

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):

Bratislava. Perfect Fit.

Komunikačný cieľ kampane:

Brand Awareness kampaň – zvýšenie o Bratislave ako o destinácii v CR

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

Londýn, Berlín, Rím

Cieľová skupina (vek, jazyk, všeobecná charakteristika):

35 – 55 r., Muži a ženy

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

Online, a sociálne siete, platforma DV360

Predpokladané mediálne kanály:

- ☐ tlač
- ☐ rozhlas
- ☐ televízia
- ✓ online médiá / online platformy

Predpokladané obdobie realizácie:

Do 13.12.2026

Plánovaný dosah (očakávané % cieľovej skupiny, frekvencia kontaktov):

Impresie – 21 050 000, Views – 1 470 000, Frekvencia zobrazenia 4

Predpokladaný finančný rámec:

do 185 000 EUR (bez DPH).

KRITÉRIA VÝBERU obsahovej/mediálnej služby alebo online platformy, kde sa zverejní štátna reklama, a na poskytovateľa obsahovej/mediálnej služby alebo 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 v rozsahu čl. 25 nariadenia (EÚ) 2024/1083 – EMFA sú každoročne zverejňované elektronickými a používateľsky ústretovými prostriedkami

Dátum 04.09. 2026