**VIEŠINIMO PASLAUGŲ PIRKIMO TECHNINĖ SPECIFIKACIJA**

VĮ Valstybinių miškų urėdija (toliau – Užsakovas, Perkančioji organizacija) ketina įsigyti visuomenės informavimo paslaugas (toliau – Paslaugos, pirkimo objektas). Perkamos Paslaugos bus teikiamos Lietuvos Respublikoje.

Kasmet Valstybinių miškų urėdijos miškininkai iš miškų surenka ir išveža apie 700 tonų šiukšlių bei apie 200 tonų pamiškėse išmestų padangų. Šiukšlinimas ypač padažnėja pavasarį, kai užteršiama bundanti gamta. Todėl svarbu ne tik informuoti visuomenę apie žalą miškui, kurią daro miške išmestos šiukšlės ir itin lėtai yrančios padangos, bet ir surengti šiukšlių rinkimo miškuose akciją visoje Lietuvoje, į kurią įtraukti visuomenę, jaunas šeimas, nevyriausybines organizacijas bei privačių miškų savininkus.

1. **TEIKIAMŲ PASLAUGŲ APRAŠYMAS**
2. **Pirkimo objektas** – visuomenės informavimo kampanija.
3. **Pirkimo tikslai** – informuoti plačiąją visuomenę ir pakviesti prisijungti prie Valstybinių miškų urėdijos organizuojamos miškų tvarkymo akcijos.
4. **Tikslinė auditorija** – Lietuvos visuomenė.
5. **Numatoma paslaugų apimtis** nurodyta techninės specifikacijos 1 priede „Paslaugų apimtys“.
6. **Numatomi paslaugų suteikimo terminai:**

**5.1.** Visuomenėsinformavimo kampanijosplano (toliau – planas) parengimas ir suderinimas su Perkančiąja organizacija – ne vėliau kaip per 2 savaites nuo sutarties įsigaliojimo datos.

**5.2**. Veiksmų įgyvendinimas vykdomas pagal Plane numatytą su Perkančiąja organizacija suderintą grafiką.

**5.3**. Paslaugų teikimo terminas – iki visiško Sutartinių įsipareigojimų įvykdymo arba Sutarties nutraukimo, bet ne ilgiau nei iki 2021m. gruodžio 15 d.nuo Sutarties įsigaliojimo dienos.

**6. Paslaugų vykdymo organizavimas:**

**6.1.** Paslaugų tiekėjas per dvi savaites nuo sutarties įsigaliojimo dienos su Perkančiąja organizacija turi suderinti sutarties vykdymo planą, kuriame pateikiama detali informacija apie sutarties vykdymo etapus, numatomą veiklos turinį ir veiklos grafiką. Sutarties vykdymo metu, esant pagrįstoms aplinkybėms, Sutarties vykdymo planas gali būti tikslinamas, suderinus visus pakeitimus su Perkančiąja organizacija.

**6.2.** Idėjos, įskaitant visus su kūrybiniu įgyvendinimu susijusius sprendimus, sukūrimas, informacinių žinučių scenarijaus bei publikacijų rengimas; teikimas Perkančiajai organizacijai derinti ir jų pagrindimas; trūkumų taisymas, atsižvelgiant į Perkančiosios organizacijos pateiktas pastabas ir pasiūlymus.

**6.3.** Sklaida / transliavimas / publikavimas vykdomas tik gavus Perkančiosios organizacijos pritarimą raštu el. paštu.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Viešinimo priemonės** | **Paslaugų apimtys** |
|  | Sukurtas akcijos pavadinimas ir vizualinis identitetas | * 1. Paslaugų tiekėjas turi pateikti mažiausiai tris miškų tvarkymo akcijos pavadinimus, kurie turi būti trumpi, aiškūs, lengvai įsimenami.   2. Paslaugų tiekėjas turi sukurti miškų tvarkymo akcijos logotipą, kuris atitiktų pasiūlytą pavadinimą ir būtų lengvai atpažįstamas. Logotipas turi turėti sąsajų su VĮ Valstybinių miškų urėdijos logotipo naudojimo aprašu (angl. *brandbook*).   3. Miškų tvarkymo akcijos logotipas turi turėti trumpą savo naudojimo aprašą (angl. *brandbook*), kadangi planuojama, jog akcija taps tradicinė. |
|  | Reklaminių skydelių kampanija | 1.4. Paslaugų tiekėjas pagal patvirtintą ir su užsakovu suderintą akcijos pavadinimą ir logotipą turi pagaminti reklaminio skydelio maketą reklaminių skydelių kampanijai.  1.5. Paslaugų tiekėjas turi sukurti vieningo dizaino skirtingų išmatavimų, pritaikytų skirtingoms reklaminėms pozicijoms portale skydelių komplektą pagal su tiekėju suderintą akcijos pavadinimą ir logotipą (1 originalus skydelis ir 1-2 adaptacijos skirtingoms pozicijoms).  1.6. Bendras skydelių parodymų skaičius turi siekti ne mažiau kaip 1 500 000 kartų (iš jų bent 25 proc. tituliniame puslapyje), skydelių dydis turi būti ne mažesnis nei 300x600 px (kompiuteriui skirta svetainės versija) ir 300x250 (mobiliųjų įrenginių svetainės versija). Adaptuojant skirtingų portalų aplinkai skydelio išmatavimai gali būti keičiami, tačiau išlaikant apytikrį bendrą skydelio plotą.  1.7. Reklaminiai skydeliai turi būti transliuojami 3 savaitės iki akcijos pradžios didėjančiu intensyvumu.  1.8. Reklaminiai skydeliai turi būti transliuojami interneto portale, kurio realių vartotojų skaičius per mėnesį yra ne mažesnis nei  1 000 000 pagal Gemius Audience reitingą.  1.9. Paslaugų tiekėjas turi suderinti reklaminių skydelių transliacijos grafiką su užsakovu. Atsiskaitymui tiekėjas pateikia interneto reklaminių skydelių ištransliavimo ataskaitą, kurioje būtų nurodyta, kiek kartų ištransliuoti visi reklaminiai skydeliai. |
|  | Reklaminių skydelių kampanija reklamos platformose | 1.10. Tiekėjas turi parengti ir su užsakovu suderinti reklaminių skydelių kampaniją reklamos platformose.  1.11. Tiekėjui turi būti pateiktas ir su juo suderintas ne mažesnis nei 50 reklamos platformų sąrašas, kuriuose bus transliuojami reklamos skydeliai.  1.12. Reklaminiai skydeliai turi būti transliuojami 3 savaitės iki akcijos pradžios didėjančiu intensyvumu.  1.13. Bendras skydelių parodymų skaičius turi siekti ne mažiau kaip 1 000 000 kartų.  1.14. Atsiskaitymui tiekėjas pateikia interneto reklaminių skydelių ištransliavimo ataskaitą, kurioje būtų nurodyta, kiek kartų ištransliuoti visi reklaminiai skydeliai. |
|  | Straipsniai apie akciją | 1.15. Tiekėjas pagal Užsakovo pateiktą informaciją turi parengti straipsnį (publikaciją) apie Valstybinių miškų urėdijos organizuojamą miškų tvarkymo akciją. Tiekėjas atsako už straipsnių informacijos suradimą, analizę ir apibendrinimą siekiant atskleisti temai keliamus tikslus bei uždavinius. Užsakovas teikia pastabas ir pasiūlymus tiek kartų, kiek Užsakovui yra reikalinga.  1.16. Straipsniai turi būti patalpinti trijuose Lietuvos portaluose, kurių unikalių lankytojų skaičius per mėnesį pagal Gemius Audience duomenis yra ne mažesnis nei 1 000 000. Publikacijos/teksto pavadinimas portalo tituliniame puslapyje turi būti matomas ne mažiau 1 parą po paskelbimo.  1.17. Paslaugų tiekėjas turi užtikrinti šių straipsnių sklaidą portalų socialinių tinklų paskyrose.  1.18. Tekstai gali būti publikuojami tik gavus Užsakovo leidimą elektroniniu paštu. Už iliustracijų/nuotraukų autorystės teisių apsaugą atsako Tiekėjas.  1.19. Straipsniai turi būti skirti Lietuvos visuomenei ir turi būti rengiami taisyklinga lietuvių kalba. Tekstai turi būti koreguojami kalbos redaktorių.  1.20. Atsiskaitymui tiekėjas pateikia visų publikuotų straipsnių kopijas ir ataskaitą apie publikuotų straipsnių peržiūrą.  1.21. Paslaugų tiekėjas taip pat gali pasiūlyti kitų rinkodaros priemonių, kurios padidintų miškų tvarkymo akcijos žinomumą. |
|  | Reklama socialiniuose tinkluose | 1.22. Reklamos socialiniuose tinkluose kampanija turi trukti ne mažiau nei trys savaitės iki akcijos pradžios.  1.23. Kampanijos metu turi būti sukurtos ne mažiau kaip 3 reklamos žinutės/turinio vienetai socialiniame tinkle Facebook, atitinkančios kampanijos įgyvendinimo strategiją bei dizainą, kviečiančios supažinti su miškų tvarkymo akcija ir joje dalyvauti. Bendras reklamos parodymų skaičius turi būti ne mažesnis nei 500 000. |
| 6. | Pagaminti ir iškabinti lauko reklamos stendai | 1.24. Tiekėjas pagal reikalavimus spaudai bei akcijos vizualinį identitetą turi parengti maketą, tinkamą lauko reklamos stendams ir suderinti jį su užsakovu.  1.25. Iš viso tiekėjas turi pagaminti ir iškabinti lauko reklamos maketus 10 lauko reklamos stendų. Tiekėjas atsako už reklamos maketo spaudos broką.  1.26. Lauko reklamos kampanija turi trukti ne trumpiau nei 3 savaitės iki akcijos pradžios.  1.27. Lauko reklamos stendams vietos turi būti parinktos prie išvažiavimo kelių šiuose miestuose: Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai ir Panevėžys, numatant, kad Vilniuje turi būti 4, Kaune ir Klaipėdoje po 2, Šiauliuose ir Panevėžyje – po 1 lauko reklamos stendą.  1.28. Lauko reklamos plokštumos plotas turi būti ne mažesnis nei 18 kv.m. Lauko reklamos stendas turi būti apšviestas.  1.29. Stendo matomumas, važiuojant keliu, turi būti neužstotas kitų reklaminių stendų ar iškabų, medžių ar kitų objektų.  1.30. Tiekėjas suteikia garantiją lauko reklamos stendui su reklaminiu maketu visą reklamos skelbimo laikotarpį. Dėl nenumatytų oro sąlygų sugadintą lauko reklamos stendą su maketu, sugadintą patį maketą ar stendo apšvietimą Tiekėjas įsipareigoja atstatyti per 7 darbo dienas ir, tokiam pačiam terminui, pratęsti reklamos stendo nuomą.  1.31. Tiekėjas turi pateikti ir su užsakovu suderinti lauko reklamos stendų sąrašą. Tiekėjas pateikia užsakovui ne mažiau nei du vienetus reklamos stendų kiekvienai vietai pasirinkti. |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_