

VIEŠŪJŲ RYŠIŲ PASLAUGOS (PSICHOAKTYVIŪJŲ MEDŽIAGŲ VARTOJIMO PREVENCIJOS SOCIALINĖS KAMPANIJOS SUKŪRIMAS IR ĮGYVENDINIMAS)

TECHNINĖ SPECIFIKACIJA

**Perkančioji organizacija** – Vilniaus miesto savivaldybės visuomenės sveikatos biuras (toliau – Perkančioji organizacija arba Užsakovas).

Eil. Nr.	Pavadinimas	Aprašymas
1.	<b>Pirkimo pavadinimas</b>	1.1. Psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo prevencijos socialinės kampanijos kūrimo ir įgyvendinimo paslaugos: kūrybinė idėja, reklaminė medžiaga, nuomonės formuotojų pasitelkimas bei jų paslaugų pirkimas ir kontaktinių diskusijų organizavimas bei administravimas.
2.	<b>Pirkimo tikslas</b>	2.1. Sukurti ir įgyvendinti vieną socialinės komunikacijos kampaniją psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo prevencijos tematika, orientuotą į 12–18 (dvylikos–aštuoniolikos) metų jaunuolius, kuri kurtų plačiai atpažįstamą ir diskusiją skatinančią žinutę, integraliai pritaikomą kontaktiniams susitikimams Vilniuje.
3.	<b>Tikslinė grupė</b>	3.1. Pagrindinė (pirminė) auditorija – Vilniaus miesto 12–18 (dvylikos–aštuoniolikos) metų jaunuoliai. 3.2. Antrinės auditorijos – pirminės auditorijos aplinka (tėvai/globėjai, pedagogai, bendruomenių lyderiai ir kt.); komunikacija segmentuojama, pirmumą teikiant pagrindinės (pirminės) auditorijos pasiekiamumui ir įsitraukimui.
4.	<b>Paslaugų teikimo terminai</b>	4.1. 8 mėn. 4.2. Paslaugos teikimas bei atsiskaitymas už paslaugų tiekimą skirstomi į 4 (keturis) etapus. 4.2.1. <b>Kūrybinė idėja.</b> Parengiama ir pristatoma prezentacija: reklaminės kampanijos galutinė idėja ir įgyvendinimo strategija. Per 10 (dešimt) darbo dienų po sutarties sudarymo dienos. 4.2.2. <b>Pasiruošimas gamybai.</b> Parengiama ir pristatoma prezentacija: detalus reklaminės medžiagos gamybos ir kampanijos įgyvendinimo planas, kuris taip pat apima ir biudžeto panaudojimo logiką ir būtinų išankstinių išteklių pagrindimą. Per 20 (dvidešimt) darbo dienų po sutarties sudarymo dienos. 4.2.3. <b>Reklaminės kampanijos gamyba.</b> Užsakovui perduodama visa šio pirkimo sutarties pagrindu sukurta ir įsigyta reklaminė medžiaga bei adaptacijos. Per 40 (keturiasdešimt) darbo dienų nuo sutarties sudarymo dienos. 4.2.4. <b>Bendruomenių susitikimai su nuomonės formuotojais.</b> Pateikiama ataskaita už įgyvendintus susitikimus su 75 (septyniasdešimt penkiomis) bendruomenėmis bei publikuotus ne mažiau nei 75 (septyniasdešimt penkis) su susitikimais susijusio turinio vienetų nuomonių formuotojų socialinių tinklų paskyrose. Pateikiama suvestinė apie ne mažiau kaip 500 (penkis šimtus) unikalų dalyvių anketų. Pagal susitarimą su Užsakovu atsiskaitymas už šį etapą gali būti vykdomas etapo įgyvendinimo

		<p>eigoje pagal faktiškai atliktus darbus, bet ne vėliau kaip iki sutarties pabaigos termino.</p> <p>4.3. Paslaugos etapų terminai gali būti keičiami su Užsakovo sutikimu, tačiau bendra paslaugų teikimo trukmė negali viršyti 4.1 punkte numatyto termino.</p>
<p>5.</p>	<p><b>Techniniai paslaugų reikalavimai (aprašymas, apimtis ir numatomos veiklos)</b></p>	<p>5.1. <b>Kūrybinė idėja ir strategija.</b></p> <p>5.1.1. Idėjos pagrindimas: Vilniaus miesto visuomenės biuras Vilniuje taiko islandiškąjį prevencijos modelį. <i>Planet Youth</i> – tarptautinė pirminę psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo prevenciją vykdanči organizacija Islandijoje, kurios veikla paremta islandiškuoju prevencijos modeliu. Su ja dirba daugiau nei 50 partnerių visame pasaulyje, tarp kurių nuo 2020 metų yra ir Vilnius. Islandiškojo prevencijos modelio tikslas – stiprinti apsauginius veiksnius, darančius įtaką psichoaktyviųjų medžiagų vartojimui, ir mažinti arba panaikinti rizikos veiksnius bei kurti sveiką aplinką jauno žmogaus vystymuisi, dėmesį skiriant pagrindinėms jauno žmogaus aplinkoms – šeimai, mokyklai, laisvalaikiui ir bendraamžiams.</p> <p>Kas du metus vykdomas dešimtų klasių moksleivių tyrimas ir remiantis gautais tyrimo duomenimis vykdoma psichoaktyviųjų medžiagų prevencija, inicijuojamos veiklos mokyklose, visuomenėje, kuriamos socialinės kampanijos. Atliekant tyrimo rezultatais grįstus veiksmus siekiama rodiklių pokyčio. Visus pastarųjų metų tyrimo duomenis galima rasti čia: <a href="https://planetyouth.lt/wp-content/uploads/2025/08/Planet-Youth-tyrimas-2024_Vilnius.pdf">https://planetyouth.lt/wp-content/uploads/2025/08/Planet-Youth-tyrimas-2024_Vilnius.pdf</a></p> <p>Tyrimo duomenys rodo, kad 34 (trisdešimt keturi) procentai tyrime dalyvavusių jaunuolių miega 8 (aštuonias) ar daugiau valandų. Šie duomenys yra tiesiogiai susiję su psichologinės savijautos rodikliu – 36 (trisdešimt šeši) procentai merginų ir 59 (penkiasdešimt devyni) procentai vaikinių sako, kad jų psichikos sveikata yra gera, arba labai gera.</p> <p>Remiantis vėliausiais tyrimo duomenimis bei papildomai organizavus moksleivių fokus grupes paaiškėjo, kad didelė paauglių dalis susiduria su miego problemomis, todėl planuojama socialinės reklamos kampanija adresuojama miego problematikai.</p> <p>5.1.2. Auditorijos analizė: tiekėjas atlieka tikslinės grupės analizę ir kampaniją kuria atsižvelgdamas į auditorijos specifiką (amžius, elgsenos ypatumai, informacijos vartojimo būdai, jautrumai, rizikos, turinčios įtakos žinutės priėmimui).</p> <p>5.1.3. Kūrybinė koncepcija: originali, etiška, tikslinėms auditorijoms suprantama ir prevencijos tikslams proporcinga koncepcija (pagrindinė žinutė, vizualinė kryptis, tono ir kalbėjimo gairės), tinkama skaitmeninei komunikacijai ir kontaktiniams susitikimams.</p> <p>5.1.4. Numatyti klausimų-atsakymų/kvietimo veikti mechanizmai bei diskusijų turinio rinkinys kontaktiniams susitikimams (diskusijos skatinimui) su auditorija.</p> <p>5.1.5. Galutinė kampanijos strategija, apimanti kūrybinės idėjos aprašymą, pagrindimą bei esminių rizikų valdymo principus, suderinama su Užsakovu prieš kampanijos pradžią ir ne vėliau nei per 10 (dešimt) darbo dienų nuo sutarties pasirašymo dienos.</p> <p>5.1.6. Detalus įgyvendinimo planas (grafikas). Strategijos pagrindu</p>

tiekėjas parengia ir su Užsakovu suderina konkretų turinio ir veiklų kalendorių (preliminarūs nuomonės formuotojai, publikavimo datos/laikai pritaikant prie renginių grafiko), ne vėliau nei per 20 (dvidešimt) darbo dienų nuo sutarties pasirašymo dienos.

5.1.7. Užsakovui pagrįstai inicijavus detalaus plano korekciją (pvz., data, vieta, formatas), tiekėjas atnaujina planą; terminai gali būti koreguojami, bet tik ta apimtimi ir tokiais atvejais, kuriuos leidžia sutarties sąlygos. Grafikas laikomas pasiruošimo gamybai etapo dalimi ir suderinamas bei patvirtinamas su Užsakovu per 10 (dešimt) darbo dienų po strategijos patvirtinimo.

## 5.2. Reklaminė medžiaga, turinio kokybė ir formatai.

5.2.1. Pagrindinis vaizdo kūrinys: ne trumpesnis nei 60 (šešiasdešimt) sekundžių vaizdo įrašas, suprantamai atspindintis pagrindinę kampanijos žinutę; adaptacijos – iki 25/8 (dvidešimt penkių/aštuonių) sekundžių. Vaizdo santykiai: 16:9, 9:16, 1:1 ir (ar) kiti horizontalūs bei vertikalūs formatai tinkami kampanijos žinutės perteikimui. Raiška sklaidai internete bei Užsakovo naudojamose socialinių tinklų platformose – ne mažiau kaip aukšta raiška (*Full HD* ar lygiavertė); failai televizijai ir (ar) radijui, atitinkantys pasirinkto transliuotojo technines specifikacijas; failai lauko reklamos plotams atitinkantys pasirinktos paviršiaus technines specifikacijas.

5.2.2. Antrinis kampanijos kūrinys: statiniai vizualai, papildantys pagrindinės žinutės sklaidą, išlaikant kampanijos stiliškumą. Vaizdo santykiai – 1:1, 9:16, 4:5, 16:9 ir (ar) kiti horizontalūs bei vertikalūs formatai tinkami kampanijos žinutės perteikimui. Skaitmeniniai vizualai sklaidai internete bei Užsakovo naudojamose socialinių tinklų platformose – ne mažiau kaip 1080 pikselių ilgesnioji kraštinė. Spausdinimui – vektoriniai ar 300 (trys šimtai) taškų colyje (*dpi*) dydžio rastriniai failai, tinkami vidaus ir lauko paviršių reklamos išpildymui.

5.2.3. Kiti turinio vienetai: papildančios trumposios 6–20 (šešių–dvidešimties) sekundžių vaizdo adaptacijos ir titulinių (įvairių formatų) vaizdų alternatyvos; pristatymo skaidrės ir grafinės priemonės auditorijai įtraukti; skaitmeniniai skelbimai renginių paskelbimui ir informaciniai lapai; nuomonės formuotojų integracijų gairės; publikavimui parengti ir šaltinių failai.

5.2.4. Metodinių priemonių dizaino adaptacijos: Užsakovo pateikto metodinio turinio vizualinis pritaikymas (skaidrės, moderavimo gidas, vizualinės priemonės, elektroniniai lankstiniai / afišos), paruošiant failus publikavimui ir spausdinimui; nuomonės formuotojų supažindinimas su medžiaga.

5.2.5. Turinio naudojimo gairės Užsakovo komandai (failų struktūra ir taikymo pavyzdžiai).

5.3. **Prieinamumas.** Skaitmeninis turinys ir kontaktinių susitikimų medžiaga parengiami ir (ar) adaptuojami (subtitrai, paprastesnės kalbos versijos, alternatyvūs aprašai, šriftų dydžiai, kontrastai) laikantis Lietuvoje taikomų viešojo sektoriaus skaitmeninio turinio prieinamumo reikalavimų, nurodytų *Bendrujų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms ir mobiliosioms programoms apraše* ir

*Lietuvos Respublikos gaminių ir paslaugų prieinamumo reikalavimų įstatyme.* Kartu su pasiūlymu Paslaugų teikėjai turi pateikti bendrąją paslaugos teikimo sąlygų aprašą arba kitą lygiavertį dokumentą, kuriame pateikta informacija, kaip paslauga atitinka jai taikytinus prieinamumo reikalavimus.

5.4. **Rizikų valdymas ir stebėseną.** Kartu su galutine kampanijos strategija parengiamas ir taikomas rizikų valdymo ir reagavimo planas (įskaitant auditorijos reakcijos stebėseną ir turinio korekcijų tvarką) ir taikomas viso projekto metu iki suplanuotų rezultatų pasiekimo.

5.5. **Kontaktinių susitikimų organizavimas.**

5.5.1. Apimtis: organizuoti ir įgyvendinti ne mažiau kaip 75 (septyniasdešimt penkis) susitikimus Užsakovo nurodytose Vilniaus miesto mokyklose su Užsakovo parinktomis bendruomenėmis. Kiekviename susitikime dalyvauja nuomonės formuotojas ir Užsakovo atstovas.

5.5.2. Derinimas: susitikimų vietą, datą ir laiką inicijuoja Užsakovas, bendradarbiaujant su tiekėju ir nuomonės formuotojais; galutinis grafikas tvirtinamas bendru sutarimu, pirmenybę teikiant susitikimų kokybei. Vienam nuomonės formuotojui per 1 (vieną) dieną leidžiama planuoti iki 6 (šešių) susitikimų, jei tai netrukdo kokybei.

5.5.2.1. Rekomendacinė nuostata dėl susitikimų grupavimo. Planavimo ir logistikos optimizavimui leidžiama susitikimus grupuoti į renginio vienetus po 3 (tris) susitikimus iš eilės. Ši nuostata nekeičia sutartinių įsipareigojimų: privalomi ne mažiau kaip 75 (septyniasdešimt penki) susitikimai, ne mažiau kaip 75 (septyniasdešimt penki) trumpo formato pasidalijimai (po vieną pasidalijimą apie kiekvieną susitikimą) ir ne mažiau kaip 500 (penki šimtai) unikalių dalyvių anketų. Grupavimas taikomas tik jei nekenkia susitikimų ir diskusijos kokybei ir suderinamas su Užsakovu.

5.5.3. Dalyvių anketavimas: po kiekvieno susitikimo tiekėjas tą pačią darbo dieną perduoda Užsakovui dalyvių apklausos anketas ir faktinį dalyvių sąrašą; Užsakovo sutikimu terminas gali būti pratęstas iki 1–2 (vienos–dviejų) darbo dienų. Vienas dalyvis skaičiuojamas tik kartą. Apklausos anketos instrukciją su šablonu pateikia Užsakovas.

5.5.4. Rezultato rodiklis: ne mažiau kaip 500 (penki šimtai) unikalių 12–18 (dvylikos–aštuoniolikos) metų dalyvių anketų.

5.6. **Nuomonės formuotojų atranka ir valdymas.**

5.6.1. Įtraukimo logika ir vaidmenys: apibrėžiami kanalai, žinučių akcentai, įsitraukimo priemonės, integracijų gairės ir administravimo planas.

5.6.2. Sudėtis: leidžiama susitikimams su bendruomenėmis pasitelkti daugiau nei vieną nuomonės formuotoją, kai toks plano išdėstymas atitinka 5.5 punktą.

5.6.3. Nuomonės formuotojų pasirinkimui privalomi minimalūs reikalavimai (taikomi kiekvienam plane numatomam nuomonės formuotojui):

5.6.3.1. Pasiekiamumas: arba sekėjų skaičius ne mažiau kaip 5 000 bent vienoje platformoje, arba paskutinių 10 (dešimt) publikacijų vidutinis peržiūrų skaičius ne mažiau kaip 10 000 (dešimt tūkstančių).

5.6.3.2. Vertybės ir reputacija: per 24 (dvidešimt keturis) mėnesius – jokio turinio, skatinančio ar normalizuojančio psichoaktyviųjų medžiagų vartojimą; netoleruojamas neapykantos, diskriminacijos, smurto turinys.

5.6.3.3. Autentiškumas: netoleruojami dirbtinai surinkti sekėjai ar praktikos, reikšmingai iškraipiančios metrikas; įtarus neatitikimus, gali būti reikalaujama papildomos patikros ir pakeitimo.

5.6.4. Publikacijos apie susitikimus: apie kiekvieną susitikimą nuomonės formuotojas savo asmeninėje paskyroje paskelbia ne mažiau kaip vieną trumpo formato pasidalijimą. Trukmė – 10–60 (dešimt–šešiasdešimt) sekundžių; formatas – vertikalus arba kvadratinis; turinys aiškiai siejamas su susitikimu. Iš viso – ne mažiau kaip 75 (septyniasdešimt penki) trumpo formato pasidalijimai.

5.6.5. Vientisumas: nuomonės formuotojų turinys atitinka kampanijos tikslus, reikalavimus ir papildo pagrindinės žinutės sklaidą. Naudojamos vieningos kampanijos bei Užsakovo žymos, paskyrų minėjimai, žinutės formuluotės, kad būtų užtikrintas vientisumas per visus pasidalijimus.

5.6.6. Kandidatai ir pakeitimai: pasiūlyme nurodomi planuojamų nuomonės formuotojų paskyrų pavadinimai ir platformos. Pasiūlyme esantis sąrašas laikomas pavyzdiniu; galutinė sudėtis tvirtinama prieš publikavimus pagal detalų įgyvendinimo planą. Užsakovui nepritariant ar kilus reputacijos rizikai (tiek planavimo, tiek vykdymo etapuose), tiekėjas kandidatus pakeičia lygiaverčiais be papildomų išlaidų ir terminų pratęsimo. Visi keitimai suderinami el. paštu, pasiūlant ne mažiau kaip dvi alternatyvas.

5.6.7. Iki sutarties sudarymo tiekėjas užtikrina rašytinių siūlomų nuomonės formuotojų sutikimų dalyvauti projekte gavimą.

5.6.8. **Dalyvių informacijos administravimas ir duomenų apsauga.** Su kontaktinių susitikimų dalyvių informacijos administravimu susijusios procedūros vykdomos vadovaujantis Tarpinstitucinės darbo grupės, sudarytos Lietuvos Respublikos finansų ministro 2021-06-11 įsakymu Nr. 1K-219, 2025-08-29 posėdžio protokolu Nr. 29 patvirtintos *Projektų dalyvių informacijos administravimo instrukcijos* (toliau – Instrukcija) 3.1 dalimi *Dalyvio apklausos pildymo instrukcija*, įskaitant visas jos galiojančias ir būsimas redakcijas. Po kiekvieno susitikimo tiekėjas pateikia Užsakovui dalyvių apklausos anketas ir faktinius dalyvių sąrašus ir atsako už surinktų duomenų kokybę (pilnumą, skaitomumą).

5.6.9. Tvarkomi tik būtini asmens duomenys; duomenų perdavimas subrangovams – tik teisėtu pagrindu ir būtina apimtimi; tiekėjas užtikrina, kad visi pasitelkti asmenys (įskaitant subrangovus ir nuomonės formuotojus) laikytųsi šių reikalavimų.

## 5.7. **Dirbtinio intelekto (DI) naudojimas**

5.7.1. Be išankstinio rašytinio Užsakovo sutikimo dirbtinio intelekto įrankiai nenaudojami.

5.7.2. Su sutikimu dirbtinis intelektas gali būti naudojamas tik kaip pagalbinė priemonė, kai galutinį turinį iš esmės sudaro žmogaus kūrybinės ir intelektinės veiklos rezultatas.

		<p>5.7.3. Dirbtinio intelekto sugeneruoto turinio dalis – ne daugiau kaip 20 (dvidešimt) procentų viso kampanijos turinio; tiekėjas deklaruoja panaudojimą ir apimtį; Užsakovas turi teisę pareikalauti nenaudoti DI konkreitiems darbams ir pateikti tikrinimui su DI susijusią informaciją.</p> <p>5.7.4. Draudžiama viešosiose DI platformose teikti konfidencialią informaciją ar asmens duomenis; naudojami tik teisėti ir licencijuoti įrankiai; pažeidimus tiekėjas pašalina savo lėšomis ir atlygina tiesiogines Užsakovo išlaidas.</p> <p>5.8. <b>Intelektinė nuosavybė.</b> Visi su sutarties įvykdymu sukurti kūriniai (įskaitant atvirus šaltinius/failus, šriftų, muzikos, vaizdo, nuotraukų, DI įrankių licencijas ir kt.) be papildomo atlygio perduodami Užsakovui turtinių teisių perėmimo pagrindu, suteikiant teisę neribotai naudoti, adaptuoti, versti ir platinti projekto tikslams. Tiekėjas garantuoja teisių skaidrumą. Perduodant turtines teises Užsakovui, tiekėjas patvirtina, kad panaudotų įrankių (įskaitant DI) licencinės sąlygos neapriboja teisių perdavimo, o galutiniai kūriniai yra laisvi nuo trečiųjų asmenų pretenzijų; prireikus pateikiami pagrindžiantys dokumentai.</p>
6.	<b>Reikalavimai paslaugų tiekėjui</b>	<p>6.1. <b>Pilnas paslaugų ciklas:</b> strategijos ir kūrybinės idėjos parengimas, reklaminės medžiagos sukūrimas ir adaptavimas, nuomonės formuotojų atranka ir valdymas, kontaktinių susitikimų organizavimas, rezultatų matavimas ir ataskaitų teikimas.</p> <p>6.2. Tiekėjas, atsizvelgiant į 5.5.3 papunktį, teikia dalyvių anketas Užsakovui po kiekvieno susitikimo arba sugrupuoto susitikimo (renginio).</p> <p>6.3. <b>Projekto komanda:</b> paskiriamas projekto vadovas ir kūrybos vadovas, atsakingi už koordinavimą ir kokybę viso projekto metu; užtikrinamas jų faktinis dalyvavimas.</p> <p>6.4. <b>Komunikacija ir derinimai:</b> Užsakovui teikiamas ne retesnis nei kas savaitinis grįžtamasis ryšys apie projekto eigą; į Užsakovo užklausas atsakoma per 1 (vieną) darbo dieną, kritiniais atvejais – per 4 (keturias) valandas; darbai vykdomi tik gavus rašytinį patvirtinimą arba pagal patvirtintą detalų įgyvendinimo planą; nesuderinti darbai neapmokami.</p> <p>6.5. <b>Operatyvus informavimas:</b> tiekėjas nedelsdamas (ne vėliau kaip per 1 (vieną) darbo dieną) el. paštu ir, jei reikia, telefonu informuoja apie pasikeitimus, galinčius turėti įtakos paslaugų teikimui; kritiniais atvejais – per 4 (keturias) valandas, vėliau patvirtinant el. paštu.</p> <p>6.6. <b>Subrangovai ir trečiosios šalys:</b> sprendimai dėl trečiųjų šalių (įskaitant nuomonės formuotojus, gamybą) iš anksto derinami su Užsakovu; pareikalavus pateikiamos faktinės sąmatos ir (ar) jų pagrindimo dokumentai; visi pasitelkti asmenys atskleidžiami; už jų veiksmus ir rezultatus atsako pagrindinis tiekėjas.</p> <p>6.7. <b>Atitiktis:</b> tiekėjas užtikrina, kad visi tretieji asmenys (įskaitant nuomonės formuotojus) laikysis šios techninės specifikacijos, taikytinų teisės aktų ir Užsakovo nurodymų.</p> <p>6.8. <b>Rizikų ir reputacijos valdymas:</b> krizinėse situacijose neatlygintinai teikiamos būtinos reklaminės kampanijos turinio ir sudėties korekcijos, kad būtų užtikrinti kampanijos tikslai.</p>
7.	<b>Ataskaitos ir vertinimo rodikliai</b>	<p>7.1. <b>Nuomonės formuotojų sklaidos įrodymai:</b> po visų 75 (septyniasdešimt penkių) susitikimų tiekėjas vienu failu pateikia suvestinę su kiekvienos publikacijos nuoroda (arba įrašų, jei turinys nykstantis),</p>

		<p>publikavimo data ir laiku, platformos analitikos ekrano vaizdu ar eksportu ir dviem baziniais rodikliais – parodymais ir ištraukimų skaičiumi; tarpinių ataskaitų nereikalaujama.</p> <p>7.2. <b>Kontaktinių susitikimų įrodymai:</b> susitikimų vietų ir datų sąrašai, faktiniai dalyvių sąrašai bei anketos administruojami ir pateikiami Užsakovui pagal 5.5 punktą, o baigtinė įgyvendintų susitikimų bei gautų duomenų suvestinė pateikiama Užsakovui pagal 4.2.4 papunktį.</p> <p>7.3. <b>Galutinėje kampanijos ataskaitoje turi būti (bet neapribojant):</b> apibendrinta socialinių tinklų, renginių ir anketavimo proceso apžvalga; rekomendacijos tolesnėms projekto veikloms ir turinio pritaikymams. Ataskaita pateikiama prezentacijos formatu ir ne anksčiau nei ketvirto etapo įgyvendinimas bei ne vėliau, nei sutarties vykdymo terminas.</p> <p>7.4. <b>Pateikimo formatas:</b> visos ataskaitos bei prezentacijos pateikiamos elektroniniu formatu, su priedais (ekrano kopijos, failai, nuorodos, sutrumpinti duomenų eksportai).</p> <p>7.5. <b>DI naudojimo deklaracija:</b> kartu su galutiniais rezultatais tiekėjas pateikia naudotų DI įrankių, taikymo paskirčių ir DI turinio dalies (%) deklaraciją bei patvirtinimą, kad laikytasi 5.7 punkto reikalavimų ir teisių perdavimo sąlygų. Deklaracija teikiama kartu su 4.2.3 papunktyje aprašomu reklaminės kampanijos gamybos etapu.</p> <p>7.6. <b>Priėmimo-perdavimo tvarka:</b> paslaugos laikomos suteiktomis grindžiant atlikimo faktą 7.1–7.5 punktuose nurodytais dokumentais bei medžiaga ir (ar) 4.2 punkte nurodytais etapais. Paslaugų priėmimas laikomas įvykusi Užsakovui patvirtinus faktą el. paštu.</p>
8.	<b>Kitos sąlygos</b>	<p>8.1. <b>Reklamos sklaidos paslaugos.</b> Reklamos pirkimai ir su jais susijusios išlaidos neįeina į šią sutartį; tiekėjas parengia medžiagą taip, kad ji būtų tinkama naudoti pasirenkamuose kanaluose (žr. 5.3).</p> <p>8.2. <b>Sutarties vertė – 92 300,00 Eur be PVM (111 683,00 Eur su PVM).</b> Į sutarties vertę turi būti įskaičiuotos visos šioje techninėje specifikacijoje nurodytos paslaugos; papildomas apmokėjimas nenumatomas – tiekėjas planuoja darbus taip, kad jie tilptų į projektui numatytas lėšas.</p> <p>8.3. <b>Biudžeto panaudojimo logika.</b> Užsakovui pareikalavus, tiekėjas pateikia išskaidytą biudžeto suvestinę pagal krepšelius (kūryba, gamyba, nuomonės formuotojai, renginių valdymo kaštai, dalyvių informacijos administravimas) su vienetais ir įkainiais; prireikus pateikia pagrindimo dokumentus. Reklamos sklaidos išlaidos neįtraukiamos.</p> <p>8.4. <b>Konfidencialumas ir duomenų apsauga (BDAR).</b> Užsakovas – valdytojas, tiekėjas – tvarkytojas. Duomenys tvarkomi tik teisėtu pagrindu ir būtina apimtimi šios sutarties tikslams; tiekėjas visiškai atsako už pasitelktų subrangovų atitiktį; saugojimo terminai – pagal teisės aktus ir Instrukciją (žr. 5.6.8); pasibaigus terminui duomenys grąžinami arba sunaikinami.</p>
9.	<b>Informacija apie aplinkos apsaugos (žaliųjų) kriterijų taikymą</b>	<p>9.1. Pirkimas laikomas žaliuoju pagal LR Aplinkos ministro 2011 m. birželio 28 d. įsakymu Nr. D1-508 <i>Dėl Aplinkos apsaugos kriterijų taikymo, vykdant žaliuosius pirkimus, tvarkos aprašo patvirtinimo</i> patvirtinto Aplinkos apsaugos kriterijų taikymo, vykdant žaliuosius pirkimus, tvarkos aprašo 4.4.3 papunktį (perkama tik nematerialaus pobūdžio (intelektinė) ar kitokia paslauga, nesusijusi su materialaus objekto sukūrimu, kurios teikimo metu nėra numatomas reikšmingas neigiamas poveikis aplinkai, nesukuriamas taršos šaltinis ir negeneruojamos atliekos).</p>

		<p>9.2. Paslaugų teikėjas, teikdamas paslaugas, įsipareigoja laikytis šių aplinkosaugos reikalavimų: atsisakyti popierinių dokumentų, t.y. visą dokumentaciją rengti elektronine forma, kuri Užsakovui turi būti pateikta tik elektroniniu formatu. Kiti papildomi aplinkosauginiai reikalavimai nenustatomi.</p> <p>9.3. Jei pagrįstai reikalingi fiziniai gaminiai, sprendimai dėl medžiagų ir tiražų derinami su Užsakovu, prioritetą teikiant aplinkai draugiškiems sprendimams ir minimaliems tiražams.</p>
<p><b>10. Atsiskaitymas už paslaugas</b></p>		<p>10.1. Priimdama Sąskaitų administravimo bendrojoje informacinėje sistemoje (toliau – SABIS) sąskaitą-faktūrą, Perkančioji organizacija patvirtina, kad suteiktos paslaugos atitinka techninės specifikacijos sąlygas, yra kokybiškos bei atitinka priėmimo-perdavimo tvarkos sąlygas.</p> <p>10.2. Priėmimo-perdavimo tvarka vykdoma pagal 7.6 punktą.</p> <p>10.3. Sąskaitos faktūros turi būti pateiktos per 1 darbo dieną po suteiktų paslaugų priėmimo pagal priėmimo-perdavimo tvarką. Už kokybiškai suteiktas, Sutarties reikalavimus atitinkančias paslaugas, Užsakovas sumoka Teikėjui ne vėliau kaip per 60 (šešiasdešimt) kalendorinių dienų po PVM sąskaitos (-ų) faktūros (-ų) gavimo iš tiekėjo dienos. Vadovaujantis Lietuvos Respublikos mokėjimų, atliekamų pagal komercines sutartis, vėlavimo prevencijos įstatymo 5 str. 3 d., nustatytas 60 (šešiasdešimt) kalendorinių dienų atsiskaitymo terminas yra objektyviai pagrįstas, nes pirkimas įvykdytas pagal projektą, finansuojamą ES lėšomis ir įgyvendinančioji institucija iki 30 (trisdešimt) kalendorinių dienų tikrina išlaidų tinkamumą finansuoti. Tais atvejais, kai yra objektyviai pagrįsta (pvz., vėluoja finansavimas iš biudžeto arba Europos Sąjungos paramos fondų), mokėjimai gali būti atidedami vėlavimo laikotarpiui, bet ne ilgiau kaip 90 (devyniasdešimt) kalendorinių dienų nuo sąskaitos faktūros pateikimo Užsakovui dienos. Pirkėjas, gavęs finansavimą, atsiskaito su tiekėju ne vėliau kaip per 5 (penkias) darbo dienas nuo projekto finansavimo lėšų gavimo iš įgyvendinančios institucijos dienos, bet ne vėliau kaip per 60 (šešiasdešimt) kalendorinių dienų nuo pagal priėmimo-perdavimo tvarką atitinkančio darbų priėmimo dienos pagal pateiktą PVM sąskaitą faktūrą.</p> <p>10.4. Sąskaita-faktūra privalo būti pateikta naudojantis SABIS sistema. Sąskaitoje-faktūroje, be kitų privalomų rekvizitų, privalo būti įrašytas Sutarties numeris (jei tokia buvo sudaryta) ir data. Nesant šios informacijos, sąskaita faktūra nebus apmokėta.</p>