

PASLAUGŲ PIRKIMO – PARDAVIMO SUTARTIS

Vilnius

VŠĮ Europos socialinio fondo agentūra, juridinio asmens kodas 192050725 (toliau – **Užsakovas**), atstovaujama direktorės dr. Lauros Girlevičienės, veikiančios pagal įstaigos įstatus ir UAB „**Nuostabu**“, juridinio asmens kodas 304557170 (toliau – **Teikėjas**), atstovaujama direktoriaus Igno Rusilo, veikiančio pagal įmonės įstatus, toliau Užsakovas ir Teikėjas kartu vadinami Šalimis, o atskirai Šalimi susitarėme sudarėme šią paslaugų pirkimo – pardavimo sutartį (toliau – Sutartis):

1. Sutarties objektas

1.1. Sutarties objektas – Lygių galimybių, lyčių lygybės komunikacinės kampanijos paslaugos (toliau – Paslaugos). Konkretūs Paslaugų apibūdinimai pateikti Techninėje specifikacijoje (Sutarties priedas Nr. 1).

2. Sutarties kaina ir atsiskaitymo tvarka

2.1. Pradinė Sutarties vertė (bendra maksimali Sutarties kaina) yra 101 640 Eur 00 ct (šimtas vienas tūkstantis šeši šimtai keturiasdešimt eurų, 00 ct). Į šią sumą įskaičiuoti visi mokesčiai ir visos Teikėjo išlaidos, susijusios su šios Sutarties vykdymu, taip pat ir PVM, kuris yra 17 640 Eur 00 ct (septyniolika tūkstančių šeši šimtai keturiasdešimt eurų, 00 ct).

2.2. Sutarčiai taikoma fiksuoto įkainio kainodara. Įkainiai numatyti Sutarties Teikėjo pasiūlyme (Sutarties priedas Nr. 3) ir Sutarties galiojimo metu negali būti keičiami, išskyrus:

2.2.1. Jeigu Sutarties vykdymo metu pasikeičia PVM mokėjimą reglamentuojantys teisės aktai, darantys tiesioginę įtaką Teikėjo teikiamų Paslaugų Sutartyje nurodytiems įkainiams, Sutartyje nurodyti Paslaugų įkainiai perskaičiuojami jų / juos didinant arba mažinant. Perskaičiavimas įforminamas Sutarties pakeitimu, kuris tampa neatskiriama Sutarties dalimi. Perskaičiuoti įkainiai taikomi už tą Paslaugų dalį, už kurią sąskaita faktūra išrašoma galiojant naujam PVM. Jeigu Paslaugų įkainių perskaičiavimą dėl pasikeitusio (padidėjusio ar sumažėjusio) PVM inicijuoja Teikėjas, jis turi raštu kreiptis į Užsakovą ir pateikti konkrečius skaičiavimus dėl pasikeitusio PVM įtakos Paslaugų įkainiams. Užsakovas taip pat turi teisę inicijuoti įkainių perskaičiavimą dėl pasikeitusio PVM;

2.2.2. Bet kuri šalis turi teisę inicijuoti Paslaugų įkainių perskaičiavimą po 6 (šešių) mėnesių nuo Sutarties įsigaliojimo dienos, jeigu Lietuvos Respublikos metinė infliacija pagal suderintą vartotojų kainų indeksą, remiantis Valstybės duomenų agentūros duomenimis, buvo didesnė nei 5 (penki) proc. arba mažesnė nei 5 (penki) proc. Šalis, inicijuojanti Paslaugų įkainių perskaičiavimą, privalo pateikti tinkamus ir pagrįstus įrodymus, pagrindžiančius Sutartyje nurodytų aplinkybių, suteikiančių teisę keisti Paslaugų kainą, egzistavimą. Šios aplinkybės neturi priklausyti nuo Teikėjo valios, o kainos didinimas / mažinimas neturi būti didesnis kaip 5 (penki) proc. Paslaugų įkainiai laikomi perskaičiuotais, kai Šalys pasirašo susitarimą dėl jos perskaičiavimo, kuris tampa neatskiriama Sutarties dalis. Perskaičiuota įkainiai taikomi už tą Paslaugų dalį, už kurią sąskaita faktūra išrašoma galiojant perskaičiuotiems įkainiams.

2.3. Mokėjimai atliekami eurais. Atsiskaitoma su Teikėju už faktiškai suteiktas Paslaugas, esant Paslaugų rezultatui, t. y. tinkamai, kokybiškai ir laiku organizuotai ir įvykdytai komunikacinei kampanijai, pavedimu į Teikėjo rekvizituose nurodytą sąskaitą, ne vėliau kaip per 60 (šešiasdešimt)

kalendorinių dienų nuo PVM sąskaitos faktūros gavimo dienos. PVM sąskaitos faktūros išrašymo pagrindas yra Sutarties Šalių pasirašytas Paslaugų perdavimo aktas. Paslaugų perdavimo aktas pasirašomas jei Paslaugos atitinka Sutarties reikalavimus yra suteiktos tinkamai, kokybiškai ir laiku bei įvykdyti kiti Sutartiniai įsipareigojimai.

2.4. Teikėjas sąskaitas privalo teikti tik elektroniniu būdu. Sąskaitos faktūros priimamos ir apdorojamos vadovaujantis Lietuvos Respublikos finansinės apskaitos įstatymo 6 straipsnio 4 dalimi, išskyrus Lietuvos Respublikos viešųjų pirkimų įstatymo 22 straipsnio 12 dalyje nustatytus atvejus. Elektroninės sąskaitos faktūros, atitinkančios Europos elektroninių sąskaitų faktūrų standartą, teikiamos Teikėjo pasirinktomis priemonėmis. Europos elektroninių sąskaitų faktūrų standarto neatitinkančios elektroninės sąskaitos faktūros gali būti teikiamos tik naudojantis informacinės sistemos „SABIS“ priemonėmis. Šiame straipsnyje elektroninė sąskaita faktūra suprantama kaip sąskaita faktūra, išrašyta, perduota ir gauta tokiu elektroniniu formatu, kuris sudaro galimybę ją apdoroti automatiškai ir elektroniniu būdu.

2.5. Apmokėjimas laikomas įvykdytu, kai pinigai patenka į Teikėjo rekvizituose nurodytą sąskaitą. Teikėjas privalo raštu informuoti Užsakovą apie banko sąskaitos pasikeitimus.

3. Šalių teisės ir pareigos

3.1. Teikėjas įsipareigoja:

3.1.1. tinkamai, kokybiškai ir laiku suteikti Paslaugas pagal Sutartyje ir Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose nustatytus reikalavimus;

3.1.2. vykdyti Užsakovo teisėtus nurodymus susijusius su Sutarties vykdymu;

3.1.3. visiškai atlyginti Užsakovui nuostolius, jei Teikėjas, jo darbuotojai ir kiti asmenys, susiję su Teikėju nesilaikytų Lietuvos Respublikoje galiojančių įstatymų ir kitų teisės aktų ir dėl to Užsakovui būtų pateikti kokie nors reikalavimai ar pradėti procesiniai veiksmai, ar Užsakovas patirtų žalą;

3.1.4. paskirti už Sutarties vykdymą atsakingą asmenį, kuris pastoviai atliktų pagal Sutartį Teikėjo teikiamų Paslaugų kokybės kontrolę;

3.1.5. išsaugoti visą Sutarties ir iš Užsakovo gautą informaciją, ir be Užsakovo sutikimo nenaudoti tokios informacijos ir jos neatskleisti jokiame kitame asmeniui, išskyrus asmenis, paskirtus vykdyti Sutartį. Sutarties turinys tokiems asmenims atskleidžiamas tik tiek, kiek to reikia Sutarties vykdymo tikslai. Šis įsipareigojimas yra netaikomas, kai Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose nustatyta tvarka informacijos apie pirkimą (taip pat ir Sutartį) pareikalauja teisėsaugos, kontrolės ir kitos institucijos turinčios tokią teisę;

3.1.6. tinkamai, kokybiškai ir laiku vykdyti įsipareigojimus numatytus Sutartyje ir kituose Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose.

3.2. Teikėjas turi teisę:

3.2.1. gauti apmokėjimą Sutartyje nustatyta tvarka, su sąlyga, kad jis tinkamai, kokybiškai ir laiku vykdo Sutartį.

3.3. Teikėjas turi kitas Sutartyje ir Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose numatytas teises ir pareigas.

3.4. Užsakovas įsipareigoja:

3.4.1. apmokėti Teikėjui už Paslaugas Sutartyje nustatyta tvarka.

3.5. Užsakovas turi teisę:

3.5.1. kontroliuoti Sutarties vykdymą bei duoti Teikėjui nurodymus, kad būtų tinkamai, kokybiškai ir laiku įvykdyta Sutartis;

3.5.2. nemokėti Teikėjui už netinkamai, nekokybiškas ir (ar) ne laiku suteiktas Paslaugas.

3.6. Užsakovas turi kitas Sutartyje ir Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose numatytas teises ir pareigas.

4. Sutarties galiojimas, vykdymas, keitimas

4.1. Sutartis įsigalioja Sutarties Šalims ją pasirašius ir galioja iki visiško Šalių įsipareigojimų įvykdymo arba ji nutraukiama Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose ar Sutartyje nustatytais atvejais.

4.2. Paslaugos turi būti suteiktos per 9 (devynis) mėn. nuo Sutarties įsigaliojimo dienos. Šie terminai gali būti pratęsti iki 3 (trijų) mėnesių ne dėl Teikėjo kaltės, tuo atveju, jeigu būtų pratęstas 2024 m. kovo 18 d. Projekto „Koordinatorių modelio išbandymas ir lyčių lygybės politikos stiprinimas“ Nr. 07-015-P-0001 (toliau – Projektas) sutartyje numatytas Projekto veiklų vykdymo terminas, tačiau ne ilgiau nei Sutarties vertė pasieks Sutarties 2.1 punkte nurodytą sumą, esant šioms aplinkybėms (pateikiami aplinkybes pagrindžiantys dokumentai):

4.2.1. atsiradus nenumatytoms aplinkybėms, dėl kurių keičiasi Sutartyje ar nurodyti sprendimai (techniniai, finansiniai, partnerystės ir kt.), kurie gali turėti esminės reikšmės tinkamam Sutarties įvykdymui;

4.2.2. dėl teisės aktų, kurie turi įtakos sutartinių prievolių vykdymui, pasikeitimo, panaikinimo, naujų teisės aktų įsigaliojimo;

4.2.3. esant kitoms nenumatytoms aplinkybėms, kurių atsiradimo sutarties šalys negalėjo numatyti pasiūlymo pateikimo ar Sutarties sudarymo metu, šių aplinkybių negali kontroliuoti ir jų kilimo rizikos neprisiėmė nė viena iš Sutarties šalių.

4.3. Paslaugų teikimo vieta – Lietuvos Respublikos teritorija.

4.4. Sutarties sąlygos Sutarties galiojimo laikotarpiu negali būti keičiamos, išskyrus tokias Sutarties sąlygas, kurias pakeitus nebūtų pažeisti Lietuvos Respublikos viešųjų pirkimų įstatymo 17 straipsnyje nustatyti principai ir tikslai. Sutarties sąlygų keitimu nebus laikomas Sutarties sąlygų koregavimas joje numatytomis aplinkybėmis, jei šios aplinkybės nustatytos aiškiai ir nedviprasmiškai bei buvo pateiktos pirkimo dokumentuose. Tais atvejais, kai Sutarties sąlygų keitimo būtinybės nebuvo įmanoma numatyti rengiant pirkimo dokumentus ir (ar) Sutarties sudarymo metu, Sutarties Šalys gali keisti tik neesmines Sutarties sąlygas, arba atlikti pakeitimus numatytus Lietuvos Respublikos viešųjų pirkimų įstatymo 89 straipsnyje ir kituose viešuosius pirkimus reglamentuojančiuose teisės aktuose.

4.5. Sutarties vykdymo metu atsiradus nenumatytoms, nuo Šalių nepriklausančioms aplinkybėms, atsiradusiomis ne dėl Šalių kaltės (išskyrus nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybes), dėl kurių Šalis negali vykdyti Sutarties ir kurių nebuvo galima numatyti Sutarties sudarymo metu (aplinkybės turi būti pagrįstos objektyviais įrodymais iš kurių aiškiai būtų galima spręsti, kad tokios aplinkybės susiklostė), Šalis nedelsiant pateikia tai patvirtinančius įrodymus kitai Šaliai, kuri sprendžia klausimą dėl Sutarties vykdymo sustabdymo iki minėtų aplinkybių išnykimo. Išnykus šiame punkte nurodytoms aplinkybėms (pateikiami objektyvūs įrodymai iš kurių aiškiai būtų galima spręsti, kad tokios aplinkybės išnyko), Sutarties vykdymas tęsiamas tam terminui, kiek buvo likę vykdyti Sutartį iki Sutarties vykdymo sustabdymo.

4.6. Jei bet kuri šios Sutarties nuostata tampa ar pripažįstama visiškai ar iš dalies negaliojanti, tai neturi įtakos kitų Sutarties nuostatų galiojimui.

4.7. Sutarties galiojimo termino pabaiga neatleidžia Sutarties Šalių nuo civilinės atsakomybės už Sutarties pažeidimą.

5. Šalių atsakomybė

5.1. Jei Teikėjas nesuteikia Paslaugų pagal Sutartį, ar nevykdo kitų Sutartyje numatytų įsipareigojimų, Užsakovas turi teisę be oficialaus įspėjimo ir nesumažindamas kitų savo teisių gynimo būdų pradėti skaičiuoti 0,03 % (trijų šimtųjų proc.) delspinigius nuo nesuteiktų Paslaugų kainos be PVM už kiekvieną Sutartyje numatytų įsipareigojimų nevykdymo dieną.

5.2. Jei dėl vėlavimo neįmanoma tinkamai naudotis kitais, jau suteiktų Paslaugų rezultatais, 5.1 punkte nurodyti delspinigiai skaičiuojami nuo bendros Sutarties kainos.

5.3. Jei Užsakovas įgijo teisę reikalauti delspinigius, jis gali:

5.3.1. pareikalauti sumokėti delspinigius, kuriuos Teikėjas privalo apmokėti per Užsakovo nurodytą terminą;

5.3.2. nutraukti Sutartį – šiuo atveju Teikėjui nepriklauso jokia kompensacija.

5.4. Teikėjas privalo atlyginti dėl jo kaltės patirtus tiesioginius nuostolius ir papildomas išlaidas (pvz.: teisinės paslaugos, skolos išieškojimas ir kt.).

5.5. Jei Užsakovas dėl savo kaltės neatlieka apmokėjimo Sutartyje nurodytu terminu, Teikėjui raštu pareikalavus, Užsakovas moka Teikėjui 0,03 % (trijų šimtųjų proc.) delspinigius nuo neapmokėtos sumos už faktiškai suteiktas ir pagal Paslaugų perdavimo aktą priimtas Paslaugas už kiekvieną uždelstą dieną. Delspinigiai skaičiuojami iki apmokėjimo dienos.

5.6. Jeigu Teikėjas vėluoja vykdyti sutartinius įsipareigojimus per Sutartyje ar Užsakovo nurodytą terminą arba juos vykdo netinkamai, Užsakovas gali, neprarasdama teisės į kitas savo teisių gynimo priemones pagal Sutartį, skirti Teikėjui 5 % dydžio baudą nuo bendros Sutarties kainos už kiekvieną pažeidimo atvejį. Baudos sumokėjimas neatleidžia nuo Sutarties įsipareigojimų vykdymo.

6. Subtiekiejų bei specialistų pasitelkimas ir keitimas

6.1. Teikėjas įsipareigoja užtikrinti, kad Sutartį vykdys pirkime pasiūlyti ir kvalifikacijos bei kitus pirkimo dokumentuose nustatytus reikalavimus atitinkantys subtiekiejai ir (ar) specialistai. Šių asmenų veiksmai vykdant Sutartį Teikėjui sukelia tokias pačias pasekmes ir atsakomybę, kaip jo paties veiksmai. Teikėjas atsako už savo subtiekiejų ir specialistų veiksmus ar neveikimą.

6.2. Sutarties vykdymui pasitelkiami subtiekiejai ir (ar) specialistai (jeigu tokie pasitelkiami) nurodyti Sutarties priede Nr. 2.

6.3. Teikėjas turi teisę Sutarties vykdymui pasitelkti naujus, subtiekiejus, kurių pajėgumais nesirėmė pirkimo dokumentuose numatytiems kvalifikacijos reikalavimams pagrįsti. Sudarius Sutartį, tačiau ne vėliau negu Sutartis pradėdama vykdyti, Teikėjas įsipareigoja Užsakovui pranešti tuo metu žinomų subtiekiejų pavadinimus, kontaktinius duomenis ir jų atstovus. Užsakovas taip pat reikalauja, kad Teikėjas ne vėliau nei prieš 15 (penkiolika) kalendorinių dienų informuotų apie minėtos informacijos pasikeitimus bei naujų subtiekiejų pasitelkimą visu Sutarties vykdymo metu. Teikėjas (jeigu buvo taikoma pirkimo dokumentuose) turi patikrinti, ar nėra subtiekiejo pašalinimo pagrindų ir subtiekiejo atitiktį nacionalinio saugumo interesams ir kilmės reikalavimams. Jeigu subtiekiejo padėtis neatitinka bet vieno iš nurodytų reikalavimų, Užsakovas reikalauja pakeisti šį subtiekieją reikalavimus atitinkančiu subtiekieju. Užsakovas per 5 (penkias) darbo dienas raštu informuoja Teikėją apie leidimą pasitelkti naują subtiekieją, kurio pajėgumais Teikėjas nesirėmė pirkimo dokumentuose numatytiems kvalifikacijos reikalavimams pagrįsti. Užsakovui sutikus, Šalys pasirašo Susitarimą, kuris laikomas neatsiejama Sutarties dalimi.

6.4. Teikėjas gali keisti Sutartyje nurodytus subtiekiejus ir (ar) specialistus šiame Sutarties poskyryje

nustatytais atvejais ir tvarka gavęs Užsakovo rašytinį sutikimą.

6.5. Subtiekęjas, kurių pajėgumais Teikėjas nesirėmė pirkimo dokumentuose numatytiems kvalifikacijos reikalavimams pagrįsti, Teikėjas gali keisti savo nuožiūra, apie tai raštu ne vėliau, kaip prieš 5 (penkias) darbo dienas informuodamas Užsakovą. Užsakovas (jeigu buvo taikoma pirkimo dokumentuose) turi patikrinti, ar nėra subtiekęjo pašalinimo pagrindų ir subtiekęjo atitiktį nacionalinio saugumo interesams ir kilmės reikalavimams. Jeigu subtiekęjo padėtis neatitinka bent vieno iš nurodytų reikalavimų, Užsakovas reikalauja pakeisti šį subtiekęją reikalavimus atitinkančiu subtiekęju. Užsakovas per 5 (penkias) darbo dienas raštu informuoja Teikėją apie leidimą pakeisti subtiekęją. Užsakovui sutikus, Šalys pasirašo Susitarimą, kuris laikomas neatsiejama Sutarties dalimi.

6.6. Subtiekęjas, kurio pajėgumais Teikėjas rėmėsi, kad atitiktų pirkimo dokumentuose nustatytus kvalifikacijos reikalavimus, gali būti keičiamas tik šiais atvejais:

6.6.1. kai subtiekęjui iškelta bankroto byla, pradėtas bankroto procesas ne teismo tvarka, jis tampa nemokus arba yra nemokumo tikimybė, sustabdo ūkinę veiklą ar kai įstatymuose ir kituose teisės aktuose nustatyta tvarka susidaro analogiška situacija;

6.6.2. kai subtiekęjas dėl objektyvių priežasčių (pavyzdžiui, subtiekęjui atsisakius dalyvauti Sutarties vykdyme, nutrūkus teisiniams santykiams su Teikėju ir pan.) nebegali vykdyti visų ar dalies Sutartyje numatytų įsipareigojimų.

6.6.3. Naujas subtiekęjas, kuris keičiamas vietoje subtiekęjo, kurio pajėgumais Teikėjas rėmėsi, kad atitiktų pirkimo dokumentuose nustatytus kvalifikacijos reikalavimus (toliau – naujas subtiekęjas), turi atitikti pirkimo dokumentuose nustatytus reikalavimus dėl pašalinimo pagrindų nebuvimo, keliamus kvalifikacijos reikalavimus, Teikėjo pasiūlyme nurodytą keičiamo subtiekęjo kvalifikaciją pirkimo dokumentuose nustatytiems kokybiniais kriterijams pagrįsti ir nacionalinio saugumo interesus bei kilmės reikalavimus (jei taikoma).

6.7. Teikėjo (ar subtiekęjų) specialistas, vykdysiantis Sutartį, gali būti pakeisti šiais atvejais:

6.7.1. Teikėjo iniciatyva dėl objektyvių priežasčių (pavyzdžiui, atostogų, ligos, nutrūkus darbo santykiams ir pan.), pateikus duomenis apie numatomą naujai skirti specialistą bei jo kvalifikaciją ir atitiktį kitiems pirkimo dokumentuose keliamiems reikalavimams patvirtinančius dokumentus;

6.7.2. Užsakovo iniciatyva, jei Teikėjas turi pagrįstų įtarimų, kad Teikėjo Sutarties vykdymui paskirtas specialistas nekompetentingas vykdyti nustatytas pareigas.

6.7.3. Naujas specialistas turi turėti ne žemesnę nei pirkimo dokumentuose specialistui keliamą kvalifikaciją, Teikėjo pasiūlyme nurodytą keičiamo specialisto kvalifikaciją pirkimo dokumentuose nustatytiems kokybiniais kriterijams pagrįsti ir nacionalinio saugumo interesus bei kilmės reikalavimus, nurodytus pirkimo dokumentuose (jei taikoma).

6.8. Teikėjas privalo ne vėliau nei prieš 5 (penkias) darbo dienas iki numatomo subtiekęjo, kurio pajėgumais Teikėjas rėmėsi, kad atitiktų pirkimo dokumentuose nustatytus kvalifikacijos reikalavimus, ar specialisto keitimo pateikti Užsakovui argumentuotą rašytinį prašymą ir šiuos dokumentus:

6.8.1. prašymą pakeisti subtiekęją ar specialistą, paaiškinant keitimo aplinkybę. Užsakovas pasilieka teisę paprašyti įrodymų, pagrindžiančių keitimo aplinkybę;

6.8.2. naujo subtiekęjo ar specialisto kvalifikaciją, pašalinimo pagrindų nebuvimą ir atitiktį nacionalinio saugumo interesams bei kilmės reikalavimams įrodančius dokumentus pagal Sutarties reikalavimus.

6.9. Užsakovas, gavęsi Teikėjo prašymą su kitais Sutartyje nurodytais dokumentais, per 5 (penkias) darbo dienas įvertina keitimo galimybes ir raštu informuoja Teikėją apie leidimą pakeisti subtiekęją ar specialistą. Užsakovui sutikus, Šalys pasirašo Susitarimą, kuris laikomas neatsiejama Sutarties dalimi.

6.10. Naujas subteikėjas ar specialistas gali pradėti vykdyti jiems Teikėjo pavestus įsipareigojimus pagal Sutartį ne anksčiau, nei bus pasirašytas Susitarimas.

6.11. Teikėjas privalo pakeisti subteikėją ar specialistą, jei paaiškėja, kad jis neatitinka jam pirkimo dokumentuose keliamų reikalavimų.

6.12. Jei Teikėjas pakeičia esamą arba pasitelkia naują subteikėją ar specialistą, negavęs Užsakovo raštiško sutikimo, arba sutartinius įsipareigojimus pagal Sutartį vykdo subteikėjai ar specialistai, neatitinkantys pirkimo dokumentuose nustatytų kvalifikacijos reikalavimų, reikalavimų dėl pašalinimo pagrindų nebuvimo, atitikties nacionalinio saugumo interesams bei kilmės reikalavimams (jei taikoma) ir Teikėjo pasiūlyme nurodytų sąlygų pirkimo dokumentuose nustatytiems kokybiniais kriterijams pagrįsti (jei taikoma), Teikėjui taikoma 5 proc. dydžio bauda nuo pasiūlymo kainos už pažeidimo atvejį.

6.13. Užsakovas ne vėliau kaip per 5 (penkias) darbo dienas nuo informacijos apie subteikėjus pasitelkimą gavimo dienos raštu informuoja subteikėjus apie tiesioginio atsiskaitymo galimybę. Subteikėjui pateikus raštišką prašymą (kartu su Teikėjo raštišku pritarimu) Užsakovui, gali būti tiesiogiai atsiskaitoma su subteikėju. Subteikėjai sąskaitas faktūras pateikia per Teikėją.

6.14. Tais atvejais, kai subteikėjas išreiškia norą pasinaudoti tiesioginio atsiskaitymo galimybe, turi būti sudaroma trišalė sutartis tarp Užsakovo, Teikėjo ir jo subteikėjo, kurioje aprašoma tiesioginio atsiskaitymo su subteikėju tvarka, atsižvelgiant į pirkimo dokumentuose ir subteikimo sutartyje nustatytus reikalavimus.

7. Sutarties nutraukimas

7.1. Šalis, prieš 10 (dešimt) darbo dienų įspėjusi raštu kitą Šalį, gali nutraukti Sutartį, jei ji nevykdo ar netinkamai įvykdo sutartinius įsipareigojimus ir tai yra esminis Sutarties pažeidimas (Paslaugų nesuteikimas Sutartyje nustatytu laiku (Sutarties 4.2 p. numatytą Paslaugų terminą), nevykdymas ar netinkamas Sutarties vykdymas ar Užsakovo teisėtų reikalavimų nevykdymas laikomas esminiu Sutarties pažeidimu be išlygų). Nustatydamas kitą esminį Sutarties pažeidimą Šalis privalo vadovautis Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 6.217 straipsnio nuostatomis.

7.2. Sutartis gali būti nutraukta abipusiu raštišku Šalių susitarimu.

7.3. Užsakovas gali nutraukti Sutartį Lietuvos Respublikos viešųjų pirkimų įstatymo 90 straipsnio 1 dalyje nustatytais pagrindais.

7.4. Užsakovas turi teisę vienašališkai nutraukti Sutartį, nesant Sutarties pažeidimo, raštu įspėjęs Teikėją prieš 30 (trisdešimt) kalendorinių dienų.

7.5. Sutartis gali būti nutraukta kitais Sutartyje ir Lietuvos Respublikoje galiojančiuose teisės aktuose nustatytais atvejais.

7.6. Kai nutraukiama Sutartis, Užsakovas, dalyvaujant Teikėjui ar jo atstovams inventorizuoja faktiškai suteiktas Paslaugas. Taip pat parengiama ataskaita apie Sutarties nutraukimo dieną esančius Šalių įsiskolinimus.

7.7. Sutarties nutraukimas nepanaikina teisės reikalauti atlyginti nuostolius, atsiradusius dėl Sutarties neįvykdymo, bei netesybas.

7.8. Jei Sutartis nutraukiama dėl Teikėjo kaltės, Užsakovo patirti nuostoliai ar išlaidos gali būti išieškomi išskaičiuojant juos iš Teikėjui mokėtinos sumos.

8. Ginčų sprendimas

8.1. Šalys dės visas pastangas, kad visi ginčai dėl šios Sutarties vykdymo būtų sprendžiami derybų keliu. Nepavykus išspręsti ginčo derybų keliu, ginčas sprendžiamas Lietuvos Respublikos teisme pagal Užsakovo buveinės vietą.

9. Nenugalimos jėgos aplinkybės

9.1. Šalis gali būti visiškai ar iš dalies atleidžiama nuo atsakomybės dėl ypatingų ir neišvengiamų aplinkybių - nenugalimos jėgos (force majeure), nustatytos ir jas patyrusios Šalies įrodytos pagal Lietuvos Respublikos civilinį kodeksą, Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1996 m. liepos 15 d. nutarimą Nr. 840 „Dėl Atleidimo nuo atsakomybės esant nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybėms taisyklių patvirtinimo“ ir Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1997 m. kovo 13 d. nutarimą Nr. 222 „Dėl Nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybės liudijančių pažymų išdavimo tvarkos patvirtinimo“. Šalis, negalinti laiku įvykdyti savo sutartinių įsipareigojimų dėl nenugalimos jėgos aplinkybių, turi kiek įmanoma greičiau, bet ne vėliau kaip per tris darbo dienas nuo aplinkybių paaiškėjimo dienos raštu informuoti apie tai kitą Šalį. Šalis, pažeidusi nurodytą terminą, atleidžiama nuo atsakomybės tik nuo to momento, kada kita Šalis gavo jos pranešimą apie nenugalimos jėgos aplinkybes.

10. Kitos sąlygos

10.1. Nė viena Šalis neturi teisės perleisti visų arba dalies teisių ir pareigų pagal šią Sutartį jokiame trečiajam asmeniui be išankstinio kitų Šalių sutikimo.

10.2. Visi Sutartyje neaptarti klausimai sprendžiami vadovaujantis Lietuvos Respublikoje galiojančiais teisės aktais.

10.3. Už Sutarties vykdymą atsakingi asmenys (apie žemiau nurodytų asmenų pasikeitimus, Šalys viena kitą informuoja raštu):

Užsakovas	Teikėjas
Projektu koordinavimas [redacted], mob. # [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]	Konkretus projektas [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]

10.4. Sutartis sudaryta lietuvių kalba vienu egzemplioriumi, pasirašytu elektroniniais parašais.

10.5. Sutarties Šalys patvirtina, kad Sutartį perskaitė, suprato jos turinį ir pasekmes, priėmė ją kaip atitinkančią jų tikslus ir pasirašė.

10.6. Visi priedai prie šios Sutarties yra neatskiriama šios Sutarties dalis.

10.7. Visi Sutarties priedai pasirašyti tarp Sutarties Šalių po šios Sutarties pasirašymo tampa neatskiriama šios Sutarties dalimi. Sutarties pakeitimai ir papildymai galioja tik tuomet, jei yra patvirtinti Sutarties Šalių parašais.

10.8. Sutarties priedai:

10.8.1. Sutarties priedas Nr. 1 – Techninė specifikacija.

10.8.2. Sutarties priedas Nr. 2 – Specialistų, teikiančių paslaugas, sąrašas.

10.8.3. Sutarties priedas Nr. 3 - Teikėjo pasiūlymas (kopija).

11. Šalių rekvizitai**Užsakovas:****VšĮ Europos socialinio fondo agentūra**

Juridinio asmens kodas: 192050725

Adresas: M. Katkaus g. 44, 09217 Vilnius

Tel. +370 5 264 9340

El. p. info@esf.lt

Ats. sąsk. Nr. LT28 7044 0600 0095 9215

Bankas: Lietuvos Respublikos finansų ministerija

Banko kodas: 40400

PVM mokėtojo kodas: LT100012270012

Direktorė

dr. Laura Girlevičienė

Teikėjas:**UAB „Nuostabu“**

Juridinio asmens kodas: 304557170

Adresas: Laisvės pr. 60-1107, 05120 Vilnius

Tel. +370 639 41183

El. p. ignas@nuostabu.lt

Ats. sąsk. Nr. LT34 7044 0600 0830 4238

Bankas: AB SEB bankas

Banko kodas: 70440

PVM mokėtojo kodas: LT100011222118

Direktorius

Ignas Rusilas

SPECIALISTŲ, TEIKIANČIŲ PASLAUGAS, SĄRAŠAS

Eil. Nr.	Specialisto pareigos (funkcijos) teikiant paslaugas	Specialisto vardas, navardė	Specialisto teisiniai santykiai su Teikėju ¹

¹ Teikėjo darbuotojas / subtiekęjas (subtiekęjo darbuotojas) / subtiekęjas (subtiekęjo darbuotojas), kurio pajėgumais remiamasi grindžiant atitikimą pirkimo sąlygose nustatytiems kvalifikacijos reikalavimams



Pirkimo sąlygų 5 priedas

Europos socialinio fondo agentūrai

**PASIŪLYMAS
DĖL SMURTO ARTIMOJE APLINKOJE
PREVENCIJOS IR LYGIŲ GALIMYBIŲ, LYČIŲ
LYGYBĖS KOMUNIKACINIŲ KAMAPNIŲ SUKŪRIMO IR ĮGYNENDINIMO
PASLAUGŲ**

2025 m. sausio 27 d.
(Data)

1. INFORMACIJA APIE TIEKĖJĄ¹

Tiekėjo arba tiekėjų grupės narių pavadinimas (-ai)	UAB „Nuostabu“
Tiekėjo arba tiekėjų grupės narių juridinio asmens kodas (-ai) (tuo atveju, jei Pasiūlymą teikia fizinis asmuo – verslo pažymėjimo Nr. ar pan.)	304557170
Tiekėjo arba tiekėjų grupės narių PVM mokėtojo kodas (-ai)	LT100011222118
Tiekėjų grupės narys, atstovaujantis arba vadovaujantis tiekėjų grupei (pildoma, jei Pasiūlymą teikia tiekėjų grupė)	
Tiekėjo arba atstovaujančio tiekėjų grupės nario adresas, telefono numeris, el. paštas	Laisvės pr. 60-1107, LT-05120 Vilnius +370 639 41183, ignas@nuostabu.lt
Tiekėjo arba atstovaujančio tiekėjų grupės nario banko pavadinimas, banko kodas, sąskaitos Nr.	LT347044060008304238 AB SEB bankas Banko kodas: 70440
Tiekėjo asmens, įgalioto pasirašyti sutartį, vardas, pavardė, pareigos	Ignas Rusilas, direktorius
Tiekėjo asmens, atsakingo už dalyvavimą pirkime, vardas, pavardė, telefono numeris, el. paštas	Ignas Rusilas, direktorius, +370 639 41183, ignas@nuostabu.lt

2. INFORMACIJA APIE PLANUOJAMUS PASITELKTI SUBTIEKĖJUS AR RĖMIMĄSI KITŲ ŪKIO SUBJEKTŲ PAJĖGUMAIS²

2.1. Ūkio subjektai, kurių pajėgumais tiekėjas remiasi, kad atitiktų techninio ir (arba) profesinio pajėgumo reikalavimus:

Eil. Nr.	Ūkio subjekto vardas, pavardė arba pavadinimas Subtiekėjo juridinio asmens kodas (-ai) (tuo atveju, jei Pasiūlymą teikia fizinis asmuo - verslo pažymėjimo Nr. ar pan.)	Pirkimo sutarties objekto dalies, perduodamos vykdyti ūkio subjektui, aprašymas ir perduodamų įsipareigojimų dalis (procentais) nuo pasiūlymo kainos su PVM
1	2	3
1.	MB „Mažylis dirba“, 304787488	Režisierius, Prodiuseris, Operatorius; 7%

¹ Tiekėjas privalo užpildyti lentelę.

² Pildoma, jei pasitelkiamas subtiekėjas ar remiamasi kitų ūkio subjektų pajėgumais.

Pirkimo sąlygų 5 priedas

2.2. Kvizisubtiekejai – subtiekejai, kurių kvalifikacija tiekėjas remiasi, ir kurie pasiūlymo teikimo metu dar nėra tiekėjo, ūkio subjekto, kurio pajėgumais tiekėjas remiasi, ar subtiekejo darbuotojai, tačiau juos ketinama įdarbinti, jei pasiūlymas bus pripažintas laimėjusiu:

Eil. Nr.	Kvizisubtiekejo vardas ir pavardė arba pavadinimas Kvizisubtiekejo juridinio asmens kodas (-ai) (tuo atveju, jei Pasiūlymą teikia fizinis asmuo - verslo pažymėjimo Nr. ar pan.)	Pirkimo sutarties objekto dalies, perduodamos vykdyti kvzisubtiekejui, aprašymas ir perduodamų išpareigojimų dalis (procentais) nuo pasiūlymo kainos su PVM
1	2	3
1.		

2.3. Subtiekejai, kurių pajėgumais tiekėjas nesiremia, jeigu jie yra žinomi. Subtiekejai nėra laikomi ūkio subjektais, kurių pajėgumais remiamasi, jeigu šie tik vykdo sutartines tiekėjo prievoles, tačiau tiekėjas nesiremia jų pajėgumais, kad atitiktų techninio ir (arba) profesinio pajėgumo reikalavimus:

Eil. Nr.	Subtiekejo vardas, pavardė arba pavadinimas Subtiekejo juridinio asmens kodas (-ai) (tuo atveju, jei Pasiūlymą teikia fizinis asmuo - verslo pažymėjimo Nr. ar pan.)	Pirkimo sutarties objekto dalies, perduodamos vykdyti subtiekejui, aprašymas ir perduodamų išpareigojimų dalis (procentais) nuo pasiūlymo kainos su PVM
1	2	3
1.	Delfi, UAB; 125483974	Viešinimas internete; 6%
2.	15Min, UAB; 126366874	Viešinimas internete; 6%
3.	LIETUVOS NACIONALINIS RADIJAS IR TELEVIZIJA, VšĮ; 124241078	Viešinimas televizijoje; 29%
4.	Laisvas ir nepriklausomas kanalas, UAB; 123026090	Viešinimas televizijoje; 5%
5.	LT Advert, UAB; 301165577	Viešinimas lauko ekranuose; 10%
6.	Katos grupė, KB; 300028287	Viešinimas lauko ekranuose; 10%
7.	UAB "Media Traffic"; 302326503	Viešinimas viešojo transporto ekranuose; 15%
8.	UAB "Vilniaus viešasis transportas"; 302683277	Viešinimas viešojo transporto ekranuose, 5%

2.4. Su Pasiūlymu pateikiame subtiekejų/ ūkio subjektų, kurių pajėgumais remiamasi deklaracijas (pirkimo sąlygų 4.5 priedas), patvirtinančias, kad subtiekejai bus prieinami sutarties vykdymo metu.

2.5. Su Pasiūlymu pateikiame specialistų, kurie bus įdarbinti (kvzisubtiekejų) sutikimus dalyvauti pirkime (pirkimo sąlygų 4.4 priedas), patvirtinančius, kad specialistas išpareigojo konkurso laimėjimo atveju atlikti funkcijas, kurių įgyvendinimui buvo pateikta jo kandidatūra, ir pagal poreikį dirbti visą numatytą laiką, kiek tai reikalinga jo funkcijoms atlikti.

3. PASIŪLYMO KAINA

2 pirkimo objekto daliai:

Eil. Nr.	Pirkimo objektas, mato vienetas	Matavimo vnt.	Kiekis, vnt.	Vieneto įkainis EUR be PVM	Pasiūlymo kaina EUR be PVM (4x5)
1	2	3	4	5	6
1.	Lygių galimybių, lyčių lygybės komunikacinė kampanija (kampanijos sukūrimas ir įgyvendinimas: vaizdo klipų paruošimas (internetui ir televizijai) ir transliacija; reklaminių skydelių (banerių) paruošimas (internetui) ir transliacija; led lauko ekranų ir viešojo transporto ekranų vaizdo klipų/banerių paruošimas ir transliacija) <i>Tiekėjo siūlomi du nacionalinės aprėpties televizijos kanalai – LRT, InfoTV (šioje vietoje tiekėjas įrašo savo siūlymą)*;</i> <i>Tiekėjo siūlomi ne mažiau kaip du naujienų portalai – delfi.lt, 15min.lt (šioje vietoje tiekėjas įrašo savo siūlymą)*;</i> <i>Tiekėjo siūlomi ne mažiau kaip po vieną lauko reklamos paslaugų (Led ekranų) teikėjai nurodytuose miestuose – LT Advert, Katos grupė (šioje vietoje tiekėjas įrašo savo siūlymą)*;</i>	kampanija	2	42 000,00	84 000,00

³ Pasiūlymo kaina EUR su PVM bus naudojama pasiūlymų vertinimui. Pasiūlymo kaina EUR su PVM turi apimti visas tiekėjo išlaidas, mokesčius įskaitant sąskaitų pateikimo kaštus per „E.sąskaita“ sistemą.

Pirkimo sąlygų 5 priedas

<i>Tiekėjo siūlomi ne mažiau kaip po vieną viešojo transporto reklamos paslaugų teikėjai nurodytuose miestuose – Media traffic, VVT (šioje vietoje tiekėjas įrašo savo siūlymą)*.</i> <i>*teikėjas, nurodydamas kanalus/portalus/lauko reklamos paslaugų teikėjus/viešojo transporto reklamos paslaugų teikėjus, turi pateikti ir jų užpildytą pasirašytą pirkimo sąlygų 4.5 priedą.</i>				
Pasiūlymo kaina EUR be PVM (aštuoniasdešimt keturi tūkstančiai Eur, 00 ct)				84 000,00
PVM (pildoma, jei taikoma)**				17 640,00
Pasiūlymo kaina EUR su PVM⁴ (šimtas vienas tūkstantis šeši šimtai keturiasdešimt Eur, 00 ct)				101 640,00

** Jei „PVM“ laukas nepildomas, nurodykite priežastis, dėl kurių PVM nemokamas⁵:

3.2. Tiekėjas turi į pasiūlymo kainą įskaiciuoti visas su paslaugų teikimu susijusias išlaidas.

4. KITA INFORMACIJA

Kartu su pasiūlymu pateikiami šie dokumentai:

Eil. Nr.	Dokumentas	Prisegtos bylos (failo) pavadinimas
1	2	3
1.	EBVPD	EBVPD
2.	8.5.1 priedas Tiekėjo deklaracija dėl atitikties Reglamento nuostatomis (I-IV dalimis)	8.5.1 priedas Tiekėjo deklaracija dėl atitikties Reglamento nuostatomis (I-IV dalimis)
3.	Specialistų sąrašas, patirtis	Specialistų sąrašas, patirtis
4.	Sutarčių sąrašas	Sutarčių sąrašas
5.	Subtiekėjų deklaracijos	Subtiekėjų deklaracijos

Pasiūlymas galioja 90 kalendorinių dienų nuo pasiūlymų pateikimo galutinės dienos.

5. PASIŪLYMO KONFIDENCIALI INFORMACIJA

Kartu su pasiūlymu pateikiami šie dokumentai:

Eil. Nr.	Dokumentas	Konfidenciali informacija dokumente
1	2	3
1.		
2.		
3.		

Pildyti tik tada, jeigu bus pateikta konfidenciali informacija. Tiekėjas negali nurodyti, kad visas pasiūlymas yra konfidencialus. Informacija, kurią viešai skelbti įpareigoja Lietuvos Respublikos įstatymai, negali būti tiekėjo nurodoma kaip konfidenciali. Tiekėjui nenurodžius, kokia informacija yra konfidenciali, laikoma, kad konfidencialios informacijos pasiūlyme nėra.

⁴ Pasiūlymo kaina EUR su PVM bus naudojama pasiūlymų vertinimui. Pasiūlymo kaina EUR su PVM turi apimti visas tiekėjo išlaidas, mokesčius įskaitant sąskaitų pateikimo kaštus per „E sąskaita“ sistemą.

⁵ Tais atvejais, kai pagal galiojančius teisės aktus tiekėjui nereikia mokėti PVM, tiekėjas nurodo priežastis, dėl kurių PVM nemoka, vadovaudamasis 2006 m. lapkričio 28 d. Tarybos direktyva 2006/112/EB dėl pridėtinės vertės mokesčio bendros sistemos, ar PVM įstatymo 95 straipsniu, arba kitu Tiekėjo nurodomu arveju. Tokiu atveju elutė PVM nepildoma arba joje įrašoma „ne PVM mokėtojas“, arba „netaikoma“.

Pirkimo sąlygų 5 priedas

Pasirašydamas šį pasiūlymą, tvirtintu, kad:

- 1) pasiūlymo dokumentuose pateikti duomenys yra tikri;
- 2) siūlomas pirkimo objektas visiškai atitinka pirkimo dokumentuose nustatytus reikalavimus;
- 3) sutinku su visomis pirkimo dokumentuose nustatytomis sąlygomis;
- 4) pasiūlymas galioja iki termino, nustatyto pirkimo dokumentuose;
- 5) patvirtinu, kad turiu pakankamai ekspertinių žinių, išteklių ir patikimumo tam, kad galečiau užtikrinti asmens duomenų tvarkymo saugumą (jeigu vykdant sutartį bus tvarkomi fizinių asmenų duomenys, kurių tvarkymas reglamentuojamas 2016 m. balandžio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2016/679 dėl fizinių asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo ir kuriuo panaikinama Direktyva 95/46/EB).

Direktorius Ignas Rusi

(Tiekėjo arba jo įgalioto asmens pareigos, v



Sutarties priedas Nr. 1 – Techninė specifikacija.

**SMURTO ARTIMOJE APLINKOJE
PREVENCIJOS IR LYGIŲ GALIMYBIŲ, LYČIŲ
LYGYBĖS KOMUNIKACINIŲ KAMPAINIŲ SUKŪRIMO
IR ĮGYVENDINIMO PASLAUGOS**

TECHNINĖ SPECIFIKACIJA

1. SAVOKOS IR SUTRUMPINIMAI

1.1. Perkančioji organizacija – Viešoji įstaiga Europos socialinio fondo agentūra (toliau – Pirkėjas).

1.2. Paslaugos tiekėjas – fizinis asmuo, privatusis juridinis asmuo, viešasis juridinis asmuo, kitos organizacijos ir jų padaliniai ar tokių asmenų grupė, su kuriuo Pirkėjas sudaro paslaugų pirkimo sutartį (toliau – Tiekėjas).

2. PIRKIMO OBJEKTAS

2.1. Pirkimo objektas – smurto artimoje aplinkoje prevencijos ir lygių galimybių, lyčių lygybės komunikacinių kampanijų sukūrimo ir įgyvendinimo paslaugos.

2.2. Pirkimo objektas skaidomas į dvi dalis:

I DALIS: Smurto artimoje aplinkoje prevencijos komunikacinė kampanija.

II DALIS: Lygių galimybių, lyčių lygybės komunikacinė kampanija.

2.3. Komunikacinių kampanijų finansavimas:

2.3.1. Smurto artimoje aplinkoje prevencijos komunikacinės kampanijos sukūrimo ir įgyvendinimo paslaugos apmokamos projekto Nr. 07-014-P-0001 „Plėtoti efektyvios prevencijos ir pagalbos smurto artimoje aplinkoje sistemą“ (toliau – Projektas 1) lėšomis.

2.3.2. Lygių galimybių, lyčių lygybės komunikacinės kampanijos sukūrimas ir įgyvendinimo paslaugos apmokamos projekto Nr. 07-015-P-0001 „Koordinatorių modelio išbandymas ir lyčių lygybės politikos stiprinimas“ (toliau – Projektas 2) lėšomis.

3. I PIRKIMO DALIES APRAŠYMAS

3.1. Smurto artimoje aplinkoje prevencijos komunikacinę kampaniją sudaro trys skirtingo turinio komunikacinės kampanijos. Projekto 1 tikslas - kompetencijų ugdymas ir visuomenės informuotumo didinimas smurto artimoje aplinkoje prevencijos srityje Lietuvoje. Projektas 1 finansuojamas 2021–2027 m. Europos Sąjungos struktūrinės paramos „Europos socialinio fondo +“ ir 2021–2027 m. Europos Sąjungos struktūrinės paramos bendrojo finansavimo lėšomis.

3.2. **Perkamas objektas** - trijų komunikacinių kampanijų sukūrimas ir įgyvendinimas, kuris apima:

- 1) vaizdo klipų paruošimą (internetui ir televizijai) ir jų transliaciją;
- 2) reklaminių skydelių (banerių), pagal sukurtus vaizdo klipus, paruošimą (internetui) ir jų transliaciją.

3.3. **Projekto 1 problema**, kurią stengiamasi spręsti: Smurtas artimoje aplinkoje vis dar yra vienas iš labiausiai paplitusių žmogaus teisių ir laisvių pažeidimų mūsų visuomenėje. Stiprinant visuomenės nepakantumą smurtui artimoje aplinkoje yra svarbu užtikrinti tikslinės informacijos sklaidą, atkreipiant dėmesį į naują Apsaugos nuo smurto artimoje aplinkoje įstatymo redakciją, atnaujintus pagalbos ir paslaugų teikimo bei kitus su smurto artimoje aplinkoje apsauga, pagalba, paslaugomis ir prevencija susijusius aspektus. Todėl yra numatomos komunikacinės kampanijos, skirtos skleisti informaciją tikslinėms grupėms apie pagalbos ir paslaugų prieinamumą, siekiant didinti smurto artimoje aplinkoje atpažinimą ir mažinti toleranciją jam bendrai bei skirtingoms jo formoms. Vykdam kampanijas informacija bus pateikiama ir prieinamomis asmenims su negalia formomis.

3.4. **Projekto 1 trukmė**: paslaugos turi būti suteiktos per 30 mėn. nuo sutarties įsigaliojimo dienos. Šis terminas gali būti pratęstas iki 2 (dviejų) mėnesių ne dėl Pirkėjo kaltės Paslaugų pirkimo-pardavimo sutarties 4.2. punkte numatytomis sąlygomis. Komunikacinės kampanijos vykdomos etapais – pirmoji - 2025 metais, antroji - 2026 metais, trečioji – iškart po antrosios.

3.5. **Maksimali suma** per Sutarties vykdymo laikotarpį **negali viršyti 185 722 EUR** (vieno šimto aštuoniasdešimt penkių tūkstančių septynių šimtų dvidešimt dviejų eurų) **be PVM ir 224 723,62 EUR** (dviejų šimtų dvidešimt keturių tūkstančių septynių šimtų dvidešimt trijų eurų ir 62 centų) **su PVM**.

3.6. Komunikacinių kampanijų aprašymai, reikalavimai, siekiai:

Nr.	Komunikacinė kampanija	Specifikacija
1.	I Komunikacinė kampanija	Komunikacinė kampanija apie smurto artimoje aplinkoje prevenciją ir paslaugų prieinamumą smurto artimoje aplinkoje pavojų keliantiems asmenims. Šioje komunikacinėje kampanijoje ypatingas dėmesys bus kreipiamas į smurtaujančių asmenų motyvaciją keisti smurtinį elgesį. Tikslinė grupė: visuomenė.

		Komunikacinės kampanijos tikslas: pademonstruoti smurtaujančiam asmeniui, kad smurtinis elgesys turės pasekmių jam pačiam, kartu parodant motyvaciją keisti savo elgesį. Šiai komunikacinei kampanijai kuriamame vaizdo klipe svarbu akcentuoti, jog smurtaujantis asmuo gali lankyti smurtinio elgesio keitimo programas ir taip keisti savo elgesį. Vaizdo klipo turinys turi būti kuriamas konsultuojantis su Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos Lygių galimybių, moterų ir vyrų lygybės grupės ekspertais bei su Pirkėju. Galutinis šiai komunikacinei kampanijai sukurtas vaizdo klipas turi būti suderintas ir patvirtintas Pirkėjo. Komunikacinės kampanijos siekiai: • Pademonstruoti, kaip smurtinis elgesys veikia patį smurtautoją bei jo artimuosius; • Atskleisti, kaip veikia smurtinių santykių artimoje aplinkoje dinamika, akcentuojant smurtautojo veiksmus; • Skatinti smurtaujančią asmenį prisiimti atsakomybę už savo veiksmus, didinti sąmoningumą apie smurto pasekmes; • Pasiūlyti alternatyvas smurtiniam elgesiui, kurie padėtų įžvelgti galimybę keisti elgesį ir siekti teigiamų pokyčių. Kampanijos turinys turi paliesti kažkurias iš nurodytų smurto artimoje aplinkoje apraiškos pasekmių: 1. Nuo smurtaujančio asmens dėl jo elgesio nosisuks artimieji, draugai, šeima; 2. Smurtaujantis asmuo už savo elgesį bus atitinkamai nubaustas; 3. Smurtautojui yra suteikiama galimybė keisti savo elgesį. Siūloma į kampanijos turinį įtraukti: • Parodyti smurtinio elgesio pasekmes pačiam smurtautojui; • Pademonstruoti, jog smurtas artimoje aplinkoje yra smurtautojo, o ne nukentėjusio asmens kaltė; • Parodyti, jog yra alternatyvų smurtiniam elgesiui bei galimybė keistis.
2.	II Komunikacinė kampanija	Komunikacinė kampanija apie smurto artimoje aplinkoje prevenciją, pagalbos ir apsaugos prieinamumą smurtą artimoje aplinkoje pavojų patiriantiems ir smurtą patyrusiems asmenims.

		Šioje komunikacinėje kampanijoje dėmesys skiriamas psichologiniam smurtui. Tikslinė grupė: visuomenė. Komunikacinės kampanijos tikslas: parodyti, jog psichologinis smurtas nėra sveikų santykių dalis, kuris turi įvairias formas, tad svarbu žinoti psichologinio smurto pasekmes ir nurodyti kur kreiptis pagalbos. Vaizdo klipo turinys turi būti kuriamas konsultuojantis su Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos Lygių galimybių, moterų ir vyrų lygybės grupės ekspertais bei su Pirkėju. Galutinis šiai komunikacinei kampanijai sukurtas vaizdo klipas turi būti suderintas ir patvirtintas Pirkėjo. Komunikacinės kampanijos siekiai: • Atpažinti psichologinį smurtą ir jo formas; • Suprasti psichologinio smurto žalą ir jo pasekmes; • Suteikti informacijos apie pagalbą, nukentėjus nuo psichologinio smurto; • Pateikti gerųjų pavyzdžių apie išėjimą iš toksinių santykių. Kampanijos turinys turi paliesti kažkurias iš nurodytų psichologinio smurto apraiškų: 2. Siekis kontroliuoti: žinoti buvimo vietą, slaptažodžius, pažinoti visą jo/s aplinką; 3. Siekis pažeminti dėl gyvenimo pasirinkimų, socialinės situacijos, išvaizdos ir pan.; 4. Siekis nuvertinti žmogaus būseną, savijautą, emocijas, įvertinant kaip nevertingas; 5. Siekis nuasmeninti žmogų, sumenkinti jo pasitikėjimą savimi tiesioginėmis ar netiesioginėmis patyčiomis. Siūloma į kampanijos turinį įtraukti: • Skirtingus psichologinio smurto pobūdžius ir aplinkas, kuriose jis gali pasireikšti; • Parodyti saugios aplinkos svarbą, išeinant iš psichologiškai smurtinių santykių; • Pademonstruoti nukentėjusiųjų liudijimus, citatas; • Pasidalinti gerosiomis praktikomis apie išėjimą iš smurtinių santykių.
--	--	---

3.	III Komunikacinė kampanija	Komunikacinė kampanija apie smurto artimoje aplinkoje prevenciją, pagalbos ir apsaugos prieinamumą smurto artimoje aplinkoje pavojų patiriantiems bei smurtą patyrusiems asmenims ir paslaugų prieinamumą smurto pavojų keliantiems asmenims. Šioje komunikacinėje kampanijoje kreiptinas dėmesys į ekonominį smurtą ir jo sprendimus. Tikslinė grupė: visuomenė. Komunikacinės kampanijos tikslas: pademonstruoti, kodėl ekonominis smurtas yra problema, o ne normali santykių dalis, kokios jo pasekmės, kur galima kreiptis pagalbos. Šiai komunikacinei kampanijai kuriamame vaizdo klipe svarbu suteikti informaciją nuo ekonominio smurto nukentėjusiems žmonėms su pasiūlymais kur kreiptis pagalbos, o smurtaujantiems asmenims – rekomenduoti lankyti smurtinio elgesio keitimo programas. Vaizdo klipo turinys turi būti kuriamas konsultuojantis su Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos Lygių galimybių, moterų ir vyrų lygybės grupės ekspertais bei su Pirkėju. Galutinis šiai komunikacinei kampanijai sukurtas vaizdo klipas turi būti suderintas ir patvirtintas Pirkėjo. Komunikacinės kampanijos siekiai: • Atpažįstamas ekonominis smurtas artimoje aplinkoje, kaip jis pasireiškia; • Atpažįstamas smurtą teisinantis diskursas; • Nuromantizuojama ekonominė priklausomybė, kyla netolerancija ekonominiam smurtui; • Žinoma, kokios pagalbos gali sulaukti aukos ir kur jos gali kreiptis; • Auditorija supažindinama su sėkmingais pavyzdžiais ištrunkant iš ekonominio smurto ar sumažinant jo žalą. Kampanijos turinys turi paliesti kažkurią iš nurodytų ekonominio smurto apraiškų: 1. Draudimas dirbti; 2. Terorizuojantis išlaidų kontroliavimas; 3. Alimentų nemokėjimas; 4. Priverstinė paskola; 5. Vienvaldiškas sprendimų priėmimas dėl šeimos finansų.
----	----------------------------	--

		Siūloma į kampanijos turinį įtraukti: • Skirtingus ekonominio smurto formų pavyzdžius ir jų sąveiką suaugusiųjų kontekste; • Skirtingus ekonominio smurto formų pavyzdžius ir jų sąveiką jaunimo-paauglių kontekste; • Nukentėjusiųjų liudijimus-citatas; • Pavyzdžius dažnų smurtinių elgesį pateisinančių ar menkinančių komentarų (įskaitant pačių aukų naudojamą diskursą) - ekonominio smurto apraiškų pavyzdžiai kartu su pačių aukų pa(si)teisinimais; • Teigiamus pavyzdžius, kaip auka kreipiasi ir sulaukia pagalbos, kuri padeda sumažinti ekonominio smurto žalą; • Pademonstruojama, kaip ekonominė nepriklausomybė sąlygoja išėjimą iš smurtinių santykių.
--	--	---

3.7. Pirkimas laikomas žaliuoju vadovaujantis Tvarkos aprašo 4.4.3. papunkčiu, nes pirkimo objektas (komunikacinės kampanijos) yra nematerialaus pobūdžio, nesusijęs su materialaus objekto sukūrimu, nėra numatomas reikšmingas neigiamas poveikis aplinkai, nesukuriamas taršos šaltinis ir negeneruojamos atliekos.

3.7.1. Tiekėjas vykdant paslaugų sutartį įsipareigoja mažinti popieriaus sunaudojimą, atsisakyti nebūtino dokumentų kopijavimo ir spausdinimo, t. y. visa su paslaugų teikimu susijusi dokumentacija turi būti pateikta (siunčiama) ir esant poreikiui derinama elektroniniu formatu ir elektroninėmis priemonėmis, pasirašoma elektroniniu būdu kvalifikuotais elektroniniais parašais (esant poreikiui). Išimtiniais atvejais su paslaugų sutarties vykdymu susiję dokumentai, turi (gali) būti pateikiami popieriniu formatu, jeigu toks formatas privalomas pagal teisės aktus arba Pirkėjas nurodo tokį būtinumą – tokiu atveju spausdinimui turi būti atitikti minimalius aplinkos apsaugos kriterijus, nurodytus Tvarkos aprašo 2 priedo I skyriaus „Popierius ir jo gaminiai“ punkte „Rašymo, spausdinimo ir kopijavimo priemonės“ 1.1 ir 1.2 papunkčiuose.

3.8. Kiti komunikacinių kampanijų reikalavimai:

Nr.	Reikalavimas	Specifikacija
1.	Kiekvieno komunikacinei kampanijai skirto vaizdo klipo būtinosis savybės:	• Kiekvieno vaizdo klipo idėja yra originali ir sukurta būtent šiai pirkimo daliai. Už galimą autorinių teisių pažeidimą atsakomybę prisiima paslaugos teikėjas. Vaizdo klipo sukūrimo ir gamybos paslaugą sudaro: • tekstų ir scenarijaus sukūrimas; • režisūra; • filmavimo grupės sudarymas ir filmavimo vietų parinkimas; • scenarijaus išpildymas;

		• papildomos vaizdinės medžiagos įsigijimas, jeigu reikia; • aktorių atranka; • balso už kadro tekstų rašymas; • vaizdų montavimas; • įgarsinimas taisyklinga lietuvių kalba (taisyklingas kirčiavimas); • muzikos sukūrimas ir (arba) garso takelio parinkimas ir pritaikymas; • garso efektų sukūrimas (jeigu bus reikalinga); • vaizdo klipo subtitrų ir vertimo į gestų kalbą parengimas; • ir kitos reikalingos priemonės bei paslaugos, kurios užtikrins sąlygas kokybiškam vaizdo klipui sukurti, pagaminti ir priduoti numatytais formatais. Scenarijus ir jo išpildymas: • Tiekėjas pateikia detalizuotą vaizdo klipo scenarijų Pirkėjui pagal 3.6. punkte pateiktas vaizdo klipo specifikacijas suderinimui su Pirkėju per 20 kalendorinių dienų nuo sutarties pasirašymo dienos. • Tiekėjas turi pateikti šiuos vaizdo klipo scenarijaus elementus: scenarijus, pateiktas kadruotėmis, vizija kastingui, vizija lokacijai, vizija dailei, vizija kameros darbui, spalvoms, šviesai, vizija muzikai. • Pirkėjas pastabas scenarijui pateikia el. paštu ne vėliau kaip per 3 d. d. nuo scenarijaus gavimo. • Tiekėjas turi atsižvelgti į Pirkėjo pastabas ir scenarijų pataisyti per 3 d. d. • Pataisytas scenarijus ar jo išpildymo vizija, Pirkėjui turi būti pateikti per 3 d. d. nuo pastabų pateikimo dienos. • Galutinis scenarijus gali būti derinamas su Pirkėju tiek kartų, kiek yra reikalinga. • Tiekėjas vaizdo klipo kūrimą turi pradėti tuomet, kai gauna Pirkėjo patvirtinimą apie scenarijų tinkamumą. Pirkėjas neatsako už Tiekėjo patirtus nuostolius dėl nesuderinto scenarijaus naudojimo pasekmių. • Vaizdo klipui turi būti atrinkti aktoriai, kurių kandidatūrą turi patvirtinti Pirkėjas. • Tiekėjas pateikia pirminį vaizdo klipo variantą suderinimui su Pirkėju per 30 kalendorinių dienų nuo scenarijaus suderinimo. • Vaizdo klipas turi būti koreguojamas pagal Pirkėjo pateiktas
--	--	---

		pastabas ir siūlymus. • Vaizdo klipo galutinį variantą privaloma suderinti su Pirkėju, kuris turi teisę koreguoti, keisti pasiūlyto vaizdo klipo sprendinius. • Paaiškėjus, kad užkadriniame balse yra kirčiavimo ar diktijos klaidų, Tiekėjas turi pašalinti kirčiavimo klaidas. Pirkėjas neatsako už Tiekėjo patirtus nuostolius dėl netaisyklingo žodžių kirčiavimo ar netaisyklingos, neatitinkančios bendrinės lietuvių kalbos diktijos pasekmių. Reikalavimai vaizdo klipo gamybos technikai: • Vaizdo klipas turi būti sukurtas naudojant profesionalią filmavimo, montavimo, įgarsinimo, grafinės informacijos rengimo techniką. • Paslaugų kokybė privalo atitikti nusistovėjusius tokių paslaugų teikimo reikalavimus. Vaizdo įrašams atlikti turi būti naudojama skaitmeninė filmavimo įranga. • Reklaminis vaizdo klipas turi atitikti įprastai keliamus reikalavimus ir būti pritaikytas transliuoti visais nacionaliniais (lietuviškais) televizijos kanalais, techniniai parametrai turi atitikti ir analoginiam vaizdo signalui keliamus reikalavimus. • Pirkėjui pateikiama galutinė produkcija, t. y. reklamos vaizdo klipas turi būti aukštos kokybės: montavimas atliktas profesionalia programine įranga, užtikrinta aukšta vaizdo klipo įrašymo kokybė, tinkama transliuoti nacionalinės (lietuvių) aprėpties televizijoje. • Pirkėjui vaizdo klipas turi būti perduotas skaitmeniniu formatu, leidžiančiu redaguoti atskirus vaizdo ir garso takelių (jei taikoma) segmentus. Reikalavimai animuotų ir statinių reklaminių skydelių (banerių) sukūrimui: • Turi būti sukurtas ir pagamintas vienas statinis ir vienas animuotas baneris (judantis reklaminis skydelis) bei jų adaptacijos, skirtos talpinimui interneto portaluose, socialiniuose tinkluose, led ekranuose ir kituose skaitmeniniuose kanaluose. Baneriai turi būti sukurti ir pagaminti pagal sukurto vaizdo klipo medžiagą. • Animuoti (judantys reklaminiai skydeliai) ir statiniai turi atitikti šiuos reikalavimus: • Tiekėjas turi užtikrinti, kad kūrybos ir gamybos rezultatas
--	--	---

		būtų išpildytas profesionaliai. • Vizualinė medžiaga turi būti suderinta su Pirkėju per 10 kalendorinių dienų nuo galutinio vaizdo klipo sukūrimo bei pažymėta visais nurodytais ženklais ir logotipais. • Pirkėjas pastabas pateikia el. paštu ne vėliau kaip per 3 d. d. nuo banerių gavimo. • Tiekėjas turi atsižvelgti į Pirkėjo pastabas ir pataisyti banerius per 3 d. d. • Banerių skaičius be adaptacijų – 2 vnt. (pagrindiniai 880x250, 1 animuotas, 1 statinis). Bendri reikalavimai vaizdo klipams: • Turi būti užtikrinta komunikacijos medžiagoje vaizduojamų asmenų įvairovė, užtikrinant persikertančių nelygybių matomumą. • Vaizdo klipo pabaigos užsklandoje ir kitoje vizualinėje medžiagoje turi būti 2021–2027 metų ES emblema su teiginiu „Bendrai finansuoja Europos Sąjunga“ (https://www.cpva.lt/es-fondu-investicijos-2021-2027-m./vie-sinimas/902), ESFA logotipas bei projekto pavadinimas, šiuo atveju „Plėtoti efektyvios prevencijos ir pagalbos smurto artimoje aplinkoje sistemą“, kuri įgyvendina ESFA. • Garso takelis nėra būtinas. Jeigu bus nuspręsta naudoti garso takelį, jis neturės užgožti pačio vaizdo klipo turinio. • Vizualinė ir garsinė žinutės turės būti vienodo svorio. • Vaizdinė medžiaga turi būti parengta lietuvių kalba, privalo būti pritaikyta negalią turintiems žmonėms, vaizdo klipuose turi būti vertimas į gestų kalbą ir subtitrai (jei taikoma). Naudojant subtitrus, reikėtų parinkti tinkamą jų šriftą ir dydį, subtitrai turės nesikeisti per greitai, kad žiūrovas spėtų juos perskaityti. Tiekėjas atsako už subtitrų kokybę, t. y. subtitrai turi būti paruošti vadovaujantis kalbos gramatikos bei skyrybos taisyklėmis, be gramatinių ir skyrybos klaidų. • Vaizdo klipas turi būti suderintas su kalbininkais. Jeigu bus netaisyklingai įgarsinta – Paslaugų teikėjas įsipareigoja klipą pergarsinti. • Vaizdo klipo žinutė turi būti aiški ir nekelti dviprasmiškų minčių. • Vaizdo klipas turi būti suderintas su klipą transliuosiančia televizija.
--	--	--

		Reikalavimai dėl apsaugos nuo neigiamo poveikio: • Tiekėjas turi užtikrinti, kad rengiant visą vizualinę ir garsinę (jei taikoma) medžiagą, bus laikomasi Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo, Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo, Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodekso ir kitų teisės aktų, susijusių su visuomenės informavimu ir viešosios informacijos skleidimu, reikalavimų. • Tiekėjas, teikdamas paslaugas, turi užtikrinti, kad nebūtų pažeistos trečiųjų asmenų autoriaus teisės. Tiekėjas įsipareigoja atlyginti visus nuostolius savo lėšomis, atsiradusius dėl trečiųjų asmenų autorių teisių pažeidimo. • Visi rezultatai ir su jais susijusios teisės, įgytos kuriant vaizdo klipą, banerius, įskaitant autorines turtines ir kitas intelektinės ar pramoninės nuosavybės teises, yra Pirkėjo nuosavybė, kurią jis gali naudoti, publikuoti, perleisti ar perduoti kaip mano esant tinkama neribotoje teritorijoje ir neribotą laiką. • Tiekėjas turi turėti visų vizualinėje medžiagoje parodytų asmenų raštiškus sutikimus. • Draudžiami visi elementai, kurie prieštarautų LR teisės aktams.
2.	Kiekvieno vaizdo klipo trukmė:	20 sekundžių (x3).
3.	Kiekvieno vaizdo klipo formatas:	• 1920x1080 Full HD 16:9. • 25 fps. • Transliacijai socialinėje medijoje reikalingi formatai: 1080x1080 pixels (1:1), 1080 x 1920 pixels (9:16). • Turi būti pateikiama ilga ir trumpa vaizdo klipo versija, atitinkamai 20 sek. ir apie 10 sek.
4.	Kiekvienos kampanijos trukmė kiekviename kanale:	2 mėn.

5.	Kiekvienos kampanijos transliavimo kanalai ir dažniai:	● Televizijos kanalai (2 nacionalinės aprėpties televizijos kanalai): ○ Bent vieno nacionalinio televizijos kanalo vidutinis dienos auditorijos pasiekimas procentais (konsoliduoto žiūrėjimo duomenys, įskaitant 7 dienų atidėtą žiūrėjimą) turi siekti ne mažiau kaip 25 proc. pagal 2024 m. lapkričio mėnesio viešai skelbiamus https://www.kantar.lt/lt/news/tv-auditorijos-tyrimo-rezultatai-2024-m-lapkritis/. Šiame televizijos kanale turi būti transliuojama ne mažiau kaip 60 proc. reklamos. ○ Ne mažiau 15 kartų per savaitę <i>prime time</i> laiku (darbo dienomis nuo 18.00 val. iki 23.00 val. ir savaitgaliais nuo 18.00 iki 23.00 val.) ir ne mažiau 5 kartai per savaitę kitu laiku ○ Turės būti 135 klipo transliacijos <i>prime time</i> laiku ir 45 transliacijos kitu laiku. ○ Transliavimo tinkeliai kiekviename iš TV kanalų turės būti sudaryti taip, kad ne mažiau nei 50 proc. reklamos būtų su 20 sekundžių trukmės vaizdo klipų, likusi dalis - su 10 sekundžių vaizdo klipų. ○ <u>Pasiūlyme Tiekėjas turi nurodyti abiejų siūlomų TV kanalų pavadinimus.</u> ○ Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el. paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (ataskaitoje turi būti aiškiai nurodyta kada, koku laiku ir kiek kartų buvo transliuotas vaizdo klipas televizijoje, kokia pasiekta auditorija ir transliavimo patvirtinimą iš transliuotojo, kuriame matytųsi transliavimo datos ir laikai.) Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją. ● Socialiniai tinklai („Facebook“, „Youtube“): ○ Preliminariai 2 mėn., 2 kartai vienam vartotojui per dieną. ○ Viso per reklamos transliacijos laikotarpį turės būti pasiekta ne mažiau 200 000 peržiūrų kiekviename tinkle. ○ Transliavimo tinkeliai kiekviename socialiniame
----	--	--

		tinkle turės būti sudaryti taip, kad ne mažiau nei 50 proc. reklamos būtų su 20 sekundžių trukmės vaizdo klipu, likusi dalis - su 10 sekundžių vaizdo klipu. ○ Reklamos veda į nuorodą (https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/seima-ir-vaikai/seimos-politika/smurto-artimoje-aplinkoje-prevencija/). ○ Reklamos tikslas – <i>Reach</i>; ○ Reklama bus leidžiama iš esamų ESFA paskyrų „Facebook“ ir „Youtube“. ○ Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el. paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (ataskaitoje turi būti aiškiai nurodyta kada, kokių laiku, kokios trukmės ir kiek kartų buvo transliuotas vaizdo klipas socialiniame tinkle, kokia pasiekta auditorija). Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją. ● Reklaminiai skydeliai (baneriai): ○ Skydeliai transliuojami bent dviuose nacionaliniuose naujienų portaluose, kurių kiekvieno realių vartotojų skaičius per mėnesį yra ne mažesnis nei 1 000 000 (vienas milijonas), remiantis 2024 m. lapkričio mėnesio Lietuvos interneto tyrimų ir konsultacijų bendrovės „Gemius“ viešai prieinamais duomenimis. Nė vienas iš šių portalų neturi būti įtrauktas į VSD ar etikos priežiūrą atliekančių institucijų nerekomenduotinių portalų sąrašus. <u>Pasiūlyme Tiekėjas turi nurodyti ne mažiau kaip dviejų siūlomų naujienų portalų pavadinimus.</u> ○ Preliminariai 2 mėn., 3 kartus per dieną skaitytojui. Turi būti 2 000 000 parodymų (50 proc. Desktop ir 50 proc. Mobile aplinkoje), kurie būtų tolygiai išdėstyti kampanijos numatytame laiko tarpe ir abiejuose naujienų portaluose. ○ Kiekviename naujienų portale (Desktop ir Mobile aplinkose) ne mažiau nei po 50 proc. transliuojamų banerių turi būti transliuojami portalų tituliname puslapyje.
--	--	--

		○ 50 proc. transliuojamų banerių turi sudaryti statiniai baneriai, 50 proc. – animuoti. ○ Skydeliai veda į nuorodą (https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/seima-ir-vaikai/seimos-politika/smurto-artimoje-aplinkoje-prevensija/). ○ Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el.paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (banerių transliavimo patvirtinimą iš transliuotojo, kuriame matytusi transliavimo platformos, datos, laikai, banerio tipas ir kt.) Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją.
--	--	--

4. II PIRKIMO DALIES APRAŠYMAS

4.1. Lygių galimybių, lyčių lygybės komunikacinę kampaniją sudaro dvi skirtingo turinio komunikacinės kampanijos, skirtos lyčių stereotipams mažinti. Projekto 2 tikslas - kompetencijų ugdymas ir visuomenės informuotumo didinimas lygių galimybių, lyčių lygybės srityje Lietuvoje. Projektas 2 finansuojamas 2021–2027 m. Europos Sąjungos struktūrinės paramos „Europos socialinio fondo +“ ir 2021–2027 m. Europos Sąjungos struktūrinės paramos bendrojo finansavimo lėšomis.

4.2. Perkamas objektas - dviejų komunikacinių kampanijų sukūrimas ir įgyvendinimas, kuris apima:

- 1) vaizdo klipų paruošimą (internetui ir televizijai) ir jų transliaciją;
- 2) reklaminių skydelių (banerių) paruošimą (internetui) ir jų transliaciją;
- 3) led lauko ekranų ir viešojo transporto ekranų vaizdo klipų ir reklaminių skydelių (banerių) paruošimą ir jų transliaciją.

4.3. Projekto 2 problema, kurią stengiamasi spręsti: Lietuvoje vis dar plačiai paplitusi visų tipų diskriminacija (lyties, socialinės padėties, amžiaus, negalios, kalbos, kilmės, rasės, tautybės, pilietybės, įsitikinimų ar pažiūrų, lytinės orientacijos, etninės priklausomybės, tikėjimo, sveikatos būklės ar kitu pagrindu), dėl to šiuo projektu bus siekiama mažinti visų tipų diskriminaciją ir skatinti/didinti lyčių lygybę Lietuvoje bei ugdyti kompetencijas ir didinti informuotumą visuomenėje apie lygias galimybes, lyčių lygybės sritis Lietuvoje.

4.4. Projekto 2 trukmė: paslaugos turi būti suteiktos per 9 mėn. nuo sutarties įsigaliojimo dienos. Šis terminas gali būti pratęstas iki 3 (trijų) mėnesių ne dėl Pirkėjo kaltės Paslaugų pirkimo-pardavimo sutarties 4.2. punkte numatytais sąlygomis.

4.5. **Maksimali suma** per Sutarties vykdymo laikotarpį **negali viršyti 221 114 EUR** (dviejų šimtų dvidešimt vieno tūkstančio vieno šimto keturiolikos eurų) **be PVM ir 267 547,94 EUR** (dviejų šimtų šešiasdešimt septynių tūkstančių penkių šimtų keturiasdešimt septynių eurų 94 ct) su PVM.

4.6. Komunikacinių kampanijų aprašymai, reikalavimai, siekiai:

Nr.	Komunikacinė kampanija	Specifikacija
1.	I Komunikacinė kampanija	Šioje komunikacinėje kampanijoje bus kreiptinas dėmesys į lyčių stereotipus Lietuvoje ir jų mažinimo temas, kurios bus nukreiptos į visuomenę. Kampanija skirta skleisti informaciją tikslinėms grupėms apie lyčių stereotipus ir skatinti moterų ir vyrų lygybę. Komunikacinės kampanijos tikslai: 1) akcentuoti moterų visapusišką ir veiksmingą dalyvavimą ir lygias galimybes lyderystei visais sprendimų priėmimo lygiais politiniame, ekonominiame ir visuomeniniame gyvenime (pvz.: studijuojant tiksliuosius mokslus, užsiimant programavimu, akcentuoti vyrų 2) visapusišką ir veiksmingą dalyvavimą istoriškai moteriškose sferose (pvz.: vaikų priežiūroje, namų ruošoje, dirbant mokyklose, priešmokykliniame ugdyme, užsiimant socialiniu darbu, senyvo amžiaus šeimos narių slauga); 3) nekurti prieštaros tarp vyrų ir moterų, kampanijoje išlaikyti pavyzdžius ir vyrų, veikiančių stereotipiškai vyriškose sferose, ir moterų, veikiančių stereotipiškai moteriškose sferose. Demonstruoti vyrų dominuojamos profesijos grupę, kaip atvirą moterų įtraukčiai ir atvirkščiai, moterų dominuojamos profesijos grupę, kaip atvirą vyrų įtraukčiai. Dalintis žinute, kad tikslas ne pakeisti moterims vyrus ar vyrams moteris, bet leisti laisvai rinktis profesiją, interesus, gyvenimo būdą, saviraišką, išvaizdą ir priimti kitus gyvenimo sprendimus nepaisant lyties.

		Vaizdo klipo turinys turi būti kuriamas konsultuojantis su Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos Lygių galimybių, moterų ir vyrų lygybės grupės ekspertais bei su Pirkėju. Galutinis šiai komunikacinei kampanijai sukurtas vaizdo klipas turi būti suderintas ir patvirtintas Pirkėjo. Vykdam kampaniją informacija turi būti pateikiama asmenims su negalia prieinamomis formomis.
2.	II Komunikacinė kampanija	Šioje komunikacinėje kampanijoje bus kreiptinas dėmesys į diskriminacinių nuostatų mažinimą, o kampanija nukreipta į visuomenę. Komunikacinės kampanijos tikslas: ugdyti asmenų, patiriančių diskriminaciją, kompetencijas atpažinti diskriminaciją, kreiptis ir gauti reikiamą pagalbą. Komunikacinės kampanijos siekiai: 1) Demonstruoti skirtingus diskriminacijos atvejus. Įtraukti diskriminacijos atvejus bent keliais diskriminacijos pagrindais, kurie yra numatyti Lygių galimybių įstatyme 2) Akcentuoti netiesioginės diskriminacijos* atvejus. 3) Akcentuoti, kad diskriminacija yra draudžiama ir informuoti, apie galimybę teikti skundą patyrus diskriminaciją. Vaizdo klipo turinys turi būti kuriamas konsultuojantis su Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos Lygių galimybių, moterų ir vyrų lygybės grupės ekspertais bei su Pirkėju. Galutinis šiai komunikacinei kampanijai sukurtas vaizdo klipas turi būti suderintas ir patvirtintas Pirkėjo. Vykdam kampaniją informacija turi būti pateikiama asmenims su negalia prieinamomis formomis. *Netiesioginė diskriminacija – veikimas ar neveikimas, teisės norma ar vertinimo kriterijus, akivaizdžiai neutrali sąlyga ar praktika, kurie formaliai yra vienodi, bet juos įgyvendinant ar pritaikant atsiranda ar gali atsirasti faktinis naudojimosi teisėmis apribojimas arba privilegijų, pirmenybės ar pranašumo teikimas lyties, rasės, tautybės, pilietybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos,

		negalios, etninės priklausomybės, religijos pagrindu, nebent ši veikimą ar neveikimą, teisės normą ar vertinimo kriterijų, sąlygą ar praktiką pateisina teisėtas tikslas, o šio tikslo siekiama tinkamomis ir būtinomis priemonėmis.
--	--	--

4.7. Pirkimas laikomas žaliuoju vadovaujantis Tvarkos aprašo 4.4.3. papunkčiu, nes pirkimo objektas (komunikacinės kampanijos) yra nematerialaus pobūdžio, nesusijęs su materialaus objekto sukūrimu, nėra numatomas reikšmingas neigiamas poveikis aplinkai, nesukuriamas taršos šaltinis ir negeneruojamos atliekos.

4.7.1. Tiekėjas vykdant paslaugų sutartį įsipareigoja mažinti popieriaus sunaudojimą, atsisakyti nebūtino dokumentų kopijavimo ir spausdinimo, t. y. visa su paslaugų teikimu susijusi dokumentacija turi būti pateikta (siunčiama) ir esant poreikiui derinama elektroniniu formatu ir elektroninėmis priemonėmis, pasirašoma elektroniniu būdu kvalifikuotais elektroniniais parašais (esant poreikiui). Išimtiniais atvejais su paslaugų sutarties vykdymu susiję dokumentai, turi (gali) būti pateikiami popieriniu formatu, jeigu toks formatas privalomas pagal teisės aktus arba Pirkėjas nurodo tokį būtinumą – tokiu atveju spausdinimui turi būti atitikti minimalius aplinkos apsaugos kriterijus, nurodytus Tvarkos aprašo 2 priedo I skyriaus „Popierius ir jo gaminiai“ punkte „Rašymo, spausdinimo ir kopijavimo priemonės“ 1.1 ir 1.2 papunkčiuose.

4.8. Kiti komunikacinių kampanijų reikalavimai:

Nr.	Reikalavimas	Specifikacija
1.	Kiekvieno komunikacinei kampanijai skirto vaizdo klipo būtiniosios savybės:	- Kiekvieno vaizdo klipo idėja yra originali ir sukurta būtent šiai pirkimo daliai. Už galimą autorinių teisių pažeidimą atsakomybę prisiima paslaugos teikėjas. Vaizdo klipo sukūrimo ir gamybos paslaugą sudaro: - tekstų ir scenarijaus sukūrimas; - režisūra; - filmavimo grupės sudarymas ir filmavimo vietų parinkimas; - scenarijaus išpildymas; - papildomos vaizdinės medžiagos įsigijimas, jeigu reikia; - aktorių atranka; - balso už kadro tekstų rašymas; - vaizdų montavimas; - įgarsinimas taisyklinga lietuvių kalba (taisyklingas kirčiavimas); - muzikos sukūrimas ir (arba) garso takelio parinkimas ir pritaikymas; - garso efektų sukūrimas (jeigu bus reikalinga); - vaizdo klipo subtitrų ir vertimo į gestų kalbą parengimas;

		• ir kitos reikalingos priemonės bei paslaugos, kurios užtikrins sąlygas kokybiškam vaizdo klipui sukurti, pagaminti ir priduoti numatytais formatais. Scenarijus ir jo išpildymas: • Tiekėjas pateikia detalizuotą vaizdo klipo scenarijų Pirkėjui pagal 4.6. punkte pateiktas vaizdo klipo specifikacijas suderinimui su Pirkėju per 20 kalendorinių dienų nuo sutarties pasirašymo dienos. • Tiekėjas turi pateikti šiuos vaizdo klipo scenarijaus elementus: scenarijus, pateiktas kadruotėmis, vizija kastingui, vizija lokacijai, vizija dailei, vizija kameros darbui, spalvoms, šviesai, vizija muzikai. • Pirkėjas pastabas scenarijui pateikia el. paštu ne vėliau kaip per 3 d. d. nuo scenarijaus gavimo. • Tiekėjas turi atsižvelgti į Pirkėjo pastabas ir scenarijų pataisyti per 3 d. d. • Pataisytas scenarijus ar jo išpildymo vizija, Pirkėjui turi būti pateikti per 3 d. d. nuo pastabų pateikimo dienos. • Galutinis scenarijus gali būti derinamas su Pirkėju tiek kartų, kiek yra reikalinga. • Tiekėjas vaizdo klipo kūrimą turi pradėti tuomet, kai gauna Pirkėjo patvirtinimą apie scenarijų tinkamumą. Pirkėjas neatsako už Tiekėjo patirtus nuostolius dėl nesuderinto scenarijaus naudojimo pasekmių. • Vaizdo klipui turi būti atrinkti aktoriai, kurių kandidatūrą turi patvirtinti Pirkėjas. • Tiekėjas pateikia pirminį vaizdo klipo variantą suderinimui su Pirkėju per 30 kalendorinių dienų nuo scenarijaus suderinimo. • Vaizdo klipas turi būti koreguojamas pagal Pirkėjo pateiktas pastabas ir siūlymus. • Vaizdo klipo galutinį variantą privaloma suderinti su Pirkėju, kuris turi teisę koreguoti, keisti pasiūlyto vaizdo klipo sprendinius. • Paaškęjus, kad užkadriniame balse yra kirčiavimo ar diktijos klaidų, Tiekėjas turi pašalinti kirčiavimo klaidas. Pirkėjas neatsako už Tiekėjo patirtus nuostolius dėl netaisyklingo žodžių kirčiavimo ar netaisyklingos, neatitinkančios bendrinės lietuvių kalbos diktijos pasekmių. Reikalavimai vaizdo klipo gamybos technikai:
--	--	--

		• Vaizdo klipas turi būti sukurtas naudojant profesionalią filmavimo, montavimo, įgarsinimo, grafinės informacijos rengimo techniką. • Paslaugų kokybė privalo atitikti nusistovėjusius tokių paslaugų teikimo reikalavimus. Vaizdo įrašams atlikti turi būti naudojama skaitmeninė filmavimo įranga. • Reklaminis vaizdo klipas turi atitikti įprastai keliamus reikalavimus ir būti pritaikytas transliuoti visais nacionaliniais (lietuviškais) televizijos kanalais, techniniai parametrai turi atitikti ir analoginiam vaizdo signalui keliamus reikalavimus. • Pirkėjui pateikiama galutinė produkcija, t. y. reklamos vaizdo klipas turi būti aukštos kokybės: montavimas atliktas profesionalia programine įranga, užtikrinta aukšta vaizdo klipo įrašymo kokybė, tinkama transliuoti nacionalinės (lietuvių) aprėpties televizijoje. • Pirkėjui vaizdo klipas turi būti perduotas skaitmeniniu formatu, leidžiančiu redaguoti atskirus vaizdo ir garso takelius (jei taikoma) segmentus. Reikalavimai animuotų ir statinių reklaminių skydelių (banerių) sukūrimui: • Turi būti sukurtas ir pagamintas vienas statinis ir vienas animuotas baneris (judantis reklaminis skydelis) bei jų adaptacijos, skirtos talpinimui interneto portaluose, socialiniuose tinkluose, led ekranuose ir kituose skaitmeniniuose kanaluose. Baneriai turi būti sukurti ir pagaminti pagal sukurto vaizdo klipo medžiagą. • Animuoti (judantys reklaminiai skydeliai) ir statiniai turi atitikti šiuos reikalavimus: • Tiekėjas turi užtikrinti, kad kūrybos ir gamybos rezultatas būtų išpildytas profesionaliai. • Vizualinė medžiaga turi būti suderinta su Pirkėju per 10 kalendorinių dienų nuo galutinio vaizdo klipo sukūrimo bei pažymėta visais nurodytais ženklais ir logotipais. • Pirkėjas pastabas pateikia el. paštu ne vėliau kaip per 3 d. d. nuo banerių gavimo. • Tiekėjas turi atsižvelgti į Pirkėjo pastabas ir pataisyti banerius per 3 d. d. • Banerių skaičius be adaptacijų – 2 vnt. (pagrindiniai 880x250, 1 animuotas, 1 statinis).
--	--	---

		Bendri reikalavimai vaizdo klipams: • Turi būti užtikrinta komunikacijos medžiagoje vaizduojamų asmenų įvairovė, užtikrinant persikertančių nelygybių matomumą. • Vaizdo klipo pabaigos užsklandoje ir kitoje vizualinėje medžiagoje turi būti 2021–2027 metų ES emblema su teiginiu „Bendrai finansuoja Europos Sąjungą“ (https://www.cpva.lt/es-fondu-investicijos-2021-2027-m./viesi-nimas/902), ESFA logotipas bei projekto pavadinimas, šiuo atveju „Koordinatorių modelio išbandymas ir lyčių lygybės politikos stiprinimas“, kurį įgyvendina ESFA. • Garso takelis nėra būtinas. Jeigu bus nuspręsta naudoti garso takelį, jis neturės užgožti pačio vaizdo klipo turinio. • Vizualinė ir garsinė žinutės turės būti vienodo svorio. • Vaizdinė medžiaga turi būti parengta lietuvių kalba, privalo būti pritaikyta negalia turintiems žmonėms, vaizdo klipuose turi būti vertimas į gestų kalbą ir subtitrai (jei taikoma) Naudojant subtitrus, reikėtų parinkti tinkamą jų šriftą ir dydį, subtitrai turė nesikeisti per greitai, kad žiūrovas spėtų juos perskaityti. Tiekėjas atsako už subtitrų kokybę, t. y. subtitrai turi būti paruošti vadovaujantis kalbos gramatikos bei skyrybos taisyklėmis, be gramatinių ir skyrybos klaidų. • Vaizdo klipas turi būti suderintas su kalbininkais. Jeigu bus netaisyklingai įgarsinta – Paslaugų teikėjas išipareigoja klipą pergarsinti. • Vaizdo klipo žinutė turi būti aiški ir nekelti dviprasmiškų minčių. • Vaizdo klipas turi būti suderintas su klipą transliuosiančia televizija. Reikalavimai dėl apsaugos nuo neigiamo poveikio: • Tiekėjas turi užtikrinti, kad rengiant visą vizualinę ir garsinę (jei taikoma) medžiagą, bus laikomasi Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo, Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo, Lietuvos žurnalistų ir leidėjų etikos kodekso ir kitų teisės aktų, susijusių su visuomenės informavimu ir viešosios informacijos skleidimu,
--	--	--

		reikalavimų. • Tiekėjas, teikdamas paslaugas, turi užtikrinti, kad nebūtų pažeistos trečiųjų asmenų autoriaus teisės. Tiekėjas įsipareigoja atlyginti visus nuostolius savo lėšomis, atsiradusius dėl trečiųjų asmenų autorių teisių pažeidimo. • Visi rezultatai ir su jais susijusios teisės, įgytos kuriant vaizdo klipą, banerius, įskaitant autorines turtines ir kitas intelektinės ar pramoninės nuosavybės teises, yra Pirkėjo nuosavybė, kurią jis gali naudoti, publikuoti, perleisti ar perduoti kaip mano esant tinkama neribotoje teritorijoje ir neribotą laiką. • Tiekėjas turi turėti visų vizualinėje medžiagoje parodytų asmenų raštiškus sutikimus. • Draudžiami visi elementai, kurie prieštarautų Lietuvos teisės aktams.
2.	Kiekvieno vaizdo klipo trukmė:	20 sekundžių (x2).
3.	Kiekvieno vaizdo klipo formatas:	• 1920x1080 Full HD 16:9. • 25 fps. • Transliacijai socialinėje medijoje reikalingi formatai: 1080x1080 pixels (1:1), 1080 x 1920 pixels (9:16). • Turi būti pateikiama ilga ir trumpa filmuko versija, atitinkamai 20 sek. ir apie 10 sek.
4.	Kiekvienos kampanijos trukmė kiekviename kanale:	2 mėn.
5.	Kiekvienos kampanijos transliavimo kanalai ir dažniai:	Televizijos kanalai (2 nacionalinės aprėpties televizijos kanalai): • Bent vieno nacionalinio televizijos kanalo vidutinis dienos auditorijos pasiekimas procentais (konsoliduoto žiūrėjimo duomenys, įskaitant 7 dienų atidėtą žiūrėjimą) turi siekti ne mažiau kaip 25 proc. pagal 2024 m. lapkričio mėnesio viešai skelbiamus https://www.kantar.lt/lt/news/tv-auditorijos-tyrimo-rezultatai-2024-m-lapkritis/. Šiame televizijos kanale turi būti transliuojama ne mažiau kaip 60 proc. reklamos. • Ne mažiau 15 kartų per savaitę prime time laiku (darbo

		dienomis nuo 18.00 val. iki 23.00 val. ir savaitgaliais nuo 18.00 iki 23.00 val.) ir ne mažiau 5 kartai per savaitę kitu laiku. • Turs būti 135 klipo transliacijos prime time laiku ir 45 transliacijos kitu laiku. • Transliavimo tinkleliai kiekviename iš TV kanalų turės būti sudaryti taip, kad ne mažiau nei 50 proc. reklamos būtų su 20 sekundžių trukmės vaizdo klipu, likusi dalis - su 10 sekundžių vaizdo klipu. • <u>Pasiūlyme Tiekėjas turi nurodyti abiejų siūlomų TV kanalų pavadinimus.</u> • Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el. paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (ataskaitoje turi būti aiškiai nurodyta kada, kokių laiku ir kiek kartų buvo transliuotas vaizdo klipas televizijoje, kokia pasiekta auditorija ir transliavimo patvirtinimą iš transliuotojo, kuriame matytųsi transliavimo datos ir laikai.) Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją. Socialiniai tinklai („Facebook“, „Youtube“): • Preliminariai 2 mėn., 2 kartai vienam vartotojui per dieną. • Viso per reklamos transliacijos laikotarpį turės būti pasiekta ne mažiau 200 000 peržiūrų kiekviename tinkle. • Transliavimo tinkleliai kiekviename socialiniame tinkle turės būti sudaryti taip, kad ne mažiau nei 50 proc. reklamos būtų su 20 sekundžių trukmės vaizdo klipu, likusi dalis - su 10 sekundžių vaizdo klipu. • Reklamos veda į nuorodą (https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/seima-ir-vaikai/seimos-politika/smurto-artimoje-aplinkoje-prevencija/). • Reklamos tikslas – Reach; • Reklama bus leidžiama iš esamų ESFA paskyrų „Facebook“ ir „Youtube“. • Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el. paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (ataskaitoje turi būti aiškiai nurodyta kada, kokių laiku, kokios trukmės ir kiek kartų buvo transliuotas vaizdo klipas socialiniame tinkle, kokia pasiekta auditorija). Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų
--	--	--

		įvykdymu susijusią informaciją. Reklaminiai skydeliai (baneriai): ○ Skydeliai transliuojami bent dvejuose nacionaliniuose naujienų portaluose, kurių kiekvieno realių vartotojų skaičius per mėnesį yra ne mažesnis nei 1 000 000 (vienas milijonas), remiantis 2024 m. lapkričio mėnesio Lietuvos interneto tyrimų ir konsultacijų bendrovės „Gemius“ viešai prieinamais duomenimis. Nė vienas iš šių portalų neturi būti įtrauktas į VSD ar etikos priežiūrą atliekančių institucijų nerekomenduotinių portalų sąrašus. Pasiūlyme Tiekėjas turi nurodyti ne mažiau kaip dviejų siūlomų naujienų portalų pavadinimus. ○ Preliminariai 2 mėn., 3 kartus per dieną skaitytojui. Turi būti 2 000 000 parodymų (50 proc. Desktop ir 50 proc. Mobile aplinkoje), kurie būtų tolygiai išdėstyti kampanijos numatytame laiko tarpe ir abiejuose naujienų portaluose. ○ Kiekviename naujienų portale (Desktop ir Mobile aplinkose) ne mažiau nei po 50 proc. transliuojamų banerių turi būti transliuojami portalų tituliname puslapyje. ○ 50 proc. transliuojamų banerių turi sudaryti statiniai baneriai, 50 proc. – animuoti. ○ Skydeliai veda į nuorodą (https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/seima-ir-vaikai/seimos-politika/smurto-artimoje-aplinkoje-prevencija/). ● Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el.paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (banerių transliavimo patvirtinimą iš transliuotojo, kuriame matytųsi transliavimo platformos, datos, laikai, banerio tipas ir kt.) Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją. Lauko reklama – Lietuvos miestuose 4 savaites 20 Led lauko ekranų (ekrano plotas ne mažiau 15 kv.m.): ○ Lauko ekranų vietos ir skaičiaus išsidėstymas: Vilnius – 7 ekranai; Kaunas – 4 ekranai; Šiauliai, Panevėžys ir Alytus – po 2 ekranus; Marijampolė– Utena, Tauragė – po 1 ekraną. ○ Pasiūlyme Tiekėjas turi nurodyti ne mažiau kaip po vieną lauko reklamos paslaugų (Led ekranų) teikėjo pavadinimą nurodytuose miestuose.
--	--	---

		○ Lauko reklamos ekranai / turės būti apšviesti visą parą. ○ Ne mažiau kaip 180 parodymų per parą viename ekrane (transliacijos laikas 6-23 val.). ○ Lauko reklamos ekrane transliuojamos atitinkamai vaizdo klipų trumposios versijos (ne mažiau 50 proc.) ir reklaminiai skydeliai. ○ Lauko reklamoje turi būti pasitelktos šiuolaikinės technologijos, įgalinančios asmenis su regos negalia informaciją gauti garso pagalba arba brailio raštu. ○ Prieš prasidedant kampanijai lauko ekranų vietos, transliavimo forma (vaizdo klipų trumposios versijos ir reklaminiai skydeliai) ir transliacijų tinklėlis kiekviename ekrane privalo būti suderintos su Pirkėju. ○ Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el. paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (ataskaitoje turi būti nurodyta ekrano vietos adresas, parodymų dažnumas, reklamos tipas (trumpoji vaizdo klipo versija ar baneris)). Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją. Viešojo transporto reklama – Lietuvos miestuose 4 savaites: ○ Miestai: Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys, Alytus (jeigu numatytame mieste viešajame transporte nėra galimybės transliuoti reklamą, tuomet pakeisti kitu miestu (galimi miestų pasirinkimai: Marijampolė, Telšiai, Utena, Tauragė) arba atitinkamai padidinti reklamos apimtį iš pirminio nurodytų miestų sąrašo). ○ Pasiūlyme Tiekėjas turi nurodyti ne mažiau kaip po vieną viešojo transporto reklamos teikėjo pavadinimą nurodytuose miestuose. ○ Viešojo transporto ekranų skaičius miestuose turi sudaryti ne mažiau nei 70 proc. visų konkrečiame mieste esančių ekranų skaičiaus. ○ Ne mažiau kaip 80 parodymų per parą viename viešojo transporto ekrane (transliacijos laikas 6-23 val.). ○ Reklama turi būti transliuojama tik žemagrindėje viešojo transporto priemonėje (jeigu numatytame mieste nėra žemagrindžių viešojo transporto priemonių, tuomet šis reikalavimas netaikomas).
--	--	---

		○ Viešojo transporto ekranuose ne mažiau 50 proc. transliuojamos vaizdo klipų trumposios versijos, likusi dalis - reklaminiai skydeliai (turi būti iš anksto suderinta su Pirkėju). ○ Transliuojama reklama turi atitikti universalaus dizaino principus ir turi būti prieinama kuo daugiau asmenų su negalia. ○ Viešojo transporto monitoriuose rodyti skirti vaizdo klipai turi būti be garso takelio – tik su subtitrais (jei taikoma) ○ Kampanijai pasibaigus, per 10 d. d. privalo būti pateikiama ataskaita (el. paštu), įrodanti reikalavimų įvykdymą (ataskaitoje turi būti nurodyta miesto autobuso maršruto numeris, kuriame buvo transliuota reklama, transliavimo dažnumas, reklamos tipas (trumpoji vaizdo klipo versija ar baneris)). Pirkėjas taip pat galės paprašyti pateikti kitą/papildomą su reikalavimų įvykdymu susijusią informaciją.
--	--	---

