

## ZÁMER OBJEDNAŤ A ZADAŤ ŠTÁTNU REKLAMU ALEBO ZÁKAZKU NA DODANIE TOVARU ALEBO POSKYTNUTIE SLUŽIEB

- poskytovateľom mediálnych služieb alebo
- poskytovateľom online platforiem

(čl. 25 nariadenia (EÚ) 2024/1083 – EMFA a §103a ods. 4 písm. a) zákona č. 264/2022 Z.z. o mediálnych službách)

### A. KAMPAŇ (názov):

Ochutnajte, objavujte, spoznajte Bratislavu

Komunikačný cieľ kampane:

Osloviť potenciálnych návštevníkov zo škandinávskych a pobaltských krajín a zvýšiť povedomie o Bratislave ako atraktívnej destinácii pre mestskú turistiku. Prostredníctvom prezentačného článku chceme predstaviť Bratislavu ako mesto s bohatou históriou, kvalitnou gastronómiou, vínnou kultúrou, živou kultúrnou scénou a autentickou atmosférou. Cieľom je motivovať čitateľov k návšteve mesta a predĺženiu dĺžky pobytu prostredníctvom prezentácie rozmanitých zážitkov, ktoré Bratislava ponúka.

Územný rozsah (obec/mesto, región, štát, vybrané zahraničné trhy):

Dánsko, Nórsko, Švédsko, Fínsko, Lotyšsko, Litva a Estónsko.

Cieľová skupina (vek, jazyk, všeobecná charakteristika):

Muži a ženy vo veku 30 – 65 rokov so záujmom o cestovanie, gastronómiu, víno, kultúru a autentické mestské zážitky. Ide o bonitnejších cestovateľov, ktorí pri výbere destinácie uprednostňujú kvalitu služieb, jedinečnú atmosféru, lokálnu gastronómiu a kultúrne vyžitie. Komunikácia bude realizovaná v anglickom jazyku.

Mediálne správanie (spotreba médií) - ktoré typy médií cieľová skupina využíva, v akom rozsahu (dosah, frekvencia), v akom čase príp. aj zdroj týchto dát.

Cieľová skupina aktívne vyhľadáva obsah zameraný na cestovanie, gastronómiu, víno, kultúru a životný štýl. Informácie o destináciách získava najmä zo špecializovaných cestovateľských a gastronomických magazínov, online médií, sociálnych sietí a odporúčaní odborníkov. Dôveruje kvalitnému redakčnému obsahu a inšpiruje sa tematickými článkami pri plánovaní svojich ciest. Zverejnenie rozsiahleho prezentačného článku v medzinárodnom lifestylovom a gastronomickom médiu umožní osloviť publikum s vysokým záujmom o objavovanie nových destinácií a prémiových zážitkov.

Predpokladané mediálne kanály:

- tlač
- rozhlas
- televízia
- digitálne mediálne kanály (sociálne siete, online reklama, streamovacie médiá, webové stránky, podcasty, blogy, vlogy, online médiá / online platformy, mobilné aplikácie)

Predpokladané obdobie realizácie:

september- december 2026

Kampaň je zameraná na oslovenie zahraničných návštevníkov so záujmom o cestovanie, gastronómiu, víno a kultúrne zážitky na prioritných zdrojových trhoch cestovného ruchu. Predpokladaný dosah kampane predstavuje relevantnú časť cieľovej skupiny, pričom komunikácia bude distribuovaná v náklade približne 100 000 výtlačkov. Predpokladaná frekvencia kontaktu je minimálne jeden kontakt na používateľa, pričom vzhľadom na charakter tlačeného média možno očakávať aj opakovaný kontakt s obsahom.

Predpokladaný finančný rámec:

do 5 000 EUR (bez DPH).

**KRITÉRIA VÝBERU obsahovej/mediálnej služby alebo online platformy, kde sa zverejní štátna reklama, a na poskytovateľa obsahovej/mediálnej služby lebo poskytovateľa online platformy so zameraním na transparentnosť, objektivnosť, primeranosť a nediskrimináciu**

- údaje o spotrebe médií a schopnosť osloviť cieľovú skupinu;
- hodnota za peniaze;
- geografický zásah; primerané geografické rozloženie;
- dostupný rozpočet a zdroje;
- dodržiavanie zákonov a noriem EÚ;
- zákonné postupy verejného obstarávania a objednávaní reklamy.

Pri výbere médií sa zohľadňuje, aby výdavky na štátnu reklamu v príslušnom kalendárnom roku boli distribuované širokej škále poskytovateľov obsahových/mediálnych služieb zastúpených na relevantnom mediálnom trhu.

Kritériá výberu médií sú objektívne, transparentné a nediskriminačné a nezohľadňujú redakčný obsah ani názorové zameranie médií. Výber médií sa uskutočňuje prostredníctvom otvoreného, primeraného a nediskriminačného postupu.

Tieto informácie budú zverejnené zverejňované elektronickými a používateľsky ústretovými prostriedkami najmenej po dobu troch rokov.

Informácie o vynaložených výdavkoch na štátnu reklamu sú v rozsahu čl. 25 nariadenia (EÚ) 2024/1083 – EMFA sú každoročne zverejňované elektronickými a používateľsky ústretovými prostriedkami

Dátum 2.6. 2026