji projekta SOPA. Ponudbo, ki je delno ali v celoti v nasprotju s cilji programa, bo naročnik izločil kot nedopustno.

### Časovnica

Izbrani ponudnik oziroma izvajalec bo moral prvo verzijo glavnega TV oglasa oddati v roku 30 dni po prvem sestanku z naročnikom, ki bo predvidoma teden po izbranem ponudniku, to je med med 14. in 22. 12. 2020 na NIJZ, Zaloška 29, 1000 Ljubljana, kjer bo naročnik podal svoje predloge na podlagi prejetega gradiva in idejne zasnove v prijavnih dokumentaciji.

Predviden končni datum za oddajo glavnega TV oglasa (s pripisom »brezplačna objava« in brez pripisa, 25 sekund) in TV oglasa le z izbranimi ambasadorji (20 sekund), usklajenega z naročnikom, je **26. 2. 2021**. Ta datum se lahko podaljša, če se obe strani s tem strinjata.

Skrajni datum za oddajo:

- verzije glavnega TV oglasa (25 sekund) s podnapisi v **slovenščini in angleščini je 12. 3. 2021**;
- krajše verzije TV oglasa **za splet** (15 – 17 sekund) je **5. 3. 2021**.



## **SKLOP – 2**

### **3. 2. Zakup TV medijskega prostora**

Predmet javnega naročila je **30 dnevni zakup medijskega prostora na štirih (4) najbolj gledanih slovenskih TV programih** (z največjim tržnim deležem gledanosti v Sloveniji, v obdobju februar-april 2020) za projekt SOPA – Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola, na katerih se bo predvajal TV oglas projekta SOPA, dolžine 20 – 25 sekund. Glavna tema TV oglasa je pitja alkohola v Sloveniji in naraščajoče duševne stiske ter projekt SOPA. Cilj je, da javnost obvestimo, da alkohol ni rešitev, in da v Sloveniji obstajajo viri pomoči, na katere se lahko prebivalci obrnejo v primeru stisk.

#### **3.2.1. Zakup TV medijskega prostora**

Zakup medijskega prostora bomo potrebovali na štirih (4) najbolj gledanih slovenskih TV programih (statistika z največjim tržnim deležem gledanosti (povprečje) v Sloveniji v obdobju vključno februarja do vključno april 2020.

TV oglasi bi se predvajali predvidoma v terminih od ponedeljka do nedelje, od 7.00 do 22.59 ure ter v prime time terminih med vključno 5. marcem in vključno 5. aprilom 2021.

Vključevanje brezplačnih oglasnih terminov mora iti v kvoto ponudnika medijskega zakupa in ne v kvoto NIJZ-ja.

**Dolžina TV oglasa bo 20-25 sekund.**

#### **Zahtevani elementi ponudbe**

Ponudba naj zajema naslednje elemente:

- opredelitev vseh štirih (4) najbolj gledanih slovenskih TV programov (z največjim tržnim deležem gledanosti v obdobju vključno februarja do vključno april 2020) na obrazcu P-4 Predračun;
- dokazilo oz. utemeljitev izbire navedenih štirih (4) najbolj gledanih slovenskih TV programov s telemetrijo (primer telemetrije);
- določeni časovni termini oglasov ter število predvajanj za vsak program posebej.

Naročnik za ta sklop namenja **18.000,00 EUR brez DDV** oziroma **21.960,00 EUR z DDV**.

**Naročnik bo sklop oddal ponudniku, ki bo za 18.000,00 EUR brez DDV oziroma 21.960,00EUR z DDV ponudil največje število predvajanj po merilih iz Navodil ponudnikom.**

#### **Časovnica**

Termin predvajanj od vključno 5. marca do vključno 5. Aprila 2021 na štirih (4) slovenskih najbolj gledanih TV programih (z največjim tržnim deležem gledanosti v Sloveniji, februar – april 2020), med 7.00 in 22.59 uro ter v prime time terminih. Dolžina oglasa 20 - 25

sekund.

### **SKLOP – 3**

#### **3. 3. Zakup medijskega prostora na spletnih portalih**

Naš cilj je:

1. Doseg največjega števila uporabnikov
2. Čim večje število zagotovljenih predvajanj video oglasa

#### **Kje želimo oglaševati?**

Na najbolj obiskanih slovenskih medijskih in ostalih portalih.

**Dolžina oglasa je 15-17 sekund.**

#### **Ciljne skupine**

Moški in ženske, stare 18 let in naprej. Ciljna skupina je široka in splošna.

#### **Zahtevani elementi ponudbe**

Ponudba naj zajema naslednje elemente:

- opredelitev vseh izbranih medijskih portalov, kjer se bo oglas predvajal, na obrazcu P-4 Predračun. Ponudba naj med drugim vključuje medijske portale na prvi treh mestih po podatkih na <https://www.moss-soz.si/> v mesecu oktobru 2020;
- načrt predvajanj na posamezni platformi oz. portalu ter načrtovan doseg in načrtovano število predvajanj;
- statistiko oz. analizo po zaključeni kampanji o dosegu in številu predvajanj.

Naročnik za ta sklop namenja **7.000,00 EUR brez DDV** oziroma **8.540,00 EUR z DDV**.

**Naročnik bo sklop oddal ponudniku, ki bo za 7.000,00 EUR brez DDV oziroma 8.540,00EUR z DDV ponudil največje število predvajanj po merilih iz Navodil ponudnikom.**

#### **Časovnica**

Termin predvajanj od vključno 1. aprila do vključno 30. aprila 2021. Dolžina oglasa 15 – 17 sekund, kjer to ni možno najmanj 7 sekund.

## **SKLOP - 4**

### **3. 4. Zakup radijskega prostora na Koroškem**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 31. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje koroške regije. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 31 dni, od vključno 1. 3. do vključno 31. 3. 2021;
- 93 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (3 objave na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 5**

### **3. 5. Zakup radijskega prostora na Gorenjskem**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 31. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje gorenjske regije. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 31 dni, od vključno 1. 3. do vključno 31. 3. 2021;
- 93 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (3 objave na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 6**

### **3. 6. Zakup radijskega prostora v osrednjeslovenski regiji**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 31. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje osrednjeslovenske regije.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 31 dni, od vključno 1. 3. do vključno 31. 3. 2021;
- 93 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (3 objave na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 7**

### **3. 7. Zakup radijskega prostora na obalno - kraški in goriški regiji ter primorsko - notranjski regiji**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 20. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje obalno-kraške in goriške regije ter primorsko-notranjski. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 20 dni, od vključno 1. 3. do vključno 20. 3. 2021;
- 120 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (6 objav na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 8**

### **3. 8. Zakup radijskega prostora v jugovzhodni Sloveniji**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 20. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje jugovzhodne regije. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 20 dni, od vključno 1. 3. do vključno 20. 3. 2021;
- 120 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (6 objav na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 9**

### **3. 9. Zakup radijskega prostora v posavski, zasavski in savinjski regiji**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 20. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje posavske, zasavske in savinjske regije. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 20 dni, od vključno 1. 3. do vključno 20. 3. 2021;
- 120 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (6 objav na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 10**

### **3. 10. Zakup radijskega prostora v podravski regiji**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 20. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje podravske regije. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 20 dni, od vključno 1. 3. do vključno 20. 3. 2021;
- 120 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (6 objave na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 11**

### **3. 11. Zakup radijskega prostora v pomurski regiji**

Na Nacionalnem inštitutu za javno zdravje, v okviru projekta Skupaj za odgovoren odnos do pitja alkohola (SOPA), izvajamo nacionalno kampanjo na temo problematike pitja alkohola z ambasadorji projekta. V te namene želimo zakupiti oglasni prostor za predvajanje na radijskih postajah, in sicer med 1. in 20. marcem 2021. Oglas posredujemo mi.

**Pomembno je**, da frekvenca radia pokriva območje pomurske regije. Spletne radio postaje ne pridejo v poštev.

Naprašamo vas za ponudbo oglaševanja našega radio oglasa, dolgega med 20-25 sekund.

#### **PROMOCIJA**

##### **PROMOCIJSKI 20-25 SEKUNDNI OGLAS**

- 20 dni, od vključno 1. 3. do vključno 20. 3. 2021;
- 120 x promocijski 20-25 sekundni oglasi (6 objav na dan – zajeti dopoldanski/opoldanski, popoldanski in večerni termin)

## **SKLOP - 12**

### **3.12. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) Ljubljana in Maribor**

Predvideno dva meseca, in sicer marec in april 2020.

#### **Oglaševanje na celotni zadnji strani avtobusa podjetja LPP d.o.o. v Ljubljani in Marprom d.o.o. v Mariboru (2 meseca)**

- Storitev: storitev naj zajema izdelavo oglasnega sporočila (nalepke), lepljenje in odlepljenje ter najem oglasne površine na celotni zadnji strani avtobusa;
- Lokacija: 1x Ljubljana in 1x Maribor;
- Količina: 1x avtobus podjetja LPP d.o.o. v Ljubljani in 1x avtobus podjetja MARPROM d.o.o. v Mariboru;
- Dodatne zahteve: linijska povezava avtobusa mora voditi skozi center mesta Ljubljana in Maribor.

**Grafični elementi:** Grafične elemente zagotovi naročnik po navodilih izvajalca del.

## **SKLOP - 13**

### **3.13. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) Primorska in Gorenjska**

#### **a) Koper – Piran - Portorož**

- Izdelava oglasnega sporočila (nalepke) za zadnjo stranico avtobusa (1x):
  - 1x avtobus na relaciji Koper – Piran - Portorož
  - cena izdelave naj vsebuje izdelavo (tisk), storitev lepljenja in odlepljenja;
- Najem oglasne površine (1x) celotna zadnja stranica avtobusa za 2 meseca:
  - 1x za avtobus na relaciji Koper – Piran – Portorož

#### **b) Kranj – Radovljica - Bled**

- Izdelava oglasnega sporočila (nalepke) za zadnjo stranico avtobusa (1x):
  - 1x avtobus na relaciji Kranj – Radovljica – Bled
  - cena izdelave naj vsebuje izdelavo (tisk), storitev lepljenja in odlepljenja;
- Najem oglasne površine (1x) celotna zadnja stranica avtobusa za 2 meseca:
  - 1x za avtobus na relaciji Kranj – Radovljica – Bled

**Grafični elementi:** Grafične elemente zagotovi naročnik po navodilih izvajalca del.



## **SKLOP - 14**

### **3.14. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) Savinjska in S. Primorska**

**-Izdelava oglasnega sporočila** (nalepke) za zadnjo stranico avtobusa (2x):

- 1x avtobus na relaciji Celje – Laško
- 1x avtobus na relaciji Ljubljana – Ajdovščina – Nova Gorica
- cena izdelave naj vsebuje izdelavo (tisk), storitev lepljenja in odlepljenja;

**-Najem oglasne površine** (2x) celotna zadnja stranica avtobusa za 2 meseca:

- 1x za avtobus na relaciji Celje – Laško
- 1x za avtobus na relaciji Ljubljana – Ajdovščina – Nova Gorica

**Grafični elementi:** Grafične elemente zagotovi naročnik po navodilih izvajalca del.

## **SKLOP - 15**

### **3.15. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) Dolenjska in Štajerska**

#### **a) Novo mesto – Brežice**

**-Izdelava oglasnega sporočila** (nalepke) za zadnjo stranico avtobusa (1x):

- 1x avtobus na relaciji Novo Mesto - Brežice
- cena izdelave naj vsebuje izdelavo (tisk), storitev lepljenja in odlepljenja;

**-Najem oglasne površine** (1x) celotna zadnja stranica avtobusa za 2 meseca:

- 1x za avtobus na relaciji Novo Mesto - Brežice

#### **b) Murska Sobota - Gornja Radgona - Lenart – Maribor**

**-Izdelava oglasnega sporočila** (nalepke) za zadnjo stranico avtobusa (1x):

- 1x avtobus na relaciji Murska Sobota – Gornja Radgona – Lenart - Maribor;
- cena izdelave naj vsebuje izdelavo (tisk), storitev lepljenja in odlepljenja;

**-Najem oglasne površine** (1x) celotna zadnja stranica avtobusa za 2 meseca:

- 1x za avtobus na relaciji Murska Sobota – Gornja Radgona – Lenart – Maribor

**Grafični elementi:** Grafične elemente zagotovi naročnik po navodilih izvajalca del.

## **SKLOP - 16**

### **3.16. Zakup medijskega prostora na mestnih in primestnih avtobusih (nalepka na zadku) Ravne**

**-Izdelava oglasnega sporočila** (nalepke) za zadnjo stranico avtobusa (1x):  
-1x avtobus na relaciji Slovenj Gradec – Ravne na Koroškem – Črna na Koroškem;  
- cena izdelave naj vsebuje izdelavo (tisk), storitev lepljenja in odlepljenja;

**-Najem oglasne površine** (1x) celotna zadnja stranica avtobusa za 2 meseca:  
-1x za avtobus na relaciji Slovenj Gradec – Ravne na Koroškem – Črna na Koroškem

**Grafični elementi:** Grafične elemente zagotovi naročnik po navodilih izvajalca del.

Spodaj podpisani pooblaščen predstavnik ponudnika izjavljam, da vse ponujene storitve v celoti ustrezajo zgoraj navedenim opisom.

V/na \_\_\_\_\_, dne \_\_\_\_\_

Ime in priimek:

Podpis: