

KOMUNIKACIJOS KAMPANIJŲ PASLAUGŲ TEIKIMO SUTARTIS

2019 m. rugpjūčio 12 d. Nr. 2019/4-1-116
Vilnius

Viešoji įstaiga Centrinė projektų valdymo agentūra (toliau – „CPVA“ arba „Užsakovas“), atstovaujama direktoriaus pavaduotojos Jolantos Kačinskaitės, veikiančios pagal viešosios įstaigos Centrinės projektų valdymo agentūros 2011 m. sausio 25 d. įsakymą Nr. 2011/8-17 (aktuali redakcija), ir UAB „Idea prima“ (toliau – „Vykdytojas“), atstovaujama direktoriaus Pauliaus Tamulionio, toliau kartu vadinamos „Šalimis“, o kiekviena atskirai – „Šalimi“ sudarė šią paslaugų teikimo sutartį (toliau – Sutartis):

1. SUTARTIES DALYKAS

1.1. Vykdytojas įsipareigoja laiku ir tinkamai atlikti 2 (dviejų) ES investicijų komunikacijos kampanijų – „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“, kuri buvo įgyvendinama 2018 m., tāsos bei „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“ komunikacijos plano sukūrimo paslaugas (toliau – Paslaugos) pagal reikalavimus nurodytus perkamų Paslaugų techninėje specifikacijoje (Sutarties 1 priedas) bei, Užsakovui pageidaujant, suteikti iki 10 val. strateginių konsultacijų dėl komunikacijos plano įgyvendinimo ruošiantis komunikacijos plano įgyvendinimo viešajam pirkimui ar komunikacijos plano įgyvendinimo metu. Užsakovas įsipareigoja priimti tinkamai suteiktas paslaugas ir už jas atsiskaityti su Vykdytoju šioje sutartyje nustatyta tvarka ir sąlygomis.

1.2. Paslaugoms keliama reikalavimai yra nurodyti Sutarties 1 priede „Techninė specifikacija“.

2. SUTARTIES VYKDYMO TERMINAI IR JOS GALIOJIMAS

2.1. Sutartis įsigalioja ją pasirašius Šalių įgaliotiems atstovams ir galioja 12 mėnesių nuo sutarties įsigaliojimo datos.

3. SUTARTIES KAINA

3.1. Bendra sutarties kaina yra 9801,00 Eur (devyni tūkstančiai aštuoni šimtai vienas euras) įskaitant PVM. Į šią sumą įeina visos išlaidos ir visi mokesčiai įskaitant ir PVM sąskaitų – faktūrų teikimo naudojantis informacinės sistemos „E. sąskaita“ priemonėmis (www.esaskaita.eu) mokesčius.

Paslauga	Įkainis Eur. be PVM	Kiekis	Kaina Eur. be PVM
Kampanijos „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“ komunikacijos plano parengimas	3600,00	1	3600,00
Kampanijos „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“ komunikacijos plano parengimas	3800,00	1	3800,00
Konsultacijos 1 val. įkainis	70,00	10	700,00
Bendra Sutarties kaina Eur. be PVM			8100,00

PVM suma Eur.	1701,00
Bendra Sutarties kaina Eur. su PVM	9801,00

3.2. Kaina dėl mokesčių pasikeitimo perskaičiuojama tuo atveju, kai teisės aktais pakeičiamas taikomas pridėtinės vertės mokestis Sutartyje nurodytoms paslaugoms. Ji perskaičiuojama tokiu pat santykiu, koku pasikeičia pridėtinės vertės mokestis. Perskaičiavimas įforminamas atskiru susitarimu, kuris tampa neatsiejama Sutarties dalimi. Perskaičiuota kaina (kainos sudedamosios dalys) taikoma už tas paslaugas, už kurias PVM sąskaita-faktūra išrašoma galiojant naujam pridėtinės vertės mokesčiui.

4. PASLAUGŲ PRIĖMIMO TVARKA IR APMOKĖJIMO SĄLYGOS

4.1. Su Vykdytoju už tinkamai ir laiku suteiktas Paslaugas bus atsiskaitoma¹ per 30 (trisdešimt) kalendorinių dienų nuo paslaugų priėmimo-perdavimo akto pasirašymo dienos ir sąskaitos faktūros gavimo CPVA dienos. Atsiskaitant už atliktas Paslaugas CPVA turi būti pateiktos baigtinės komunikacijos plano versijos.

4.2. Vykdytojas įsipareigoja sąskaitą faktūrą Užsakovui pateikti naudojantis informacinės sistemos „E. Sąskaita“ priemonėmis. Sutrikus informacinės sistemos „E.sąskaita“ veikimui ar esant kitoms techninėms kliūtims, kurios nepriklauso nuo Šalių (pvz. sistemos nepritaikomumas mokėjimo dokumentus pateikti užsienio tiekėjui), Vykdytojas sąskaitą faktūrą gali pateikti kitomis priemonėmis (pvz. el. paštu arba paštu).

5. PASLAUGŲ ATLIKIMO SPECIFIKA

5.1. Vykdytojas privalo užtikrinti iš savo pusės konstruktyvų, efektyvų bei savalaikį bendradarbiavimą su CPVA atsakingais darbuotojais, paskirtais už Paslaugų teikimo sutarties vykdymą, taip pat laiku suteikti informaciją CPVA, būtiną tinkamam sutartinių įsipareigojimų užtikrinimui, paskirti atsakingus bei kvalifikuotus asmenis sėkmingam Sutarties įvykdymui.

5.2. CPVA darbuotojai bendradarbiauja su vykdytoju: teikia reikalingą Paslaugoms atlikti informaciją, duomenis, teikia pastabas ir pasiūlymus, kontroliuoja sutarties įgyvendinimą, o vykdytojas CPVA turi teikti informaciją apie Sutarties vykdymo eigą, pristatyti sprendinių projektus, juos koreguoti pagal pateiktas pastabas.

6. VYKDYTOJO PAREIGOS

6.1. Vykdytojas įsipareigoja:

6.1.1. Per 40 kalendorinių dienų po Paslaugų teikimo sutarties pasirašymo paruošti, pristatyti žodžiu, pageduoti pagal Užsakovo pastabas ir parengti galutinį detalų komunikacijos kampanijos planą (kiekvienos kampanijos atskirai), jį pristatyti užsakovui elektroninėje laikmenoje, taip pat surengti žodinį galutinio plano pristatymą Užsakovo atstovams.

6.1.2. Komunikacijos kampanijos planą turi sudaryti šios sudedamosios dalys, kurias Vykdytojas privalo parengti laikydamasis apačioje nurodytų reikalavimų:

6.1.2.1. Strateginis planas (pateikiamas ppt formatu):

¹ Paslaugų pirkėjas yra viešasis subjektas, kuris mokėjimus atlieka per valstybės išdą, todėl mokėjimai pagal išrašytas sąskaitas Paslaugų teikėjui gali būti atliekami dalimis, atsižvelgiant į finansavimo šaltinių skaičių.

- a) Kampanijos pavadinimas (taikoma kampanijai „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“);
- b) Tikslai, tikslinės auditorijos;
- c) Siekiami rezultatai ir jų matavimo metodika;
- d) Kūrybinė idėja (pagrindinė komunikacijos žinutė ir jos pagrindimas): pasiūlomoms 3 preliminarios idėjos, Užsakovui pasirinkus vieną iš jų, ji adaptuojama ir pakoreguojama pagal išsakytas pastabas;
- e) Komunikacijos veiklų idėja (kampanijos „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“ atveju – veiklų visuomenei; kampanijos „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“ – gimnazistams skirtos veiklos socialiniuose tinkluose bei kitos juos įtraukiančios veiklos), komunikacijos veiklų idėjai įgyvendinti dedikuotų priemonių planas, jų pagrindimas;
- f) Visų kampanijos priemonių turinio gairės – siunčiamos komunikacinės žinutės, jų pagrindimas;
- g) Kampanijos etapai.

6.1.2.2. Taktinis planas – kalendorinis kampanijos priemonių planas, išdėstytas faktine trukme (pateikiamas xls formatu).

6.1.2.3. Užsakovas pastabas Vykdytojo pateiktam komunikacijos planui išsako 1 kartą (išskyrus tuos atvejus, jei pastabos Vykdytojo pageidavimu turės būti teikiamos etapais), tačiau Vykdytojas jas taisto tol, kol į pastabas bus atsižvelgta pilna Užsakovo išsakytų pastabų apimtimi ir bus sukurtas Užsakovui tinkantis kokybiškas rezultatas.

6.1.3. Paskirti asmenį, atsakingą už šios Sutarties vykdymą – Marių Deksnį, komunikacijos konsultantą, tel. 8 5 212 0317, el.paštas marius@ideaprima.lt.

6.1.4. Teikti informaciją apie Sutarties vykdymo eigą, pranešti apie kitas nuo vykdytojo nepriklausančias aplinkybes, dėl kurių vykdytojas negali tinkamai teikti paslaugas.

6.1.5. Įvykdęs šioje Sutartyje numatytas Paslaugas pateikti Užsakovui pasirašyti paslaugos perdavimo–priėmimo aktą ir kitus sutarties 4 dalyje nurodytus dokumentus.

6.1.6. Kokybiškai ir laiku vykdyti kitus šioje sutartyje ir jos prieduose nustatytus įsipareigojimus.

7. UŽSAKOVO PAREIGOS

7.1. Užsakovas įsipareigoja:

7.1.1. Pateikti Vykdytojui sutartu būdu, terminais ir tinkama forma visą medžiagą, informaciją ir dokumentus, reikalingus sėkmingam ir kokybiškam Vykdytojo įsipareigojimų pagal šią sutartį atlikimui;

7.1.2. Paskirti atsakingą darbuotoją, kuris atstovautų Užsakovą, tvirtintų Vykdytojo pateiktą medžiagą, dokumentus pateikiamus pagal šią Sutartį, pasirašytų priėmimo-perdavimo aktus, būtų informuojamas apie atliekamų darbų eigą, dalyvautų susitikimuose su vykdytoju ir atliktų kitas užduotis, susijusias su šioje Sutartyje numatytomis Paslaugomis. Sutarties pasirašymo metu užsakovo paskirtas atsakingas darbuotojas yra: Irmina Šalčiūtė-Ričkienė, Komunikacijos skyriaus komunikacijos specialistė, tel. 8 5 210 7480, el.paštas i.salciute@cpva.lt, o jai nesant – ją pavaduojantis asmuo.

7.1.3. Vykdyti kitus šioje sutartyje ir jos prieduose prisiimtus įsipareigojimus.

8. ŠALIŲ ATSAKOMYBĖ

8.1. Šalys įsipareigoja tinkamai vykdyti savo įsipareigojimus, prisiimtus šia Sutartimi ir susilaikyti nuo bet kokių veiksmų, kuriais galėtų padaryti žalos viena kitai.

8.2. Jei Vykdytojas dėl savo kaltės vėluoja suteikti paslaugas ar jų dalį per Sutartyje ir (arba) Užsakovo nustatytą terminą, Užsakovas, be oficialaus įspėjimo ir neprarasdamas teisės į kitus savo

teisių gynimo būdus pagal Sutartį, reikalauja 0,05 proc. Sutarties kainos delspinigių už kiekvieną uždelstą dieną, skaičiuojant nuo nesuteiktų Paslaugų daliai teikti nustatyto termino pabaigos iki dienos, kai visos paslaugos buvo faktiškai suteiktos.

8.3. Jeigu Užsakovas laiku neatsiskaito su Vykdytoju per šioje sutartyje nurodytus terminus, Vykdytojui pareikalavus, užsakovas privalo sumokėti Vykdytojui 0,05 proc. delspinigių nuo laiku neapmokėtos sumos už kiekvieną uždelstą dieną.

8.4. Jei apskaičiuoti delspinigiai viršija 10 proc. bendros Sutarties kainos užsakovas gali, prieš tai įspėjęs Vykdytoją, sutartį nutraukti.

8.5. Vykdytojui nevykdant ar netinkamai vykdant Sutartį, Užsakovas turi teisę reikalauti Vykdytojo sumokėti 10 proc. Sutarties vertės baudą, taip pat reikalauti atlyginti atsiradusią žalą, kurios nepadengtų baudą.

9. KONFIDENCIALUMAS

9.1. Šalys sutinka laikytis konfidencialumo principo šios Sutarties ir priedų atžvilgiu ir be išankstinio kitos Šalies sutikimo raštu neatskleisti jokiai trečiajai šaliai jos turinio, išskyrus tuos atvejus, kai to reikalauja Lietuvos Respublikos įstatymai.

10. NENUGALIMOS JĖGOS APLINKYBĖS

10.1. Nė viena Sutarties Šalis nėra laikoma pažeidusia Sutartį arba nevykdančia savo įsipareigojimų pagal ją, jei įsipareigojimus vykdyti jai trukdo nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybės.

10.2. Nenugalimos jėgos aplinkybių sąvoka apibrėžiama ir Šalių teisės, pareigos ir atsakomybės esant šioms aplinkybėms reglamentuojamos Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 6.212 straipsnyje bei „Atleidimo nuo atsakomybės esant nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybėms taisyklėse“ (1996 m. liepos 15 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 840 “Dėl Atleidimo nuo atsakomybės esant nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybėms taisyklių patvirtinimo”).

10.3. Jei kuri nors Sutarties šalis mano, kad atsirado nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybės, dėl kurių ji negali vykdyti savo įsipareigojimų, ji nedelsdama informuoja apie tai kitą Šalį, pranešdama apie aplinkybių pobūdį, galimą trukmę ir tikėtiną poveikį bei pateikdama tai patvirtinančius dokumentus. Jei Užsakovas raštu nenurodo kitaip, Vykdytojas toliau vykdo savo įsipareigojimus pagal Sutartį tiek, kiek įmanoma, ir ieško alternatyvių būdų savo įsipareigojimams, kurių vykdyti nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybės netrukdo, vykdyti.

10.4. Jei nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybės trunka ilgiau kaip 180 kalendorinių dienų, tuomet, nepaisant Paslaugų suteikimo termino pratęsimo, kuris dėl minėtųjų aplinkybių gali būti Paslaugų Vykdytojui suteiktas, bet kuri Sutarties šalis turi teisę nutraukti Sutartį, įspėdama apie tai kitą šalį prieš 30 kalendorinių dienų. Jei pasibaigus šiam 30 dienų laikotarpiui nenugalimos jėgos (force majeure) aplinkybės vis dar yra, Sutartis nutraukiama ir pagal Sutarties sąlygas Šalys atleidžiamos nuo tolesnio Sutarties vykdymo.

11. SUTARTIES PAŽEIDIMAS, JOS NUTRAUKIMO IR PAKEITIMO TVARKA

11.1. Jei kuri nors Sutarties šalis nevykdo savo įsipareigojimų pagal Sutartį, ji pažeidžia Sutartį. Vienai Sutarties šaliai pažeidus Sutartį, nukentėjusioji šalis sutartyje nustatytais sąlygomis ir tvarka turi teisę:

- a) reikalauti kitos Šalies vykdyti sutartinius įsipareigojimus ir/arba;
- b) reikalauti sumokėti Sutarties sąlygose nustatytus delspinigius ir/arba;
- c) reikalauti sumokėti Sutarties sąlygose nustatytą baudą ir/arba (užsakovas vykdytojo atžvilgiu);
- d) nutraukti Sutartį ir/arba;
- e) reikalauti atlyginti nuostolius ir/arba;
- f) taikyti kitus Sutartyje numatytus teisių gynimo būdus.

11.2. Jei viena iš Sutarties Šalių nevykdo ar netinkamai vykdo sutartinius įsipareigojimus ir tai yra esminis Sutarties pažeidimas, kita Šalis gali vienašališkai nutraukti Sutartį

11.3. Šalys susitaria, kad esminiais Sutarties pažeidimais 11.2. punkto prasme bus laikomi šie pažeidimai:

11.3.1. kai Vykdytojas nevykdo savo įsipareigojimų pagal Sutartį arba kai jis per pagrįstai nustatytą laikotarpį neįvykdo užsakovo nurodymo ištaisyti netinkamai įvykdytus arba neįvykdytus sutartinius įsipareigojimus;

11.3.2. kai Vykdytojas sudaro subteikimo sutartį be Užsakovo leidimo;

11.3.3. kai Vykdytojas bankrutuoja arba yra likviduojamas, kai sustabdo ūkinę veiklą, arba kai įstatymuose ir kituose teisės aktuose numatyta tvarka susidaro analogiška situacija;

11.3.4. kai keičiasi vykdytojo organizacinė struktūra – juridinis statusas, pobūdis ar valdymo struktūra ir tai gali turėti įtakos tinkamam sutarties įvykdymui, išskyrus atvejus, kai dėl šių pasikeitimų keičiama Sutartis;

11.3.5. jei Vykdytojo mokėtinų delspinigių suma viršija 10 procentų bendros Sutarties kainos;

11.4. Prieš nutraukdamas Sutartį, užsakovas išsiunčia registruotą laišką, kuriame nustato naują terminą sutartiniais įsipareigojimams įvykdyti, ne trumpesnį kaip 14 kalendorinių dienų nuo laiško pristatymo dienos.

11.5. Jei Sutartis nutraukiama Užsakovo iniciatyva, Užsakovas turi, kiek galima greičiau po Sutarties nutraukimo, patvirtinti suteiktų Paslaugų vertę. Taip pat parengiama ataskaita apie Sutarties nutraukimo dieną esančias Sutarties Šalių tarpusavio skolas. Užsakovo nuostoliai išieškomi išskaičiuojant juos iš vykdytojai mokėtinų sumų.

11.6. Sutartį nutraukus dėl Vykdytojo kaltės, be jam priklausančio atlyginimo už atliktą darbą, Vykdytojas neturi teisės į kokių nors patirtų nuostolių ar žalos kompensaciją.

11.7. Vykdytojas, prieš 14 kalendorinių dienų įspėjęs užsakovą, gali nutraukti sutartį, jei:

11.7.1. ne dėl Vykdytojo kaltės Užsakovas vėluoja sumokėti daugiau nei 90 kalendorinių dienų nuo Sutartyje nurodyto sumokėjimo termino pabaigos;

11.7.2. Užsakovas stabdo Paslaugų ar jų dalies teikimą daugiau kaip 90 kalendorinių dienų dėl Sutartyje nenurodytų ir ne dėl Vykdytojo kaltės atsiradusių priežasčių ir Vykdytojui pareikalavus atnaujinti Paslaugų teikimą per 30 kalendorinių dienų nuo Vykdytojo reikalavimo gavimo dienos, Užsakovas šio reikalavimo neįvykdo.

11.8. Sutarties 11.7. punkte numatytas 14 kalendorinių dienų įspėjimo terminas netaikomas, kai sutartis nutraukiama 11.7.2. punkte numatytu pagrindu.

11.9. Sutartis gali būti nutraukta Šalių susitarimu bet kurios iš šalių iniciatyva. Šalis, pageidaujanti nutraukti Sutartį, ne vėliau kaip prieš 30 dienų iki pageidaujamos Sutarties nutraukimo datos raštu pasiūlo kitai Šaliai sutartį nutraukti. Jei per 14 dienų nuo šio punkte nurodyto rašto gavimo dienos kita Sutarties Šalis neatsako ar nesutinka su pasiūlymu nutraukti sutartį, laikoma, kad Sutartis nėra nutraukta.

11.10. Sutarties sąlygos jos galiojimo laikotarpiu negali būti keičiamos, išskyrus VPĮ 89 str. numatytas išimtis.

11.11. Sutarties sąlygų keitimą gali inicijuoti kiekviena Sutarties Šalis, pateikdama kitai Šaliai atitinkamą prašymą bei jį pagrindžiančius dokumentus. Šalis, gavusi tokį prašymą, privalo jį išnagrinėti per 10 kalendorinių dienų ir kitai šaliai pateikti motyvuotą raštišką atsakymą. Šalių

nesutarimo atveju sprendimo teisė priklauso Užsakovui. Šalims sutarus dėl Sutarties sąlygų keitimo, sąlygų keitimas įforminamas Šalių sutarimu, kuris tampa neatskiriama sutarties dalimi.

12. GINČŲ SPRENDIMAS

12.1. Visi kilę ginčai ar nesutarimai, susiję su šia Sutartimi, tarp Šalių turi būti sprendžiami derybų būdu, o nesusitarus taikiai – teismine tvarka.

12.2. Kilus ginčui Šalys raštu išdėsto savo nuomonę kitai Šaliai ir pasiūlo ginčo sprendimą. Gavusi pasiūlymą ginčą spręsti derybomis, Šalis privalo į jį atsakyti per 30 kalendorinių dienų. Ginčas turi būti išspręstas per ne ilgesnį nei 60 kalendorinių dienų terminą nuo derybų pradžios. Jei ginčo išspręsti derybomis nepavyksta arba, jei kuri nors šalis laiku neatsako į pasiūlymą ginčą spręsti derybomis, kita Šalis turi teisę, įspėdama apie tai kitą Šalį, pereiti prie kito ginčų sprendimo procedūros etapo.

12.3. Visi ginčai, kylantys dėl šios Sutarties, nepavykus jų išspręsti derybomis, sprendžiami LR teismuose pagal užsakovo buveinės vietą, jei įstatymai nenustato išimtinio bylų teisingumo.

13. SUBTEIKIMAS *(Paliekama, jei pasitelkiami subteikėjai)*

13.1. Sudarius Sutartį, tačiau ne vėliau negu Sutartis pradedama vykdyti, Vykdytojas įsipareigoja Užsakovui pranešti tuo metu žinomų subteikėjų pavadinimus, kontaktinius duomenis ir jų atstovus. Užsakovas taip pat reikalauja, kad Vykdytojas informuotų apie minėtos informacijos pasikeitimus visu Sutarties vykdymo metu, taip pat apie naujus subteikėjus, kuriuos jis ketina pasitelkti vėliau. Vykdytojas, siekdamas pakeisti/siūlyti naują subteikėją, turi raštu informuoti Užsakovą prieš 3 (tris) darbo dienas ir gauti Užsakovo raštišką sutikimą. Jeigu Užsakovas per 5 darbo dienas nepateikia Vykdytojui pastabų dėl keičiamo/naujai siūlomo subteikėjo, laikoma, kad Perkančioji organizacija neprieštarauja subteikėjo keitimui.

13.2. Vykdytojas atsako už savo subteikėjų veiksmus, įsipareigojimų nevykdymą bei aplaidumą taip, lyg šiuos veiksmus atliktų ar Sutarties įsipareigojimų nevykdytų ar aplaidus būtų jis pats. Užsakovo sutikimas, kad kuri nors šioje Sutartyje nurodytų įsipareigojimų dalis būtų vykdoma pagal subteikimo sutartį, neatleidžia Paslaugų teikėjo nuo jokių jo įsipareigojimų pagal šią Sutartį įvykdymo.

13.3. Subteikėjas, parinktas šioje Sutartyje numatytiems įsipareigojimams vykdyti, neturi teisės subteikimo sutartimi prisiimtų įsipareigojimų daliai vykdyti pasitelkti dar kitus asmenis.

14. KITOS SĄLYGOS

14.1. Šios Sutarties priedai yra neatsiejamos šios Sutarties dalys.

14.2. Šiai Sutarčiai taikomi Lietuvos Respublikos įstatymai ir kiti teisės aktai.

14.3. Ši Sutartis surašyta dviem egzemplioriais – po vieną kiekvienai Šaliai. Kiekvienas egzempliorius turi vienodą juridinę galią.

14.4. Visi Sutarties Šalių su sutartimi susiję tarpusavio pranešimai yra pateikiami raštu, faksu ar elektroniniu paštu, Sutartyje nurodytais adresais. Jeigu pranešimai šalims perduodami Sutartyje nurodytais fakais arba elektroniniu paštu, tokiu atveju Šalis, gavusi šią informaciją, privalo nedelsdama patvirtinti jos gavimo faktą.

14.5. Pasikeitus adresams, telefonų ar faksų numeriams, banko rekvizitams, kontaktiniams asmenims ir pan., Sutarties Šalys įsipareigoja nedelsdamos informuoti viena kitą. Šalis, neįvykdžiusi

šio reikalavimo, negali reikšti pretenzijų ar atsikirtimų, kad kitos Šalies veiksmai, atlikti pagal paskutinius jai žinomus rekvizitus, neatitinka Sutarties sąlygų arba kad ji negavo pranešimų, siųstų pagal tuos rekvizitus.

15. SUTARTIES PRIEDAI

15.1. Sutarties priedas:

15.1.1. 1 priedas – „Techninė specifikacija“.

16. JURIDINIAI ŠALIŲ ADRESAI:

UŽSAKOVAS

VšĮ Centrinė projektų valdymo agentūra

S. Konarskio g. 13, LT-03109 Vilnius

Įmonės kodas 126125624

Bankas: AB „Swedbank“

A.s. LT 827300010144437400

Tel. (8 5) 251 44 00

Faks. (8 5) 251 44 01

El. p. info@cpva.lt

VYKDYTOJAS

UAB „Idea Prima“

Pranciškonų g. 1, LT-01133 Vilnius

Įmonės kodas 126093354

A.s. LT377300010088083635

Tel. (+370 5) 2120317

Faks. (+370 5) 2312 479

El.p. info@ideaprima.lt

Direktoriaus pavaduotoja

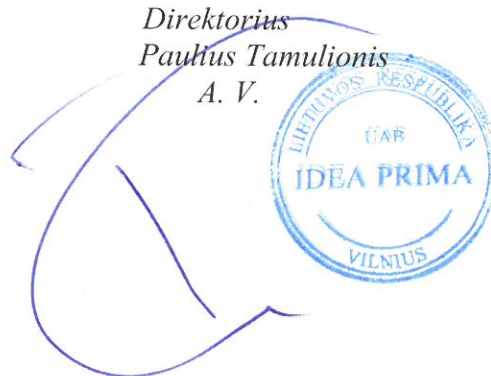
Jolanta Kačinskaitė



Direktorius

Paulius Tamulionis

A. V.



TECHNINĖ SPECIFIKACIJA

Pirkimo objektas:

VšĮ Centrinė projektų valdymo agentūra (CPVA) perka 2 (dviejų) ES investicijų komunikacijų kampanijų – „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“, kuri buvo įgyvendinama 2018 m., tąsai bei „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“ (darbinis pavadinimas) komunikacijos plano sukūrimo paslaugas (toliau – komunikacijos planas). Atskiroms komunikacijos kampanijoms turės būti pateikiamas atskiras komunikacijos planas.

CPVA taip pat perka strateginių konsultacijų galimybę dėl komunikacijos plano įgyvendinimo ruošiantis komunikacijos plano įgyvendinimo viešajam pirkimui ar komunikacijos plano įgyvendinimo metu. Konsultacijomis CPVA naudosis, jei bus poreikis. Maksimalus planuojama konsultacijų valandų kiekis – 10 val.

Daugiau apie komunikacijos kampanijas ir siekiamus rezultatus – priede „Techninė specifikacija“.

Paslaugų atlikimo terminas:

Komunikacijos planus (abiejų kampanijų) Vykdytojas turės pateikti per 40 kalendorinių dienų po paslaugų teikimo sutarties pasirašymo. Per šį laikotarpį Vykdytojas turės paruošti, pristatyti žodžiu Užsakovui, pageduoti pagal Užsakovo pastabas ir parengti galutinį detalų komunikacijos planą. Galutinis komunikacijos planas turi būti pristatytas užsakovui elektroninėje laikmenoje, taip pat turi būti surengtas žodinis galutinio plano pristatymas Užsakovo atstovams.

Atsiskaitymas už suteiktas paslaugas:

Užsakovas atsiskaito su Vykdytoju už tinkamai suteiktas paslaugas per 30 kalendorinių dienų nuo paslaugų priėmimo-perdavimo akto pasirašymo ir sąskaitos faktūros pateikimo per e.sąskaitą elektroninę sistemą.

Paslaugų apimtis:

Komunikacijos planą turi sudaryti šios sudedamosios dalys, kurias Vykdytojas privalo parengti laikydamasis apačioje nurodytų reikalavimų:

16.1. Strateginis planas (pateikiamas ppt formatu):

- h) Kampanijos pavadinimas (taikoma kampanijai „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“)
- i) Tikslai, tikslinės auditorijos;
- j) Siekiami rezultatai ir jų matavimo metodika;
- k) Kūrybinė idėja (pagrindinė komunikacijos žinutė ir jos pagrindimas): pasiūlomos 3 preliminaros idėjos, Užsakovui pasirinkus vieną iš jų, ji adaptuojama ir pakoreguojama pagal išsakytas pastabas.
- l) Komunikacijos veiklų idėja (kampanijos „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“ atveju – veiklų visuomenei; kampanijos „Aktyvus kultūros vartojimas: gimnazistų konkursas“ – gimnazistams skirtos veiklos socialiniuose tinkluose bei kitos juos įtraukiančios veiklos), komunikacijos veiklų idėjai įgyvendinti dedikuotų priemonių planas, jų pagrindimas;
- m) Visų kampanijos priemonių turinio gairės – siunčiamos komunikacinės žinutės, jų pagrindimas;

n) Kampanijos etapai.

16.2. Taktinis planas – kalendorinis kampanijos priemonių planas, išdėstytas faktine trukme (pateikiamas xls formatu)

Užsakovas pastabas Vykdytojo pateiktam komunikacijos planui išsako 1 kartą (išskyrus tuos atvejus, jei pastabos Vykdytojo pageidavimu turės būti teikiamos etapais), tačiau Vykdytojas jas taiso tol, kol į pastabas bus atsižvelgta pilna Užsakovo išsakytų pastabų apimtimi ir bus sukurtas Užsakovui tinkantis kokybiškas rezultatas.

Reikalavimai komunikacijos kampanijos „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“, kuri buvo įgyvendinama 2018 m., tąsos komunikacijos plano sukūrimo paslaugoms

1. Kampanijos aprašymas:

Komunikacijos tema	Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės visoms socialinėms grupėms)
Komunikacijos tikslai	1. Skatinti visuomenės toleranciją socialinio būsto gyventojų atžvilgiu (informuoti, kad socialiniame būste gyvena ir savo gerbūvį siekiantys pagerinti asmenys, t.y. tvarkingos, tačiau mažesnes pajamas turinčios daugiavaikės šeimos, neįgalieji, pilnametystės sulaukę našlaičiai, kt.).
Sprendžiama problema	1. Tolerancijos stoka socialinio būsto gyventojų atžvilgiu. Dalis visuomenės - gyventojai, kurių kaimynystėje įsikuria socialinio būsto gyventojai - nėra patenkinta ES investicijomis socialiniam būstui. Įrodymas - gyventojų elgesys: CPVA pastebėjo, kad projektų vykdytojai negali kabinti informacinių stendų, informuojančių apie socialinio būsto įrengimą, nenorint išskirti bei „paženklinti“ žmonių, apsigyvenusių socialiniame būste vengdami gyventojų pasipriešinimo; gyventojai pradėjo rašyti oficialius raštus savivaldybėms ir CPVA prieštaraudami tokiai kaimynystei ir teigdami, kad dėl įkurto socialinio būsto nuvertėjo jų butų kainos ir pan. Įrodymas - CPVA eksperimento duomenys: CPVA 2018 m. įgyvendindama komunikacijos kampaniją „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“ atliko eksperimentą ir sudarė visos Lietuvos kaimynų tolerancijos žemėlapi socialinio būsto gyventojų atžvilgiu. Jis patvirtino, kad tolerancijos stokos problema egzistuoja. Pavyzdžiui, Širvintose, Kėdainiuose ir Kauno miesto socialinio būsto kaimynystės nepanoro daugiau nei 80 proc. eksperimente dalyvavusių gyventojų. Negatyvių pranešimų buvo gauta iš visų Lietuvos savivaldybių. Daugiau apie eksperimentą, kurio metu paaiškėjo mažiausiai tolerantiški regionai – https://www.cpva.lt/naujienos/8/eksperimentas-daugiabuciuose-ar-esame-pakantus-socialinio-busto-kaimynystei:117

	Eksperimento metu CPVA asmeniškai gavo nemažai itin priešišku skundų, raštų iš gyventojų, kurie prieštaravo socialinio būsto įkūrimui jų kaimynystėje. Iš gyventojų apibūdinimų buvo galima nupiešti socialinio būsto gyventojų portretą: prasigėręs, triukšmadarys, netvarkingas, draugai bomžai, „apsivaikavęs“ ir pan. Tai patvirtina, kad visuomenė nėra tolerantiška socialinio būsto kaimynystei. Nors šis eksperimentas yra ne reprezentatyvus tyrimas, šio eksperimento duomenys verti dėmesio todėl, kad jo metu gyventojai buvo klausiami ne bendrai apie jų toleranciją socialinių būstų gyventojų atžvilgiu, bet buvo kalbama apie realią to respondento kaimynystę. Tai leidžia daryti prielaidą, kad respondentas tikrai išreiškė nuomonę apie tai, ką jis galvoja, o ne „kaip turėtų galvoti“ atsakinėdamas į hipotetinius klausimus. Įrodymas - tyrimų duomenys: 2018 m. lapkričio mėn. LR socialinės apsaugos ir darbo ministerijos (SADM) užsakyto tyrimo duomenimis (respondentų skaičius – 811) , beveik kas ketvirtas Lietuvos gyventojas, t.y. 23 proc. Lietuvos gyventojų mano, kad socialiniai būstai yra skiriami asocialiems žmonėms, kurie patys nesugeba pasirūpinti gyvenamuoju būstu. 77 proc. mano, kad socialiniai būstai skirti skurdžiai gyvenantiems žmonėms, kurie dėl objektyvių priežasčių gauna labai mažas pajamas. Šie duomenys yra jau įgyvendinus CPVA komunikacijos kampaniją „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“. Prieš ją įgyvendinant, visuomenės nuomonė skirstėsi atitinkamai 29 proc. ir 72 proc. Kampanijos metu pasiektas pozityvus 5 proc. visuomenės nuomonės pokytis socialinio būsto gyventojų atžvilgiu. Visgi manome, kad jis nėra pakankamas. Kas gyvena socialiniame būste? Lietuvoje socialiniame būste apgyvendinamos daugiavaikės šeimos, vieniši tėvai, našlaičiai ar asmenys, likę be tėvų globos, neįgalieji, pensinio amžiaus asmenys, darbingi asmenys, gaunantys mažas pajamas. Patirtis rodo, kad tik dalis socialinių būstų gyventojų iš tiesų yra „probleminiai“ ir nesiekia grįžti į darbo rinką bei gauti didesnes pajamas. Visgi nemaža dalis socialinio būsto gyventojų yra tvarkingi asmenys, kurie dėl įvairių susiklosčiusių aplinkybių gauna mažas pajamas ir jiems reikalinga valstybės parama. Šios komunikacijos kampanijos metu veiklomis, skirtomis visuomenei, bus nesiekiamą paneigti fakto, kad tarp socialinio būsto gyventojų nėra „probleminių“ asmenų. Kaip ir 2018 m. įgyvendintos kampanijos „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“ metu, taip ir tęsiant kampaniją (kas ir yra šio pirkimo objektas) didžiausias dėmesys bus skiriamas visuomenės nuomonės formavimui, kad socialiniame būste gyvena ir „tvarkingi“ asmenys, kuriems reikia valstybės pagalbos, ir jie gali būti geri kaimynai.
Siekiamas poveikis	Įvykdžius kampanijos 2 dalį (2018 m. įgyvendintos kampanijos tęsą) tikimasi, kad kampanijos tikslinė auditorija (padidėjusi jos dalis):

	Visuomenė: žino, kad socialinio būsto gyventojai gali būti geri kaimynai (socialiniame būste gyvena ir sąmoningi, savo gerovės pagerinimo siekiantys asmenys).
Tikslinė auditorija	Visuomenė
Planuojamos veiklos, kurias pasiūlyti turi paslaugų teikėjas	Planuojama viešojo pirkimo metu nusipirkti kampanijos „Aš – tavo kaimynas. NERŪŠIUOK manęs“ tąsą – komunikacijos veiklų planą. Veiklos, siūlomos plane, turi būti skirtos visuomenei (2 ar daugiau). Veiklos visuomenei turi atitikti kampanijos tikslą (žr. „Siekiamas poveikis“ bei „4. Siektini komunikacijos kampanijos rodikliai“), turi nebūti identiškos prieš tai įgyvendintoms veikloms (žr. toliau „Papildoma informacija“), bet pratęsti kampaniją siekiant efektyviausių rezultatų. Veiklos turi būti įtraukiančios visuomenę, gali būti drąsios, tačiau adekvačios siekiamiems tikslams.
Papildoma informacija	1. Apie ES investicijas socialiniam būstui ir CPVA administruojamą socialinio būsto priemonę „Socialinio būsto fondo plėtra“ trumpai aprašoma <u>čia</u>: 2. Socialiniai būstai dabar įkurti: Vilniaus regione (404 butai), Kauno regione (378 butai), Šiaulių regione (203 butai), Klaipėdos regione (167 butai), Marijampolės regione (144 butai), Utenos regione (135 butai), Telšių regione (130 butų), Panevėžio regione (127 butai), Alytaus regione (106 butai). Iš viso 60-tyje savivaldybių. 3. Kiekybinis visuomenės nuomonės tyrimas, atliktas SADM užsakymu 2018 m. lapkričio mėn. (jame CPVA iniciatyva įtraukti ir klausimai apie socialinį būstą). 4. CPVA 2018 m. metu įgyvendintos kampanijos veiklos: - Renginiai – diskusijos visų Lietuvos savivaldybių administracijos atstovams, dirbantiems su socialiniu būstu, bei savivaldybių administracijų vadovams. 3 renginiai Vilniuje, Anykščiuose ir Telšiuose. Tikslas - įtikinti, kad socialinio būsto gyventojų integravimas į visuomenę yra efektyvesnis būdas socialinio būsto investicijoms nei izoliavimas. - <u>Sociometrinis eksperimentas ir video</u>: Sklaida – Facebook ir ACM ekranai 7 Lietuvos miestuose. - <u>Lauko reklama</u>. - Savivaldybių atstovų apklausa prieš ir po kampanijos (pasiektas 14 proc. nuomonės, kad reikia integruoti socialinio

	būsto gyventojus, pokytis). - <u>Socialinio būsto kaimynų tolerancijos eksperimentas.</u> - Viešųjų ryšių kampanija, komunikuojant apie įgyvendintas veiklas ir problematiką. 5. 2017 m. <u>Valstybės kontrolės audito ataskaita socialinio būsto tematika.</u>
--	---

2. Siektini komunikacijos kampanijos rodikliai:

Komunikacijos rodiklis	Rodiklio reikšmių duomenų šaltinis	Pradinė reikšmė	Siektina reikšmė
Padidėjusi tikslinės auditorijos dalis, žinanti, kad socialiniame būste gyvena tvarkingi mažas pajamas gaunantys asmenys	SADM organizuojamas visuomenės tyrimas, į kurio klausimyną įtraukti klausimai socialinio būsto tematika (2018 m. IV ketv.) ir vėl kartojamas 2019 m. IV ketv. ir 2020 m. IV ketv.)	77 proc.	Augimas ne mažiau kaip po 3 proc. punktus – 80 proc. SADM apklausa vykdoma metų pabaigoje, todėl ir pasiekta reikšmė bus matuojama 2020 m. IV ketv.

3. Kampanijos įgyvendinimo trukmė:

Kampanija turi būti įgyvendinta ir jos rezultatai turi būti pasiekti **iki 2020 m. gruodžio 31 d.**

4. Sutarties vertė:

Kampanijos maksimalus biudžetas – 35 000 įskaičiavus PVM.

Reikalavimai komunikacijos kampanijos „Aktyvus kultūros paslaugų ir produktų vartojimas“ komunikacijos plano sukūrimo paslaugoms

1. Kampanijos aprašymas:

Komunikacijos tema	Aktyvus kultūros paslaugų ir produktų vartojimas
Komunikacijos tikslai	1. Įtraukti jaunimą į formalias ir neformalias veiklas, vykdomas kultūros ir gamtos objektuose.
Sprendžiama problema	Kultūros paslaugų ir produktų vartojimas kaip laisvalaikio praleidimo būdas yra nepopuliarus. Jaunimas per mažai žino apie kultūrinės paslaugas, jiems trūksta kultūros vartojimo įpročių. Lietuvoje ES investicijų dėka atnaujinami kultūros objektai – muziejai, kultūros centrai. Visgi šios investicijos bus veiksmingos tik tuo atveju, jei kultūros objektai būtų patrauklūs ir lankomi.
Siekiamas poveikis	Įvykdžius kampaniją tikimasi, kad kampanijos tikslinė auditorija (padidėjusi jos dalis): - mano, kad Lietuvos kultūros objektai yra šiuolaikiški, modernūs, patogūs, atviri ir gali būti gera vieta laisvalaikio praleidimui; - turi idėjų, kaip kultūros objektus padaryti patrauklius ir gera vieta laisvalaikio praleidimui.
Tikslinė auditorija	- 14-18 metų moksleiviai (gimnazistai) Šios amžiaus grupės moksleiviai yra aktyvūs, smalsūs, intelektualūs, komunikuojantys tarpusavyje. Jų įtraukimas suteiks jiems žinių apie jų aplinkoje atnaujinamus kultūros objektus ir paskatins domėtis jų teikiamomis paslaugomis. Be to, gimnazistai gali turėti realių ir naudingų idėjų, kaip papildomai išnaudoti kultūros objektų, į kuriuos investuotos ES Struktūrinių fondų lėšos, infrastruktūrą ir padidinti lankytojų skaičių juose.
Planuojamos veiklos, kurias pasiūlyti turi paslaugų teikėjas	1. Tikslinei grupei skirta veikla socialiniuose tinkluose. 2. Tikslinę grupei skirta veikla (-os), kviečianti (-čios) teikti idėjas, kaip padaryti kultūros objektus patrauklia vieta laisvalaikiui. 3. Kampanijos veiklų efektyvumo matavimas (tikslinės auditorijos apklausa pradedant komunikacijos kampaniją ir jos pabaigoje).
Papildoma informacija	1. Apie ES investicijas kultūrai ir CPVA administruojamas priemonės: <u>Aktualizuoti kultūros paveldo objektus</u> <u>Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus</u>

	<u>Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą</u>
	<u>Modernizuoti kultūros infrastruktūrą</u>
	<u>Modernizuoti savivaldybių kultūros infrastruktūrą</u>
	<u>Modernizuoti viešąją ir privačią kultūros infrastruktūrą</u>

2. Siektini komunikacijos kampanijos rodikliai:

Komunikacijos rodiklis	Rodiklio reikšmių duomenų šaltinis	Pradinė reikšmė	Siektina reikšmė
Padidėjusi jaunimo dalis, mananti, kad Lietuvos kultūros objektai yra šiuolaikiški, modernūs, patogūs, atviri	Tiekėjo apklausa, kurią paslaugų teikėjas turės vykdyti prieš ir po kampanijos.	Bus nustatyta po apklausos iki viešinio kampanijos pradžios	Bus nustatyta po apklausos iki viešinio kampanijos. Atsižvelgiant į pradinę reikšmę, bus nustatyta siektina reikšmė, tačiau augimas nebus mažesnis nei 3 proc. nuo pradinės reikšmės. Ar pasiekta reikšmė bus nustatyta iškart po kampanijos įgyvendinimo (2020 m. III ketv.).
Padidėjusi jaunimo dalis, kuri sužinojo apie ES lėšomis finansuojamus kultūros objektus socialiniuose tinkluose	Tiekėjo apklausa, kurią paslaugų teikėjas turės vykdyti prieš ir po kampanijos.	Bus nustatyta po apklausos iki viešinio kampanijos pradžios	Bus nustatyta po apklausos iki viešinio kampanijos. Atsižvelgiant į pradinę reikšmę, bus nustatyta siektina reikšmė, tačiau augimas nebus mažesnis nei 3 proc. nuo pradinės reikšmės. Ar pasiekta reikšmė bus nustatyta iškart po kampanijos įgyvendinimo (2020 m. III ketv.).

17. Kampanijos įgyvendinimo trukmė:

Kampanija turi būti įgyvendinta ir jos rezultatai turi būti pasiekti **iki 2020 m. rugsėjo 30 d.**

4. Sutarties vertė:

Kampanijos maksimalus biudžetas – 45 000 įskaičiavus PVM.