

## 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):

Propagácia Bratislavských korunovačných dní 2026

Komunikačný cieľ kampane:

Osloviť domácich návštevníkov a motivovať ich k účasti na Bratislavských korunovačných dňoch. Cieľom kampane je zvýšiť povedomie o podujatí, priblížiť verejnosti takmer 300-ročnú korunovačnú históriu Bratislavy ako bývalého korunovačného mesta Uhorska a posilniť vnímanie mesta ako atraktívnej kultúrno-turistickej destinácie.

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

Slovenská republika

Cieľová skupina (vek, jazyk, všeobecná charakteristika):

Obyvatelia Slovenska a návštevníci vo veku 18 – 65 rokov, komunikácia v slovenskom jazyku. Cieľovú skupinu tvoria jednotlivci, páry, rodiny s deťmi a milovníci histórie, kultúry a mestských podujatí. Ide o ľudí, ktorí vyhládávajú autentické zážitky, historické rekonštrukcie, kultúrny program a víkendové výlety.

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 získava informácie o kultúrnych podujatiach predovšetkým prostredníctvom online portálov, regionálnych a celoslovenských médií zameraných na cestovanie a kultúru. Pri plánovaní voľnočasových aktivít využíva najmä obsah s odporúčaniami na podujatia a tipmi na výlety, pričom rozhodovanie často prebieha v období niekoľkých dní až týždňov pred konaním podujatia.

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:

Júl 2026

Kampaň je zameraná na oslovenie širokej verejnosti so záujmom o históriu, kultúrne dedičstvo, rodinné voľnočasové aktivity a mestské podujatia. Predpokladaný dosah kampane predstavuje relevantnú časť cieľovej skupiny prostredníctvom kombinácie tlačených a online médií s celoslovenským a regionálnym zásahom. Predpokladaná frekvencia kontaktu je minimálne jeden kontakt na používateľa, pričom vzhľadom na kombináciu komunikačných kanálov možno očakávať aj opakovaný kontakt s obsahom počas obdobia realizácie kampane.

Predpokladaný finančný rámec:

do 8 000 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 objednávanie 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 30.6. 2026