

APSTIPRINĀTS

**Latgales plānošanas reģiona
iepirkuma komisijas**

2012.gada 21.novembrī

protokols Nr.2

Komisijas priekšsēdētāja _____ I.Krūtkrāmele



ATKLĀTA KONKURSA

**„Mārketinga pasākumu nodrošināšana
projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129)
ietvaros”**

NOLIKUMS

Identifikācijas Nr. LPR/2012/23/T/ENPI

Daugavpils, 2012

1. Iepirkuma identifikācijas Nr. LPR/2012/23/T/ENPI**2. Pasūtītājs:**

Pasūtītāja nosaukums	Latgales plānošanas reģions
Adrese	Atbrīvošanas aleja 95, Rēzekne, LV 4601
Reģistrācijas Nr.	90002181025
Kontaktpersonas	Ina Komarova
Tālruņa nr.	+371 654 28111
Faksa nr.	+371 654 28111
E - pasta adrese	ina.komarova@latgale.lv
Darba laiks	9.00-12.00 un 13.00- 17.00

3. Piedāvājuma iesniegšanas un atvēršanas vieta, datums, laiks un kārtība.

- 3.1. Atklāta konkursa (turpmāk tekstā "konkurss") nolikumā norādītajā vietā un laikā pretendents iesniedz piedāvājumu, kas sagatavots konkursa nolikumā norādītajā veidā. Piedāvājumi jāiesniedz *Latgales plānošanas reģiona Daugavpils birojā, Saules ielā 15, Daugavpils LV 5401*, nodrošinot, ka piedāvājums tiek saņemts *Latgales plānošanas reģiona Daugavpils birojā* ne vēlāk kā līdz *2013. gada 8.janvārim plkst. 10.00*. Uz aploksnē jānorāda: pretendenta nosaukums, adrese, norāde: Atklātam konkursam „Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros” (iepirkuma identifikācijas Nr. LPR/2012/23/T/ENPI), neatvērt līdz 2013. gada 8.janvārim plkst. 10.00.
- 3.2. Piedāvājumi, kuri tiks iesniegti pēc piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām, netiks atvērti un izskatīti, bet tiks atgriezti atpakaļ iesniedzējam neatvērti.
- 3.3. Pretendents pirms piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām var grozīt vai atsaukt iesniegto piedāvājumu. Piedāvājuma grozījumi vai atsaukums jāiesniedz rakstiskā formā līdz piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām, nodrošinot, lai grozījumi vai atsaukums tiktu saņemts *Latgales plānošanas reģiona Daugavpils birojā* ne vēlāk kā līdz *2013. gada 8.janvārim plkst. 10.00*, aizlīmētā aploksnē. Uz aploksnē jābūt 3.1. punktā norādītai informācijai un papildu norādei - "GROZĪJUMI" vai "ATSAUKUMS".
- 3.4. Atsaukumam ir bezierunu raksturs un tas izslēdz pretendenta tālāku līdzdalību konkursā.
- 3.5. Saņemot piedāvājumu, pasūtītājs reģistrē pretendentu piedāvājumus to iesniegšanas secībā.
- 3.6. Ja tiek grozīts nolikums vai arī ir citi pamati piedāvājuma termiņa pagarinājumam, Pasūtītājs rīkojas saskaņā ar Publisko iepirkumu likumā noteikto.
- 3.7. Iepirkuma komisija atver iesniegtos piedāvājumus atvēršanas sanāksmē - *2013.gada 8.janvārī plkst. 10.00, Latgales plānošanas reģiona Daugavpils birojā, Saules ielā 15, Daugavpils, LV 5401*.
- 3.8. Piedāvājumu atvēršanā var piedalīties visas ieinteresētās personas vai to pārstāvji, uzrādot pilnvaras.
- 3.9. Piedāvājumus atver to iesniegšanas secībā. Pēc piedāvājuma atvēršanas komisija nosauc pretendentu, piedāvājuma iesniegšanas laiku, piedāvāto cenu bez PVN.
- 3.10. Kad visi piedāvājumi atvērti, piedāvājumu atvēršanas sanāksmi slēdz.

4. Piedāvājuma derīguma termiņš.

- 4.1. Piedāvājumam jābūt spēkā vismaz 70 (septiņdesmit) dienas pēc piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām.

5. Iesniedzamie dokumenti un prasības attiecībā uz piedāvājuma dokumentu noformējumu.

- 5.1. Pretendents sagatavo un iesniedz piedāvājumu saskaņā ar šī Nolikuma prasībām, ievērojot spēkā esošos normatīvos aktus. Visi piedāvājuma dokumenti ir jāsagatavo un jānoformē

atbilstoši nolikuma un Ministru kabineta 2010.gada 28.septembra noteikumu Nr.916 „Dokumentu izstrādāšanas un noformēšanas kārtība” prasībām.

5.2. Pretendenta piedāvājums sastāv no sekojošiem dokumentiem:

- 5.2.1. **Iesnieguma dalībai atklātajā konkursā**, kas sagatavots un aizpildīts uz Pretendenta veidlapas, atbilstoši Nolikumam pievienotajai formai (Nolikuma 1.pielikums) un ko parakstījis Pretendents, vai tā pilnvarotā persona;
- 5.2.2. **Tehniskā piedāvājuma**, kas sagatavots un aizpildīts uz Pretendenta veidlapas atbilstoši Nolikumam pievienotajai formai (Nolikuma 2.pielikums) un kuru paraksta tā pati persona, kas parakstījusi pieteikumu.
- 5.2.3. **Finanšu piedāvājuma**, kas sagatavots un aizpildīts uz Pretendenta veidlapas atbilstoši Nolikumam pievienotajai formai (Nolikuma 3.pielikums) un kuru paraksta tā pati persona, kas parakstījusi pieteikumu.
- 5.2.4. **Pilnvaras** (oriģināls), ja pretendents ir pilnvarojis kādu personu pretendenta vārdā parakstīt šim konkursam iesniedzamo dokumentāciju;
- 5.2.5. **Pretendenta sniegto līdzīgo pakalpojumu saraksta** saskaņā ar nolikuma 4.pielikumu, eksperta CV (nolikuma 5.pielikums), **apliecinājuma par pretendenta finanšu stāvokli**, pasūtītāju atsauksmēm, video materiāla, iespiedmateriāliem;
- 5.2.6. Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā reģistrētam komersantam - Uzņēmumu reģistra **reģistrācijas apliecības** Pretendenta apliecinātas kopijas, bet ārvalstu komersantam - kompetentas attiecīgās valsts institūcijas izsniegta dokumenta oriģināla vai Pretendenta apliecinātas kopijas, kas apliecina, ka Pretendents ir reģistrēts atbilstoši attiecīgās valsts normatīvo aktu prasībām;
- 5.2.7. ja Piedāvājumu iesniedz personālsabiedrība vai personu grupa, tiek piesaistīti apakšuzņēmēji, Piedāvājumam jāpievieno **apliecinājums** (saskaņā ar Nolikuma 7.pielikumu).
- 5.2.8. **Dokumentiem, kas apliecina, ka uz Pretendentu neattiecas Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmās daļas 1., 2., 3., 4., 5., 10.punktā minētie izslēgšanas noteikumi. Ja piedāvājumu iesniedz grupa, personālsabiedrība vai ir piesaistīti apakšuzņēmēji, uz kuru iespējam balstās pretendents, lai apliecinātu, ka tā kvalifikācija atbilst nolikuma prasībām, vai tādi apakšuzņēmēji, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 20% no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai vairāk, informācija tiek sniegta arī par katru personu/biedru:**
 - 5.2.8.1. Pretendenta apliecinājums, ka personas, kurām ir Pretendenta pārstāvības tiesības vai lēmuma pieņemšanas vai uzraudzības tiesības attiecībā uz šo Pretendentu, ar tādu tiesas spriedumu vai prokurora priekšrakstu par sodu, kurš stājies spēkā un kļuvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzītas par vainīgām noziedzīgā nodarījumā par izvairīšanos no nodokļu un tiem pielīdzināto maksājumu nomaksas (ja minētais nodarījums ir izdarīts vai turpinās pēc 2012.gada 31.jūlija), koruptīva rakstura noziedzīgos nodarījumos, krāpnieciskās darbības finanšu jomā, noziedzīgi iegūtu līdzekļu legalizācijā vai līdzdalībā noziedzīgā organizācijā pēdējo 3 (trīs) gadu laikā, skaitot no piedāvājuma iesniegšanas dienas (informācija ir norādīta nolikuma 1.pielikumā);
 - 5.2.8.2. Pretendenta apliecinājums, kas apliecina, ka Pretendents – **Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā reģistrēts komersants** vai **ārvalstu komersants**
 - 1) ar tādu tiesas spriedumu vai prokurora priekšrakstu par sodu, kurš stājies spēkā un kļuvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzīts par vainīgu noziedzīgā nodarījumā par izvairīšanos no nodokļu un tiem pielīdzināto maksājumu nomaksas (ja minētais nodarījums ir izdarīts vai turpinās pēc 2012.gada 31.jūlija), koruptīva rakstura noziedzīgos nodarījumos, krāpnieciskās darbības finanšu jomā,

noziedzīgi iegūtu līdzekļu legalizācijā vai līdzdalībā noziedzīgā organizācijā pēdējo 3 (trīs) gadu laikā, skaitot no piedāvājuma iesniegšanas dienas (informācija ir norādīta nolikuma 1.pielikumā);

2) ar tādu kompetentas institūcijas lēmumu vai tiesas spriedumu, kurš stājies spēkā un kļuvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzīts par vainīgu konkurences tiesību pārkāpumā, kas izpaužas kā vertikālā vienošanās, kuras mērķis ir ierobežot pircēja iespēju noteikt tālākpārdošanas cenu, vai horizontālā kartēļa vienošanās, izņemot gadījumu, kad attiecīgā institūcija, konstatējot konkurences tiesību pārkāpumu, Pretendentu ir atbrīvojusi no naudas soda 12 (divpadsmit) mēnešu laikā, skaitot no piedāvājuma iesniegšanas dienas (informācija ir norādīta nolikuma 1.pielikumā);

5.2.8.3.Dokuments, kas pierāda, ka attiecībā uz Pretendentu nav pasludināts maksātnespējas process, apturēta vai pārtraukta pretendenta saimnieciskā darbība, uzsākta tiesvedība par pretendenta bankrotu. Laika periods no dokumenta izsniegšanas brīža līdz iesniegšanas brīdim Komisijai nedrīkst būt lielāks par 1 (vienu) mēnesi; **Vienlaicīgi Pretendents ir tiesīgs neiesniegt** šajā apakšpunktā minēto dokumentu, kas apliecina, ka attiecībā uz Pretendentu **nav** pasludināts maksātnespējas process, apturēta vai pārtraukta pretendenta saimnieciskā darbība, uzsākta tiesvedība par Pretendenta bankrotu, tādā gadījumā Komisija rīkosies saskaņā ar Nolikuma 5.2.8.9.apakšpunkta noteikumiem.

5.2.8.4.Dokuments, kas apliecina, ka Pretendentam Latvijā vai valstī, kurā tas reģistrēts (ja tas nav reģistrēts Latvijā), **nav** nodokļu parādu, tajā skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādu, kas Latvijā un/vai valstī, kurā tas ir reģistrēts kas kopsummā pārsniedz 100 (viens simts) latus:

5.2.8.4.1. **Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā reģistrētam komersantam** – Valsts ieņēmumu dienesta izziņa (oriģināls vai apliecināta kopija), kura apliecina, ka pretendentam Latvijā nav Valsts ieņēmumu dienesta administrēto nodokļu parādu, tajā skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādu, kas kopsummā pārsniedz 100 latus. Laika periods no izziņas izsniegšanas brīža līdz iesniegšanas dienai Komisijai nedrīkst būt lielāks par 1 (vienu) mēnesi.

Vienlaicīgi Latvijas Republikas Uzņēmuma reģistra Komercreģistrā reģistrētais komersants ir tiesīgs neiesniegt minēto Valsts ieņēmumu dienesta izziņu, tādā gadījumā Komisija rīkosies saskaņā ar Nolikuma 5.2.8.9. apakšpunkta noteikumiem;

5.2.8.4.2. **Ārvalstu komersants** – kompetentas attiecīgās valsts institūcijas izsniegts dokuments (oriģināls vai apliecināta kopija), kas apliecina, ka Pretendentam valstī, kurā tas reģistrēts un Latvijā nav nodokļu parādu, tajā skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādu, kas kopsummā katrā valstī pārsniedz 100 (viens simts) latus. Laika periods no izziņas izsniegšanas brīža līdz iesniegšanas brīdim Komisijai nedrīkst būt lielāks par 1 (vienu) mēnesi.

Vienlaicīgi ārvalstu komersants ir tiesīgs neiesniegt šajā apakšpunktā minētos dokumentus, tādā gadījumā Komisija rīkosies saskaņā ar Nolikuma 5.2.8.9. apakšpunkta noteikumiem;

5.2.8.5.Augstāk minētie dokumenti (Nolikuma 5.2.8.1., 5.2.8.2, 5.2.8.3., 5.2.8.4. apakšpunktos noteiktie) jāiesniedz visiem personu grupas vai personālsabiedrības dalībniekiem kā Pretendenta dalībniekiem, kā arī par apakšuzņēmējiem, ja tādi tiks piesaistīti un uz kuru iespējām balstās pretendents, lai apliecinātu, ka tā kvalifikācija atbilst nolikuma prasībām, kā arī apakšuzņēmējiem, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 20% no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai vairāk.

- 5.2.8.6. Ja ir tādi dokumenti, ar kuriem Pretendents var apliecināt, ka uz viņu un uz Pretendenta norādīto personu, uz kuras iespējām Pretendents balstās, neattiecas Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmajā daļā minētie izslēgšanas noteikumi, netiek izdoti vai ar šiem dokumentiem nepietiek, lai apliecinātu, ka uz Pretendentu un uz Pretendenta norādīto personu, uz kuras iespējām Pretendents balstās, neattiecas Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmajā daļā minētie izslēgšanas noteikumi, minētos dokumentus var aizstāt ar zvērestu vai, ja zvēresta došanu attiecīgās valsts normatīvie akti neparedz, – ar paša Pretendenta vai norādītās personas, uz kuras iespējām Pretendents balstās, apliecinājumu kompetentai izpildvaras vai tiesu varas iestādei, zvērinātam notāram vai kompetentai attiecīgās nozares organizācijai to reģistrācijas (pastāvīgās dzīvesvietas) valstī.
- 5.2.8.7. Lai izvērtētu Pretendenta un norādīto personu, uz kuru iespējām Pretendents balstās, atbilstību, Pasūtītājs no Valsts darba inspekcijas iegūst informāciju par to, vai Pretendents un norādītās personas, Latvijā vai ārvalstī ar tādu kompetentas institūcijas lēmumu vai tiesas spriedumu, kurš stāties spēkā un kļūvis neapstrīdams un nepārsūdzams ir sodīta par tādiem darba tiesību pārkāpumiem, kas saistīti ar personu nodarbināšanu bez rakstveida darba līguma noslēgšanas:
- 1) vai pēdējo 3 (trīs) gadu laikā no piedāvājuma iesniegšanas termiņa Pretendentam nav konstatēti pārkāpumi, kas saistīti ar viena vai vairāku tādu valstu pilsoņu vai pavalstnieku nodarbināšanu, kuri nav Eiropas Savienības dalībvalstu pilsoņi vai pavalstnieki, ja tie Eiropas Savienības dalībvalstu teritorijā uzturas nelikumīgi;
 - 2) vai pēdējo 18 (astoņpadsmit) mēnešu laikā no piedāvājuma iesniegšanas termiņa Pretendentam nav konstatēti pārkāpumi, kas saistīti ar vienas personas nodarbināšanu bez rakstveida darba līguma noslēgšanas, ja tā konstatēta atkārtoti gada laikā, vai 2 (divu) vai vairāku personu vienlaicīga nodarbināšana bez rakstveida darba līguma noslēgšanas;
- 5.2.8.8. Lai izvērtētu Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā reģistrētu Pretendentu saskaņā ar Publisko iepirkumu nolikuma 39.panta pirmās daļas 3.punktu, Komisija pārbauda vai Pretendents ar tādu kompetentas institūcijas lēmumu vai tiesas spriedumu, kurš stāties spēkā un kļūvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzīts par vainīgu konkurences tiesību pārkāpumā, kas izpaužas kā vertikālā vienošanās, kuras mērķis ir ierobežot pircēja iespēju noteikt tālākpārdošanas cenu, vai horizontālā karteļa vienošanās, kā arī vai attiecīgā institūcija, konstatējot konkurences tiesību pārkāpumu, pretendentu nav atbrīvojusi no naudas soda;
- 5.2.8.9. Ja Pretendents izmantos tiesību neiesniegt Nolikuma 5.2.8.3. un 5.2.8.4. apakšpunktā noteiktos dokumentus, Komisija rīkosies saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma 39.pantā astotajā daļā noteikto un pieprasīs iesniegt attiecīgos minētos dokumentus tikai tam Pretendentam, kuram atbilstoši citām Nolikumā noteiktajām prasībām būtu piešķiramas līguma slēgšanas tiesības.
- 5.3. Pretendents var iesniegt tikai vienu piedāvājumu par visu iepirkuma priekšmetu. Pretendents nevar iesniegt piedāvājuma variantus.
- 5.4. Pieteikumā jābūt norādītiem Pretendenta bankas rekvizītiem.
- 5.5. Pretendenta Finanšu piedāvājumā piedāvātajai cenai ir jābūt norādītai eiro (EUR). Pievienotās vērtības nodokļa summas, ja Pretendents ir pievienotās vērtības nodokļa maksātājs, piedāvāta cena jānorāda atsevišķi.
- 5.6. Visām Pretendenta izmaksām, kas saistītas ar iepirkuma priekšmetu, jābūt iekļautām veiktajos aprēķinos. Papildus izmaksas, kas nav iekļautas un norādītas piedāvātajā cenā, netiks ņemtas vērā, noslēdzot iepirkuma līgumu.

- 5.7. Piedāvājums ir jāiesniedz latviešu valodā. Piedāvājumam ir jābūt cauršūtam (caurauklotam), lai dokumentus nebūtu iespējams atdalīt, lapām ir jābūt sanumurētām, un piedāvājumam ir jābūt ievietotam aploksnē (liela dokumentu apjoma gadījumā var tikt lietots cits iepakojums, piemēram, kaste), uz kuras ir jābūt norādītai nolikuma 3.1.punktā noteiktai informācijai. Dokumentiem jāatbilst pievienotajam satura rādītājam. Iesniegtajiem dokumentu kopijām jābūt apliecinātām tādā kārtībā un veidā, kā noteikts LR normatīvajos aktos. Ja kāds no iesniedzamajiem dokumentiem sastādīts citā valodā, tam jāpievieno tulkojums latviešu valodā, kuru jāapliecina saskaņā ar Ministru kabineta 2000.gada 22.augusta noteikumiem Nr.291 "Kārtība, kādā apliecināmi dokumentu tulkojumi valsts valodā". Ja netiek pievienots tulkojums, komisija ir tiesīga uzskatīt, ka minētais dokuments nav iesniegts.
- 5.8. Piedāvājumu ir jāiesniedz 3 (trīs) eksemplāros - 1 oriģināls (ar uzrakstu „Oriģināls”) un 2 (divas) kopijas ar uzrakstu („Kopija”).
- 5.9. Piedāvājumu Pretendents iesniedz personīgi šī Nolikuma 3.1.punktā norādītajā vietā un termiņā vai nosūta pa pastu uz Nolikuma 3.1. punktā minēto adresi, nodrošinot, lai piedāvājums tiktu saņemts ne vēlāk kā līdz **2013.gada 8.janvārim plkst. 10.00.**
- 5.10. Piedāvājumu drīkst iesniegt personu grupa. Piedāvājumam jāpievieno katra grupas dalībnieka apliecinājums par gatavību iesaistīties līguma izpildē (saskaņā ar Nolikuma 7. pielikumu).
- 5.11. Pretendents drīkst nodot apakšuzņēmējam pakalpojuma daļas veikšanu. Piedāvājumā jāuzrāda visi apakšuzņēmēji un jāpievieno viņu apliecinājums par gatavību iesaistīties līguma izpildē(saskaņā ar Nolikuma 7.pielikumu). Apakšuzņēmējs ir pretendenta vai tā apakšuzņēmēja piesaistīta vai nolīgta persona, kura sniedz pakalpojumus, kas nepieciešami noslēgtā iepirkuma līguma izpildei neatkarīgi no tā, vai šī persona pakalpojumus sniedz pretendentam vai citam apakšuzņēmējam. Gadījumā, ja apakšuzņēmēja sniedzamā pakalpojuma vērtība ir 20 % no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai lielāka, Pretendents Tehniskajā un Finanšu piedāvājumā norāda katram šādam apakšuzņēmējam izpildei nododamo iepirkuma līguma daļu un tā summu.

6. Kvalifikācijas prasības un prasības finanšu stāvoklim

6.1. Minimālās kvalifikācijas prasības:

6.1.1. Pretendents pēdējo trīs gadu laikā, vai ja Pretendents ir nodibināts vēlāk, attiecīgajā darbības periodā, ir nodrošinājis vismaz 1 (vienas) līdzīgas mārketinga kampaņas, kura ietver sevī vismaz 3 (trīs) tehniskajā specifikācijā paredzētos pakalpojumus, koncepcijas sagatavošanu un realizēšanu. Par to Pretendentam jāaizpilda nolikuma 4.pielikuma tabula, kā arī jāpievieno rakstiska pozitīva atsauksme no pasūtītāja par paveikto pakalpojumu.

6.1.2. Pretendents pēdējo trīs gadu laikā, vai ja Pretendents ir nodibināts vēlāk, attiecīgajā darbības periodā, ir nodrošinājis vismaz 3 (trīs) reklāmas video klipu izgatavošanu. Par to Pretendentam jāaizpilda nolikuma 4.pielikuma tabula, kā arī jāpievieno vismaz 1 (viena) rakstiska pozitīva atsauksme no pasūtītāja par paveikto pakalpojumu. Jāpievieno CD/DVD disks ar visiem videoklipu ierakstiem.

6.1.3. Pretendents pēdējo trīs gadu laikā, vai ja Pretendents ir nodibināts vēlāk, attiecīgajā darbības periodā, ir nodrošinājis vismaz 3 (trīs) dažādu publikāciju, kuru katras apjoms nav mazāks par 1000 zīmēm, sagatavošanu un ievietošanu presē. Par to Pretendentam jāaizpilda nolikuma 4.pielikuma tabula, kā arī jāpievieno vismaz 1 (viena) rakstiska pozitīva atsauksme no pasūtītāja par paveikto pakalpojumu. Jāpievieno preses izdevumi ar visām publikācijām vai publikāciju kopijas.

6.2. Pakalpojuma sniegšanai pretendenta rīcībā ir vismaz 1 eksperts mārketinga jomā, kura profesionālā kvalifikācija nodrošina šādu prasību izpildi (jāaizpilda Nolikuma 5. pielikuma CV un jāpievieno diplomu kopijas):

- akadēmiskā vai otrā līmeņa profesionālā augstākā izglītība;

- ir piedalījies vismaz 1 (vienas) mārketinga kampaņu rīcības plāna/koncepcijas izstrādē;
- teicamas latviešu un krievu valodas zināšanas.

6.3. Pretendenta pēdējā finanšu pārskata gada, par kuru pretendents bija jāiesniedz un pretendents ir iesniedzis gada pārskatu, neto apgrozījums nav mazāks kā Pretendenta finanšu piedāvājumā norādītā kopējā līguma summa.

7. Cita vispārīgā informācija.

- 7.1. Konkurss notiek atbilstoši Publisko iepirkumu likumam, kā arī citiem normatīvajiem aktiem un šim Nolikumam.
- 7.2. Konkursa piedāvājumā sniegto ziņu parakstītāji atbild par sniegto ziņu patiesīgumu un precizitāti.
- 7.3. Pretendentiem jāsedz visas izmaksas, kas saistītas ar viņu piedāvājumu sagatavošanu un iesniegšanu pasūtītājam.
- 7.4. Piedāvājumā iekļautajiem dokumentiem jābūt skaidri salasāmiem, bez labojumiem.
- 7.5. Ja pretendents iesniedz dokumentu kopijas, katra dokumenta kopija jāapliecina normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā.
- 7.6. Iesniegtie konkursa piedāvājumi, izņemot Nolikuma 3.2. punktā noteikto gadījumu, ir pasūtītāja īpašums un netiek atdoti atpakaļ pretendentiem.
- 7.7. Iepirkuma komisijai ir tiesības pieprasīt papildus informāciju, lai precizētu datus par iesniegtajiem pretendentu atlases dokumentiem un piedāvājumiem, kā arī pieprasīt pretendentam uzrādīt iesniegto dokumentu kopiju oriģinālus.
- 7.8. Ar Nolikumu visas ieinteresētās personas var iepazīties Pasūtītāja mājas lapā www.latgale.lv un Daugavpils biroja telpās - Saules ielā 15 (3.stāvs), Daugavpils, LV 5401, darba dienās no plkst. 9.00 līdz 12.00 un no plkst. 13.00 līdz 17.00, iepriekš sazinoties ar kontaktpersonu.
- 7.9. Pasūtītājs un Pretendents ar informāciju apmainās rakstveidā.
- 7.10. Izsniedzot Nolikumu, Pasūtītājs reģistrē Nolikuma saņēmēju, norādot: nosaukumu (juridiskai personai) vai vārdu, uzvārdu (fiziskai personai), tās adresi, e-pasta adresi, tālruna un faksa numuru, kā arī nolikuma iesniegšanas datumu un laiku.
- 7.11. Ja Pretendents vēlas Nolikumu ar visiem pielikumiem saņemt elektroniski vai pa pastu, viņam uz e-pasta adresi: ina.komarova@latgale.lv jānosūta Pasūtītājam pieprasījums izsniegt Nolikumu ar visiem pielikumiem, norādot nosaukumu (juridiskai personai) vai vārdu, uzvārdu (fiziskai personai), tās adresi, e-pasta adresi, tālruna un faksa numuru. Pasūtītājs nosūta Nolikumu ar visiem pielikumiem uz norādīto e-pasta vai pasta adresi divu darba dienu laikā no pieprasījuma saņemšanas dienas, ievērojot nosacījumu, ka dokumentu pieprasījums iesniegts laikus pirms piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām.
- 7.12. Iepirkuma komisija saskaņā ar Publisko iepirkumu likuma nosacījumiem var izdarīt grozījumus konkursa nolikumā, par tiem nosūtot paziņojumus LR Iepirkumu uzraudzības birojam un informējot par to visus līdz tam brīdim zināmos pretendentes.

8. Informācija par iepirkuma priekšmetu:

- 8.1. Iepirkuma priekšmets- Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros.
- 8.2. Iepirkuma CPV kods: 79340000-9.

9. Gadījumi, kad Pasūtītājs neizskata Pretendenta piedāvājumu un izslēdz Pretendentu no turpmākas dalības iepirkumā:

- 9.1. Uz pretendentu, grupas dalībnieku (ja piedāvājumu iesniedz personu apvienība), personālsabiedrības biedru (ja piedāvājumu iesniedz personālsabiedrība), vai pretendenta piesaistītajiem apakšuzņēmējiem, uz kuru iespējām balstās pretendents, lai apliecinātu, ka tā kvalifikācija atbilst nolikuma prasībām, vai tādiem pretendenta piesaistītajiem apakšuzņēmējiem, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 20% no kopējās iepirkuma līguma

vērtības vai vairāk, attiecas kaut viens no Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmās daļas 1., 2., 3., 4., 5., 10.punktā minētajiem nosacījumiem.

10. Iepirkuma komisijas tiesības un pienākumi

10.1. Iepirkuma komisija ir tiesīga:

- 10.1.1. pieprasīt no pretendentiem, kas piedalās konkursā, vai kompetentās institūcijas rakstiskus precizējumus un papildinājumus par iesniegtajiem dokumentiem, ja tas nepieciešams pretendentu atlasei, kā arī pieprasīt no pretendenta precizējumus (izskaidrojumus) tehnisko un finanšu piedāvājumu atbilstības pārbaudei. Pretendents sniedzot precizējumus, nav tiesīgs veikt izmaiņas savā piedāvājumā;
- 10.1.2. veikt labojumus pretendentu piedāvājumos, ja tajos konstatētas aritmētiskas kļūdas;
- 10.1.3. noteikt samērīgu termiņu, līdz kuram pretendents jāsniedz atbilde, ja komisija pieprasa, lai pretendents precizē informāciju par savu piedāvājumu. Gadījumā, ja pretendents noteiktajā termiņā nav sniedzis komisijai atbildi, komisijai nav pienākuma atkārtoti pieprasīt pretendentam informāciju;
- 10.1.4. pieaicināt komisijas darbā speciālistus vai ekspertus ar padomdevēju tiesībām;
- 10.1.5. noraidīt piedāvājumus, ja ir iesniegts nepamatoti lēts piedāvājums. Lai izvērtētu, vai piedāvājums nav nepamatoti lēts, iepirkumu komisija rīkojas saskaņā ar Publisko iepirkumu likumu, pieprasot Pretendenta paskaidrojumu;
- 10.1.6. lemt par konkursa termiņa pagarināšanu;
- 10.1.7. likumā paredzētajos gadījumos izbeigt konkursu, neizvēloties nevienu piedāvājumu;
- 10.1.8. noteikt konkursa uzvarētāju;
- 10.1.9. izvērtējot iesniegtos pretendentu piedāvājumus /piedāvāto cenu/ un pieejamos finanšu resursus, lemt par iepirkuma procedūras pārtraukšanu;
- 10.1.10. citas tiesības saskaņā ar nolikumu un normatīvajiem aktiem.

10.2. Iepirkuma komisijai ir pienākumi:

- 10.2.1. izskatīt un izvērtēt saskaņā ar konkursa nolikumu iesniegtos pretendentu piedāvājumus;
- 10.2.2. likumā paredzētajos gadījumos sniegt paskaidrojumus pretendentiem par pieņemtajiem lēmumiem;
- 10.2.3. citi pienākumi saskaņā ar nolikumu un normatīvajiem aktiem.

11. Pretendenta (piegādātāja) tiesības un pienākumi

- 11.1. Katram pretendentam (piegādātājam) likumā paredzētajā kārtībā un termiņā ir tiesības pieprasīt pasūtītājam sniegt paskaidrojumus par konkursa nolikumu, komisijas pieņemtajiem lēmumiem, apstrīdēt iepirkuma komisijas rīcību vai pieņemto lēmumu, kā arī citas tiesības un pienākumi saskaņā ar Publisko iepirkumu likumu un citiem normatīvajiem aktiem.
- 11.2. Piegādātājam ir tiesības ierosināt, lai tiek rīkota ieinteresēto piegādātāju sanāksme. Pasūtītājs rīko ieinteresēto piegādātāju sanāksmi, ja ne vēlāk kā 20 dienas pirms piedāvājumu atvēršanas dienas ir saņēmis vismaz divu ieinteresēto piegādātāju priekšlikumu rīkot ieinteresēto piegādātāju sanāksmi. Sanāksmi rīko ne vēlāk kā 10 darbdienas pirms piedāvājumu atvēršanas un informāciju par sanāksmi ievieto pasūtītāja mājaslapā internetā vismaz piecas darbdienas iepriekš.
- 11.3. Katrs pretendents, līdz ar piedāvājuma iesniegšanu, piekrīt visiem konkursa nolikumā minētajiem nosacījumiem un apņemas ievērot visus konkursa nolikumā minētos nosacījumus kā pamatu iepirkuma izpildei.

12. Tehniskais piedāvājums

- 12.1. Tehniskais piedāvājums Pretendentam jānoformē saskaņā ar nolikuma 2.pielikumu un tajā jāiekļauj detalizēta informācija par visām nepieciešamajām aktivitātēm, kuras Pretendents

plāno veikt, lai izpildītu konkursa nolikuma 6. pielikumā „Tehniskā specifikācija” izvirzītās prasības.

13. Finanšu piedāvājums

- 13.1. Finanšu piedāvājumu (Nolikuma 3.pielikums) veido piedāvājuma cena par visu iepirkuma priekšmetu, kas būs arī slēdzamā iepirkuma līguma cena.
- 13.2. Pretendentam jāiekļauj finanšu piedāvājuma cenā visas nodevas, nodokļi, izņemot PVN, un pārējās izmaksas, kuras ir nepieciešamas un saistošas uzņēmējam.
- 13.3. Finanšu piedāvājuma cena tiks ierakstīta protokolā un kalpos par pamatu piedāvājuma izvērtēšanai.

14. Piedāvājumu vērtēšana

14.1. Vispārīgie noteikumi:

- 14.1.1. Piedāvājumus vērtē iepirkuma komisija. Par uzvarētāju tiks atzīts tas pretendents, kura piedāvājums atbildīs visām nolikuma prasībām un kura piedāvājums tiks atzīts par saimnieciski izdevīgāko.
- 14.1.2. Komisijas sēdes, izņemot piedāvājumu atvēršanas sēdi, ir slēgtas. Komisija protokolē visus vērtēšanas posmus.
- 14.1.3. Komisija katrā vērtēšanas posmā vērtē tikai to pretendentu piedāvājumus, kuri nav noraidīti iepriekšējā vērtēšanas posmā.

14.2. Piedāvājumu noformējuma pārbaude:

- 14.2.1. Komisija izvērtē piedāvājumu noformējuma atbilstību Nolikumā noteiktajām piedāvājuma noformējuma prasībām, kā arī, vai iesniegtie dokumenti ir sagatavoti un noformēti atbilstoši nolikuma un LR normatīvo aktu prasībām.
- 14.2.2. Ja piedāvājums neatbilst kādai no piedāvājuma noformējuma prasībām, komisija var lemt par pretendenta izslēgšanu no turpmākās dalības konkursā un tā piedāvājuma neizskatīšanu.

14.3. Pretendentu kvalifikācijas un finanšu stāvokļa pārbaude un atlase:

- 14.3.1. Komisija pārbauda, vai iesniegti visi Pretendenta atlases dokumenti.
- 14.3.2. Ja Pretendents nav iesniedzis kādu no Nolikuma 5.2. punktā norādītajiem atlases dokumentiem, komisija var lemt par Pretendenta izslēgšanu no turpmākās dalības konkursā un tā piedāvājuma neizskatīšanu.
- 14.3.3. Pretendentu atlases laikā komisija pārbauda katra pretendenta atbilstību Nolikuma 9.punkta pretendenta atlases prasībām, kā arī tā atbilstību nolikuma 6.punkta kvalifikācijas un finanšu stāvokļa prasībām.
- 14.3.4. Ja uz pretendentu, grupas dalībnieku (ja piedāvājumu iesniedz personu apvienība), personālsabiedrības biedru (ja piedāvājumu iesniedz personālsabiedrība), vai pretendenta piesaistītajiem apakšuzņēmējiem, uz kuru iespējām balstās pretendents, lai apliecinātu, ka tā kvalifikācija atbilst nolikuma prasībām, vai tādiem pretendenta piesaistītajiem apakšuzņēmējiem, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 20% no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai vairāk, attiecas kaut viens no Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmās daļas 1., 2., 3., 4., 5., 10.punktā minētajiem nosacījumiem, vai pretendenta kvalifikācija vai finanšu stāvoklis neatbilst Nolikuma 6.punkta prasībām, komisija pretendentu izslēdz no turpmākās dalības konkursā un tā piedāvājumu tālāk neizskata.
- 14.3.5. Ja tikai viens pretendents atbilst visām nolikumā noteiktajām pretendentu atlases, kvalifikācijas vai finanšu stāvokļa prasībām, pasūtītājs pieņem lēmumu pārtraukt iepirkumu (izņemot Publisko iepirkumu likumā minēto gadījumu).

14.4. Tehnisko piedāvājumu vērtēšana:

- 14.4.1. Tehnisko piedāvājumu atbilstības pārbaudes laikā komisija pārbauda katra pretendenta tehniskā piedāvājuma atbilstību nolikuma 2.pielikumam „Tehniskais piedāvājums”, vai tas atbilst izvirzītajām prasībām un tehniskajai specifikācijai.

14.4.2. Ja pretendenta tehniskais piedāvājums neatbilst Nolikuma 2.pielikuma „Tehniskais piedāvājums” un tehniskajā specifikācijā izvirzītajām prasībām, komisija pretendentu izslēdz no turpmākās dalības konkursa procedūrā un tā piedāvājumu tālāk neizskata.

14.5. Finanšu piedāvājumu vērtēšana:

14.5.1. Vērtējot piedāvājumu, iepirkumu komisija ņem vērā pretendenta piedāvāto kopējo cenu par visu iepirkuma priekšmetu bez pievienotās vērtības nodokļa.

14.5.2. Ja Komisija konstatē finanšu piedāvājumā aritmētisko kļūdu, tā to salabo un ņem vērā salabotas cenas.

14.5.3. Pretendenta piedāvājumu novērtēšanai un salīdzināšanai tiek izvēlēts saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu kritērijs.

15. Piedāvājumu vērtēšanas kritēriji:

15.1. Piedāvājuma kopējā maksimālā vērtība (S) ir 100 punkti. Tā tiek aprēķināta, veicot tehniskā piedāvājuma novērtējumu (A), kura maksimālais punktu skaits ir 55 punkti un cenas (bez pievienotās vērtības nodokļa) aspekta novērtējumu (B), kura maksimālais punktu skaits ir 45 punkti, un saskaitot kopējo punktu skaitu. Pretendenta tehniskā un finanšu piedāvājuma novērtējumu kopsumma uzskatāma par galīgo piedāvājuma vērtējumu.

$$S=A+B,$$

kur A ir tehniskā piedāvājuma novērtējums, kas tiek aprēķināts saskaitot visus par tehniskā piedāvājuma kritērijiem piešķirtus punktus kopā;

B- cenas novērtējums, saskaņā ar tabulā „Vērtēšanas kritēriji un to maksimālais punktu skaits” norādīto formulu.

15.2. Par saimnieciski izdevīgāko tiks atzīts tas piedāvājums, kura kopējais punktu skaits (S) būs vislielākais.

Vērtēšanas kritēriji un to maksimālais punktu skaits

Tehniskās specifikācijas prasības pretendenta līguma izpildei	Kritēriji
Publikācijas Latvijas presē (drukātajos izdevumos) 1. Publikāciju skaits : 10 (latviešu un krievu valodā, ar nosacījumu, ka latviešu valodā ne mazāk kā 5 publikācijas) 2. Apjoms: vismaz 2000 zīmes katrā; 3. Publikācijā jābūt informācijai par tūrisma objektiem, tūrisma iespējām, labās prakses piemēriem, jaunumiem Latgalē un Pleskavā. Publikācijā jābūt arī fotomateriālam , kas attēlo ar tūrisma saistītos objektus, tūrisma iespējas, labās prakses piemērus, jaunumus Latgalē, Pleskavā vai priekšmetus , ainavas, lietas utt., kas saistās ar latgalisko un slāvisko garu un identitāti. 4. Publikācijām jābūt izvietotām lasītākajā nacionālajā presē latviešu un krievu valodā laika periodā no 2013. gada marta līdz 2013. gada decembrim, pārklājot visu norādīto periodu. Par pamatu lasītākās preses noteikšanai tiks ņemti vērā Pētījumu aģentūras TNS preses auditorijas pētījuma „Nacionālais Mediju Pētījums: Prese, Vasara 2012 veica no 2012. gada 14. maija līdz 2012. gada 5. augustam” rezultāti. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto preses (drukāto izdevumu)</u>	Prasība tiek vērtēta pamatojoties uz Pētījumu aģentūras TNS preses auditorijas pētījumu Nacionālais Mediju Pētījums: Prese, Vasara 2012 veica no 2012. gada 14. maija līdz 2012. gada 5. augustam. TOP 10 lasītākie preses izdevumi (izdevumi latviešu valodā un krievu valodā). http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3905 Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Punkti tiek piešķirti par katra raksta ievietošanu proporcionāli drukātā izdevuma atrašanās vietai TOP 10: 5 punkti par 1. un 2. vietu, 4 punkti par 3.un 4. vietu, 3 punkti par 5.un 6. vietu, 2 punkti par 7.

<u>nosaukumus, kur tiks ievietoti raksti.</u> 5. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana. 6. Publikāciju saturs un ievietojamais fotomateriāls pirms publicēšanas jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 7. Publikācijas makets – izvilkums no izdevuma maketa jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 8. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par publikācijām, jāiesniedz publikāciju 1 oriģināls un 1 kopija. 9. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.	un 8. vietu, 1 punkts par 9. un 10. vietu. Punkti par 10 rakstiem tiek saskaitīti kopā un tad rezultāts tiek izdalīts ar 10. Saņemtais rezultāts arī būs piešķirtais punktu skaits par šo pozīciju. <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>
Āra reklāmas stendi Rīgā 1. Fotosesijas organizēšana projekta teritorijā (Latgales un Pleskavas reģions). Fotogrāfiju izgatavošana atbilstošā kvalitātē, kas paredzētas āra lielformāta reklāmu un stendu maketu izgatavošanai. Fotogrāfijas tiek nodotas Pasūtītājam elektroniskā formātā. Piegādāto fotogrāfiju skaits pirms atlases - 80 gab. 2. Āra reklāmas kampaņas vizuālās koncepcijas un dizaina izstrāde (4 koncepcijas, 4 dizaini stendiem Rīgā), saskaņā ar Pretendenta piedāvāto eksponēšanas vietu izmēriem un tehniskajām prasībām; 3. Lielformāta āra reklāmas kampaņas nodrošināšana (pilns serviss, ieskaitot plānošanu, saskaņošanu, druku, montāžu, demontāžu un eksponēšanas nodrošināšanu, kā arī atskaites sagatavošanu ar fotofiksācijām). 4. Kopējā vienā laikā izvietojamo 2 stendu platība: vismaz 80 – 100 kvadrātmetri (viena stenda platība ne mazāka par 40 kvadrātmetriem). Visa pasūtījuma laikā tiek izvietoti 4 stendi (2+2). 5. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana Āra reklāmas izvietojšanas nosacījumi:	Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Maksimālo punktu skaitu piešķir piedāvājumam ar vislielāko pilno nedēļu skaitu (ja tiks piedāvāts papildus laiks, kas saskaitot kopā neveido nedēļu (7 dienas), tad vērtēšanas procesā tas tiek noapaļots uz leju. <i>Piemēram, ja tiks piedāvātas 24 nedēļas un vēl 6 dienas, vērtēšanas procesā tiks uzskatīts, ka ir piedāvātas 24 nedēļas.</i> Piešķiramo punktu skaitu aprēķina saskaņā ar šādu formulu: Vērtējamā piedāvājumā norādītais nedēļu skaits ÷ Lielāko piedāvāto nedēļu skaitu x 5 <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>

1. 2 lielformāta reklāmas stendi izvietoti vienlaicīgi Rīgā katrs vismaz 6 (sešu) nedēļu (1,5 mēnešu) garumā 2013. gada aprīlī – maijā. Viena eksponēšanas vieta Starptautiskās lidostas „Rīga” teritorija vai pievadceļš (P133) no Kārļa Ulmaņa gatves uz Starptautisko lidostu “Rīga”, Otrs reklāmas stends izvietojams Rīgā vai uz lielākajiem pievadceļiem Rīgas apkārtnē. Stendiem jābūt perpendikulāri ceļam, labi saredzamiem no braucamās daļas. Stendiem jābūt apgaismotiem diennakts tumšajā laikā un jābūt labi saskatāmām visām tā daļām, attēlam jābūt pastāvīgam (nemijas ar citu reklāmu) 24 stundas diennaktī. 2. 2 lielformāta reklāmas stendi izvietoti vienlaicīgi Rīgā katrs vismaz 6 (sešu) nedēļu (1,5 mēneši) garumā 2013. gada jūnijā- jūlijā, reklāmas izvietojamas Rīgā vai uz lielākajiem pievadceļiem Rīgas apkārtnē (citās vietās kā tiek eksponēti pirmie divi stendi). Stendiem jābūt perpendikulāri ceļam, labi saredzamiem no braucamās daļas. Stendiem jābūt apgaismotiem diennakts tumšajā laikā un jābūt labi saskatāmām visām tā daļām, attēlam jābūt pastāvīgam (nemijas ar citu reklāmu) 24 stundas diennaktī. 3. Visu stendu izvietojšanas minimālais ilgums pavisam kopā 4 stendiem sastāda 24 (divdesmit četras) nedēļas. Pretendentam piedāvājumā jānorāda piedāvātā izvietojšanas vieta un ilgums, kas nevar būt īsāks par 24 (divdesmit četrām) nedēļām. 4. Stendu dizains jāaskaņo ar Pasūtītāju 5. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par stendu izvietojšanu, jāiesniedz katra stenda vismaz 4 krāsaini fotouzņēmumi, kuros skaidri redzams stendu izvietojums. Jāiesniedz stendu turētāju apliecinājums par stendu izvietojšanas vietu un laiku. 6. Visas fotografijas, kas tiks safilmētas fotosesijas laikā uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. Visas autora mantiskās tiesības uz fotogrāfijām ar pieņemšanas- nodošanas akta parakstīšanu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.	
Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā 1. 4 promoklipu sagatavošana (2 promoklipi latviešu valodā un 2 promoklipi krievu valodā) ar mērķi popularizēt atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā ziemas un vasaras	Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Maksimālo punktu skaitu piešķir piedāvājumam ar vislielāko promoklipa garumu. <i>Vērtēšanā tiks ņemtas vērā tikai pilnas sekundes.</i>

sezonās. 2. Katra promoklipa garums – <u>ne mazāk kā 30 sekundes un ne vairāk kā 60 sekundes.</u> 3. Promoklips latviešu valodā ietver Latgales reģiona (Latvija), Pleskavas apgabala (Krievija) video materiālu, audio materiālu latviešu valodā. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana grafiskā veidā. 4. Promoklips krievu valodā ietver Latgales reģiona (Latvija), Pleskavas apgabala (Krievija) video materiālu, audio materiālu krievu valodā. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana grafiskā veidā. 5. Promoklipa veidošanai nepieciešams veikt populārāko tūrisma objektu/tūrisma produktu/pievilcīgo dabas skatu filmēšanu Latgales reģionā (Latvijā), Pleskavas apgabalā (Krievija) . Filmēšanas vietas jāsaskaņo ar pasūtītāju. 6. Video sižetu montāžā var tikt izmantoti grafiskie elementi – titri latviešu un krievu valodā, kas nodrošina filmēšanas objektu atpazīstamību vai izceļ emocijas, atspoguļo Latgales un Pleskavas tūrisma tēlu. 7. Jānodrošina promoklipa scenārija izveide, režisora un operatora darbs izbraukumā, nepieciešamais papildu aprīkojums (gaismas), montāža un gatavā materiāla sagatavošana ar atbilstošajiem profesionālajiem standartiem trim tālākās izmantošanas risinājumiem - izvietošana internetā, DVD ieraksts un pārraidīšana televīzijā, saskaņā ar reklāmas klipu tehniskā specifikācijas prasībām un dinamiskās reklāmas parametru iesniegšanai. 8. Visus materiālus, kas tiks safilmēti promoklipa izveidošanai, uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. Visas autora mantiskās tiesības uz izgatavoto promoklipu, kā arī uz visiem promoklipa izveidošanai safilmētajiem materiāliem, ar pieņemšanas- nodošanas akta parakstīšanu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot	Piešķiramo punktu skaitu aprēķina saskaņā ar šādu formulu: Vērtējamā piedāvājumā norādītais promoklipa garums (pilnas sekundes) ÷ lielāko promoklipa garumu x 5 <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>
---	---

tās. 9. Obligāta scenārija (plānota video un audio materiāla) iepriekšēja saskaņošana ar pasūtītāju vismaz 2 nedēļas pirms filmēšanas uzsākšanas, kā arī gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju nedēļu pirms raisīšanas uzsākšanas. 10. Pirmie divi promoklipi (1 latviešu un 1 krievu valodā), kas atspoguļo ziemas sezonu, jāsatgavo noteiktajā apjomā ne ilgāk kā astoņu nedēļu laikā no līguma noslēgšanas datuma. Otrie divi promoklipi (1 latviešu un 1 krievu valodā), kas atspoguļo vasaras sezonu, jāsatgavo noteiktajā apjomā ne ilgāk kā līdz 2013. gada 14.jūnijam. 11. Tehniskās prasības: 11.1. Konteineris: MP4 11.2. Kodējums: H.264 11.3. Izšķirtspēja: 1920x1080 (1.0 square pixels, progressive scan) 11.4. Josla: 10MB/s VBR 11.5. Audio kodējums: AAC 11.6. Audio parametri: Stereo, 48000Hz, 16-bit	
Promoklipu pārraidīšana Latvijā 1. Divus promoklipus (vienu latviešu valodā un vienu krievu valodā) par atpūtas iespējām tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā ziemas sezonā jāpārda laika periodā no 01.11.2013 līdz 15.12.2013. Katra promoklipa pārraidīšanas laiks – 24 reizes (12 reizes latviešu valodā, 12 reizes krievu valodā). Jāpārda vienā no latviešu valodas un vienā no krievu valodas 10 (desmit) skatītākajiem kanāliem, balstoties uz TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012.gada septembrī datiem (http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952). 2. Divus promoklipus (vienu latviešu valodā un vienu krievu valodā) par atpūtas iespējām tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā vasaras sezonā jāizvieto laika periodā no 01.05.2013 līdz 01.07.2013. Katra promoklipa pārraidīšanas laiks – 24 reizes (12 reizes latviešu valodā, 12 reizes krievu valodā). Jāpārda vienā no latviešu valodas un vienā no krievu valodas 10 (desmit) skatītākajiem kanāliem, balstoties uz TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012.gada septembrī datiem (http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952).	Prasība tiek vērtēta pamatojoties uz Pētījumu aģentūras TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012. gada septembrī datiem. http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952 Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Piešķiramo punktu skaitu nosaka saskaņā ar šādu kārtību: 5 punkti – piedāvājumā norādītais kanāls atrodas 1. - 4. vietā (ir saņēmis no 13,4 % līdz 9,1 % lielu skatīšanas laika daļu); 3 punkti – piedāvājumā norādītais kanāls atrodas 6. – 10. vietā (ir saņēmis vērtējumu skalā no 6,5 % līdz 2,7 % lielu skatīšanas laika daļu). Punktu skaits tiek aprēķināts saskaitot par katra no 4 promoklipiem pārraidīšanu piešķirtus punktus un izdalot ar 4.

3. <u>Promoklipa pārraidīšanas ilgumam pilnīgi jāsakrīt ar piedāvājumā piedāvāto sagatavotā promoklipa garumu.</u> 4. Promoklipa pārraidīšanas precīzo datumu un promoklipa pārraidīšanas grafika obligāta iepriekšēja saskaņošana ar pasūtītāju . 5. Visiem promoklikiem jābūt pārraidītiem darba dienās TV prime time – 19:00 līdz 21:30. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto kanālu nosaukumus, kur tiks pārraidīti promoklipi.</u> 6. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz TV kanālu izdruku par klipu pārraidīšanas laikiem, kā arī TV promoklipa ierakstu (iekļaujot tajā 3 min pirms klipa un 3 min pēc klipa pārraidīto).	<i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>
Reklāmas baneri internetā (dizains, izveide, izvietošana) 1. Izpildītājam jāveic atbilstoša formāta Latgales (Latvija) un Pleskavas apgabala (Krievija) reklāmas banneru izstrāde atbilstoši Pretendenta piedāvājumam, mūsdienu reklāmas tendencēm un pasūtītāja prasībām (saskaņojot ar to); 2. Reklāma jāizvieto divos no pēc TNS pētījuma “Interneta vietņu TOP20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. Gada pavasarī” datiem (http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3884) desmit populārāko Latvijas interneta portālu pirmajās lapās, atbilstošu reklāmas karogu veidā, atbilstoši šādiem nosacījumiem: Pastāvīga reklāmas vieta. Reklāmas banneris atrodas portāla sākumlapā. Bannera izmērs ne mazāk 250x400pix. Bannerim jāparādās pastāvīgi katru dienu 4 mēnešu garumā bez rotācijas ar citām reklāmām (laika periodā no 2013. gada 1. aprīļa līdz 2013. gada 1.augustam). Bannerim jābūt izvietotam gan latviešu, gan krievu valodas portālu versijās. Banērī ir jāizveido tiešsaiste ar Latgales Tūrisma aktuālo informāciju (mājas lapu www.latgale.lv) <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda divus piedāvāto interneta portālu nosaukumus, kur tiks ievietoti baneri.</u> 3. Banneru dizainu jāaskaņo ar Pasūtītāju. 4. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas,	Prasība tiek vērtēta pamatojoties uz TNS pētījuma “Interneta vietņu TOP20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. Gada pavasarī” datiem http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3884 Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Piešķiramo punktu skaitu nosaka saskaņā ar šādu kārtību: 5 punkti – interneta vietne atrodas reitinga 2.-6. vietā 3 punkti – interneta vietne atrodas reitinga 7.-8.vietā 1 punkts – interneta vietne atrodas reitinga 9.-10.vietā Punktu skaits tiks aprēķināts saskaitot kopējo punktu skaitu par abu banneru izvietošānu un izdalot ar 2. <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>

Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana. 5. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par banneru izvietojumu, jāiesniedz banera izvietotāju izziņa par banneru izvietojuma laika periodu.	
Radio promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā 1. Promoklips ietver audio materiālu ar muzikālo pavadījumu, kas reklamē projekta aktivitātes un popularizē atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā. Tēmas atbilstoši projekta aktivitātēm paziņos pasūtītājs ne vēlāk kā 5 nedēļas līdz atskaņošanai (piemēram: reklāma dalībai tūrisma izstādē) 2. Promoklipu daudzums – 6 klipi (3 latviešu valodā un 3 krievu valodā) 3. Promoklipa ilgums – <u>ne mazāks par 20 sekundēm.</u> 4. <u>Tehniskās promoklipa prasības - Vidējais skaņas blīvums (RMS) = -16dB, fade in = 50mlsek, fade out = 150mlsek, formāts = .wav</u> 5. Obligāta klipa scenārija, ierunātāja gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju ne vēlāk kā nedēļu pirms raidīšanas uzsākšanas. 6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana 7. Visus promoklipus uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. 8. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par promoklipu nodošanu visas autora mantiskās tiesības un pierakstītais materiāls tiek nodotas Latgales plānošanas reģionam.	Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Maksimālo punktu skaitu piešķir piedāvājumam ar vislielāko promoklipa garumu. <i>Vērtēšanā tiks ņemtas vērā tikai pilnas sekundes.</i> Piešķiramo punktu skaitu aprēķina saskaņā ar šādu formulu: Vērtējamā piedāvājumā norādītais promoklipa garums (pilnas sekundes) ÷ lielāko promoklipa garumu x 5 <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>

Promoklipu pārraidīšana radio Latvijā 1. Promoklipi jāpāraida divos (vienā- latviešu valodā, vienā- krievu valodā) pēc statistikas klausītākajos radio Latvijā, kuri ietilps pirmajos top 10 pamatojoties uz TNS pētījuma “Radio staciju sarindojums pēc kopējās nedēļas auditorijas (Reach) Latvijā 2012. gada pavasarī un vasarā” vasaras laikā. Pretendentam <u>piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto radio nosaukumus, kur tiks atskaņoti promoklipi.</u> 2. Viena klipa pārraidīšanas skaits – ne mazāk kā 15 reizes. Visiem klipiem jābūt pārraidītiem radio prime-time 11:00 līdz 16:00. 3. <u>Promoklipa pārraidīšanas ilgumam pilnīgi jāsakrīt ar piedāvājumā piedāvāto sagatavotā promoklipa garumu.</u> 4. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz radio kanālu izdruku par klipu pārraidīšanas laikiem.	Prasība par promoklipu pārraidīšanu tiek vērtēta pamatojoties uz TNS pētījuma “Radio staciju sarindojums pēc kopējās nedēļas auditorijas (Reach) Latvijā 2012. gada pavasarī un vasarā” vasaras laika datiem - http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3913 Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Piešķiramo punktu skaitu nosaka saskaņā ar šādu kārtību: 5 punkti – piedāvājumā norādītais kanāls atrodas 1. - 3. vietā (ir saņēmis no 25,4 % līdz 12,4 % lielu klausīšanas laika daļu); 3 punkti – piedāvājumā norādītais kanāls atrodas 4. – 6. vietā (ir saņēmis vērtējumu skalā no 12,1 % līdz 10,8 % lielu klausīšanas laika daļu). 1 punkts – kanāls atrodas 7. – 10. vietā (ir saņēmis vērtējumu skalā no 9,6 % līdz 6,2 % lielu klausīšanas laika daļu). Punktu skaits tiek aprēķināts saskaitot par punktus par 2 piedāvātajiem radio un izdalot ar 2. <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>
Publikācijas Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos) 1. Publikāciju skaits : 8 2. Apjoms: vismaz 1000 zīmes katrā; 3. Publikācijā jābūt informācijai par tūrisma objektiem, tūrisma iespējām, labās prakses piemēriem, jaunumiem Latgalē un Pleskavā. Publikācijā jābūt arī fotomateriālam , kas attēlo ar tūrismu saistītos objektus, tūrisma iespējas, labās prakses piemērus, jaunumus Latgalē, Pleskavā vai priekšmetus , ainavas, lietas utt., kas saistās	Prasība tiek vērtēta pamatojoties uz TNS pētījuma datiem sadaļā - nedēļas avīzes, reģions – Krievija – Maskava - Sanktpēterburga, 2012. gada marts – jūlijs. Vērā ņemami ir Sanktpēterburgas dati. http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/press/index.wbp?press.action=search&press.regionId=68CDA84F-6158-4F7C-A36A-7DAF207B88E1&press.regionId

ar latgalisko un slāvisko garu un identitāti. 4. Publikācijām jābūt izvietotām lasītākajā Sanktpēterburgas presē balstoties uz TNS pētījuma datiem sadaļā - nedēļas avīzes, reģions – Krievija – Maskava - Sanktpēterburga, 2012. gada marts – jūlijs (http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/press/index.wbp?press.action=search&press.regionId=68CDA84F-6158-4F7C-A36A-7DAF207B88E1&press.regionId=C27FFFD9-CC9B-4AD1-B826-00B2CDE2B4AB&press.regionId=C9838420-042B-4B9E-B7A8-F228DB27C8E1&press.periodId=2D4D325D-BD9E-4A07-88E6-1151E6229751&press.smiId=81D642D7-33B9-4BFA-BEF8-8986ACC07021) kuru lasa ne mazāk kā 202.2 tūkst. Lasītāju, balstoties uz minētā pētījuma datiem, laika periodā no 2013. gada marta līdz 2013. gada novembrim. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto preses (drukāto izdevumu) nosaukumus, kur tiks ievietoti raksti.</u> 5. Publikāciju saturs pirms publicēšanas jāaskaņo ar Pasūtītāju. 6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana 7. Publikāciju saturs un ievietojamais fotomateriāls pirms publicēšanas jāaskaņo ar Pasūtītāju. 8. Publikācijas makets – izvilkums no izdevuma maketa jāaskaņo ar Pasūtītāju. 9. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par publikācijām, jāiesniedz publikāciju 1 oriģināls un 1 kopija. 10. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.	=C27FFFD9-CC9B-4AD1-B826-00B2CDE2B4AB&press.regionId=C9838420-042B-4B9E-B7A8-F228DB27C8E1&press.periodId=2D4D325D-BD9E-4A07-88E6-1151E6229751&press.smiId=81D642D7-33B9-4BFA-BEF8-8986ACC07021 Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. 5 punkti – izdevumu lasa no 1 555.5 tūkst līdz 402.5 tūkst lasītāju; 3 punkti – izdevumu lasa no 297.2 tūkst līdz 202.2 tūkst lasītāju; Punktu skaits tiek aprēķināts saskaitot par katra no 8 publikāciju ievietošanu piešķirtus punktus un izdalot ar 8. <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>
Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Sanktpēterburgas radio 1. Promoklips ietver audio materiālu, kas reklamē projekta aktivitātes un popularizē atpūtas iespējas	Maksimālais punktu skaits- 5 punkti.

tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā. Tēmas atbilstoši projekta aktivitātēm paziņos pasūtītājs ne vēlāk kā 5 nedēļas līdz atskaņošanai (piemēram: reklāma dalībai tūrisma izstādē) 2. Promoklipu daudzums – 2 dažādi klipī (krievu valodā) 3. Promoklipa ilgums – <u>ne mazāks par 20 sekundēm.</u> 4. <u>Tehniskās promoklipa prasības - Vidējais skaņas blīvums (RMS) = -16dB, fade in = 50mlsek, fade out = 150mlsek, formāts = .wav</u> 5. Obligāta klipa scenārija, ierunātāja, gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju ne vēlāk kā nedēļu pirms raidīšanas uzsākšanas. 6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura un frāžu iekļaušana. Promoklipu pārraidīšana Sanktpēterburgas radio 1. Promoklipi jāpārraida pēc statistikas vienā no 11 klausītākajiem radio Sanktpēterburgā saskaņā ar TNS pētījumu datiem (http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/index.wbp?radio.action=search&radio.regionId=F8577FC3-3701-4FBC-8468-2F468FE8CF96&radio.periodId=B9DBD2BF-5EAD-497B-8DD5-3EB686718232). Viena klipa pārraidīšanas skaits – ne mazāk kā 15 reizes. Visiem klipiem jābūt pārraidītiem radio prime-time 11:00 līdz 16:00. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto radio nosaukums, kur tiks atskaņoti promoklipi.</u> 2. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz radio kanālu izdruku par klipu pārraidīšanas laikiem.	Maksimālo punktu skaitu piešķir piedāvājumam ar vislielāko promoklipa garumu. <i>Vērtēšanā tiks ņemtas vērā tikai pilnas sekundes.</i> Piešķiramo punktu skaitu aprēķina saskaņā ar šādu formulu: Vērtējamā piedāvājumā norādītais promoklipa garums (pilnas sekundes) ÷ lielāko promoklipa garumu x 5 <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i> Maksimālais punktu skaits- 5 punkti. Prasība tiek vērtēta pamatojoties TNS pētījumu datiem: sadaļa - radio, Sanktpēterburga, 2012. gada jūlijs – septembris http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/index.wbp?radio.action=search&radio.regionId=F8577FC3-3701-4FBC-8468-2F468FE8CF96&radio.periodId=B9DBD2BF-5EAD-497B-8DD5-3EB686718232 5 punkti – piedāvājumā norādītais kanāls atrodas reitinga 1.-5. vietā 3 punkti – piedāvājumā norādītais kanāls atrodas reitinga 6.-11.vieta
Reklāmas banneri internetā Sanktpēterburgā (dizains, izveide, izvietošana) 1. Izpildītājam jāveic atbilstoša formāta Latgales (Latvija) un Pleskavas apgabala (Krievija) reklāmas benneru izstrāde atbilstoši iesniegtajai koncepcijai, mūsdienu reklāmas tendencēm un pasūtītāja prasībām (saskaņojot ar to); 2. Reklāma jāizvieto divos no pēc statistikas populāros interneta portālos Sanktpēterburgā	Prasība tiek vērtēta pamatojoties uz TNS pētījuma datiem http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index/ sadaļā: Internets, 2012. gada septembris (ZIP Web Index , Excel fails Xl0000022, lapa – dzimums, vecums, nodarbinātība, Sanktpēterburgas iedzīvotāji

pamatojoties uz TNS pētījuma datiem http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index/ (interneta vietnēs, kuras apmeklē ne mazāk kā 16 % no kopējā Sanktpēterburgas interneta lietotāju skaita vecumā no 12 līdz 54 gadiem). pirmajās lapās krievu valodā, atbilstošu reklāmas karogu veidā, atbilstoši šādiem nosacījumiem: Pastāvīga reklāmas vieta. Reklāmas banneris atrodas portāla sākumlapā. Bannera izmērs ne mazāk 250x400pix. Bannerim jāparādās pastāvīgi katru dienu 4 mēnešu garumā bez rotācijas ar citām reklāmām (laika periodā no 2013. gada 1. aprīļa līdz 2013. gada 1. augustam). <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda divu piedāvāto interneta portālu nosaukumus, kur tiks ievietoti banneri.</u> 3. Banneru dizainu jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 4. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana 5. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par banneru izvietojumu, jāiesniedz bannera izvietotāju izziņa par banneru izvietojuma laika periodu.	vecumā no 12-54 gadiem, tabulas E kolonna %) 5 punkti – interneta vietni apmeklē no 85,0 % līdz 40 % no kopējā Sanktpēterburgas interneta lietotāju skaita vecumā no 12 līdz 54 gadiem; 2 punkti – interneta vietni apmeklē no 38,5 % līdz 16 % no kopējā Sanktpēterburgas interneta lietotāju skaita vecumā no 12 līdz 54 gadiem; Punktu skaits tiks aprēķināts saskaitot kopējo punktu skaitu par abu banneru izvietojumu un izdalot ar 2.
	Piedāvātā līgumcena Finanšu piedāvājums ar zemāko norādīto līgumcenu iegūst maksimālo punktu skaitu - 45 punkti. Pārējie piedāvājumi tiek vērtēti proporcionāli pret augstāko vērtējumu pēc šādas formulas: Viszemākā piedāvājuma cena ÷ vērtējamā piedāvājuma kopējā cena x 45 <i>(Vērtējumu nosaka ar precizitāti divas zīmes aiz komata)</i>

16. Paziņojums par iepirkuma procedūras rezultātiem

16.1. Komisija trīs darba dienu laikā pēc tam, kad pieņemts lēmums, vienlaikus nosūta paziņojumu par iepirkuma procedūras rezultātiem Iepirkumu uzraudzības birojam un visiem pretendentiem. Komisija paziņo izraudzītā pretendenta nosaukumu vai arī norāda visus iemeslus, kāpēc lēmums par uzvarētāju nav pieņemts vai iepirkuma procedūra tiek pārtraukta.

17. Iepirkuma līgums

- 17.1. Iepirkuma līgumā nosaka visas tiesiskās attiecības starp Pasūtītāju un Izpildītāju.
- 17.2. Pasūtītājs slēdz iepirkuma līgumu ar izraudzīto pretendentu, pamatojoties uz pretendenta piedāvājumu, nolikuma noteikumiem un iepirkuma līguma projektu (Nolikuma 8.pielikums).
- 17.3. Iepirkuma līgumu slēdz ne agrāk kā 10 dienas pēc dienas, kad informācija par pieņemto lēmumu tika nosūtīta visiem pretendentiem pa faksu vai elektroniski, izmantojot drošu elektronisko parakstu, vai nodota personiski, un papildus viena darbdiena; vai 15 dienas pēc informācijas par pieņemto lēmumu nosūtīšanas dienas, ja kaut vienam pretendentam tā nosūtīta pa pastu, un papildus viena darbdiena, bet ne vēlāk par piedāvājuma derīguma termiņa beigām. Ja izraudzītais Pretendents atsakās slēgt līgumu ar Pasūtītāju, Pasūtītājs pieņem lēmumu slēgt līgumu ar nākamo Pretendentu, kura piedāvājums ir saimnieciski izdevīgākais, vai pārtraukt atklāto konkursu, neizvēloties nevienu piedāvājumu. Ja pieņemts lēmums slēgt līgumu ar nākamo zemākās cenas piedāvātāju, bet tas atsakās slēgt līgumu, Pasūtītājs pieņem lēmumu pārtraukt atklāto konkursu attiecīgajā daļā, neizvēloties nevienu piedāvājumu.
- 17.4. Pretendenta finanšu piedāvājumā norādītā cena ir līgumcena.
- 17.5. Iepirkuma līguma izpildes laiks – līdz 2013.gada 16.decembrim.
- 17.6. Līdz iepirkuma līguma noslēgšanai, pasūtītājam ir tiesības izbeigt vai pārtraukt iepirkumu.
- 17.7. Pēc līguma noslēgšanas tajā ir pieļaujami tikai nebūtiski grozījumi. Būtiskie grozījumi līgumā ir pieļaujami tikai Publisko iepirkumu likumā paredzētajos gadījumos.
- 17.8. Līguma izpildē iesaistītā personāla un apakšuzņēmēju nomaiņa.
 - 17.8.1. Izraudzītā Pretendenta personālu, kuru tas iesaistījis līguma izpildē, saskaņā ar 6.2.apakšpunktu, un kurus Pasūtītājs ir vērtējis un atzinis par atbilstošu, kā arī apakšuzņēmējus, uz kuru iespējām izraudzītais Pretendents balstījies, lai apliecinātu savas kvalifikācijas atbilstību, pēc līguma noslēgšanas drīkst nomainīt tikai ar Pasūtītāja rakstveida piekrišanu.
 - 17.8.2. Pasūtītājs nepiekrīt 17.8.1.apakšpunktā norādītā personāla un apakšuzņēmēju nomaiņai, ja pastāv kaut viens no šādiem nosacījumiem:
 - Piegādātāja piedāvātais personāls vai apakšuzņēmējs neatbilst nolikumā noteiktajām prasībām, kas attiecas uz Pretendenta personālu vai apakšuzņēmējiem;
 - tiek nomainīts apakšuzņēmējs, uz kura iespējām izraudzītais Pretendents balstījies, lai apliecinātu savas kvalifikācijas atbilstību nolikumā noteiktajām prasībām, un piedāvātajam apakšuzņēmējam nav vismaz tāda pati kvalifikācija, uz kādu iepirkuma procedūrā izraudzītais Pretendents atsaucies, apliecinot savu atbilstību nolikumā noteiktajām prasībām;
 - uz piedāvāto apakšuzņēmēju attiecas kaut viens no Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmajā daļā minētajiem pretendentu izslēgšanas nosacījumiem;
 - 17.8.3. Izraudzītais Pretendents drīkst veikt apakšuzņēmēju, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 20% no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai vairāk (izņemot 17.8.1.apakšpunktā minētos gadījumus), nomaiņu vai arī vēlāku iesaistīšanu līguma izpildē ja izraudzītais Pretendents par to paziņojis Pasūtītājam un saņēmis Pasūtītāja rakstveida piekrišanu apakšuzņēmēja nomaiņai vai jauna apakšuzņēmēja iesaistīšanai līguma izpildē. Pasūtītājs piekrīt apakšuzņēmēja nomaiņai vai jauna apakšuzņēmēja iesaistīšanai līguma izpildē, ja uz piedāvāto apakšuzņēmēju neattiecas šā likuma 39.panta pirmajā daļā minētie pretendentu izslēgšanas nosacījumi.
 - 17.8.4. Pasūtītājs pieņem lēmumu atļaut vai atteikt par personāla vai apakšuzņēmēju nomaiņu vai jaunu apakšuzņēmēju iesaistīšanu līguma izpildē ne vēlāk kā piecu darbdienu laikā pēc tam, kad saņēmis visu informāciju un dokumentus, kas nepieciešami lēmuma.

NOLIKUMA PIELIKUMI

IESNIEGUMS

dalībai atklātā konkursā

„Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov”

Id.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI

Latgales plānošanas reģiona iepirkumu komisijai

Saskaņā ar publiskā iepirkuma Nolikumu, apakšā parakstīties apliecinu, ka:

1. _____ (*pretendenta nosaukums*) piekrīt publiskā iepirkuma Nolikuma noteikumiem un garantē Nolikuma prasību izpildi. Publiskā iepirkuma noteikumi ir skaidri un saprotami.
2. Pilnībā piekrīt līgumprojekta nosacījumiem.
3. Visas piedāvājumā sniegtās ziņas ir patiesas.
4. Plānotais pakalpojuma izpildes laiks ir līdz 2013.gada 16.decembrim.
5. _____ (*pretendenta nosaukums*) apņemas līguma noslēgšanas gadījumā pildīt visus Nolikumā izklāstītos nosacījumus un strādāt pie līguma izpildes.
6. _____ (*pretendenta nosaukums*) ir pietiekami finanšu resursi pakalpojuma veikšanai.
7. Apliecinu, ka personas, kurām ir pretendenta pārstāvības tiesības vai lēmuma pieņemšanas vai uzraudzības tiesības attiecībā uz šo pretendentu, ar tādu tiesas spriedumu vai prokurora priekšrakstu par sodu, kurš stāties spēkā un kļuvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzītas par vainīgām noziedzīgā nodarījumā par izvairīšanos no nodokļu un tiem pielīdzināto maksājumu nomaksas (ja minētais nodarījums ir izdarīts vai turpinās pēc 2012.gada 31.jūlija), koruptīva rakstura noziedzīgos nodarījumos, krāpnieciskās darbībās finanšu jomā, noziedzīgi iegūtu līdzekļu legalizācijā vai līdzdalībā noziedzīgā organizācijā pēdējo 3 (trīs) gadu laikā, skaitot no piedāvājuma iesniegšanas dienas.
8. Apliecinu, ka ar tādu tiesas spriedumu vai prokurora priekšrakstu par sodu, kurš stāties spēkā un kļuvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzīts par vainīgu noziedzīgā nodarījumā par izvairīšanos no nodokļu un tiem pielīdzināto maksājumu nomaksas (ja minētais nodarījums ir izdarīts vai turpinās pēc 2012.gada 31.jūlija), koruptīva rakstura noziedzīgos nodarījumos, krāpnieciskās darbībās finanšu jomā, noziedzīgi iegūtu līdzekļu legalizācijā vai līdzdalībā noziedzīgā organizācijā pēdējo 3 (trīs) gadu laikā, skaitot no piedāvājuma iesniegšanas dienas, un kas apliecinu, ka pretendents ar tādu kompetentas institūcijas lēmumu vai tiesas spriedumu, kurš stāties spēkā un kļuvis neapstrīdams un nepārsūdzams, nav atzīts par vainīgu konkurences tiesību pārkāpumā, kas izpaužas kā vertikālā vienošanās, kuras mērķis ir ierobežot pircēja iespēju noteikt tālākpārdošanas cenu, vai horizontālā kartela vienošanās, izņemot gadījumu, kad attiecīgā institūcija, konstatējot konkurences tiesību pārkāpumu, pretendentu ir atbrīvojusi no naudas soda 12 (divpadsmit) mēnešu laikā, skaitot no piedāvājuma iesniegšanas dienas.

Pretendenta nosaukums:

Reģistrēts _____
(kur, kad, reģistrācijas Nr.)

Nodokļu maksātāja reģistrācijas Nr. _____ .

Juridiskā adrese:

Biroja adrese:

Bankas rekvizīti:

Telefons:

Fakss:

E-pasta adrese:

Datums

Pretendenta vai tā pilnvarotās personas paraksts, tā atšifrējums, zīmogs

TEHNISKĀ PIEDĀVĀJUMA FORMA

**atklātajam konkursam
„Mārketinga pasākumu nodrošināšana
projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129)
ietvaros”
Id.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI**

Pretendents (*nosaukums*) piedāvā nodrošināt pakalpojumu atbilstoši publiskā iepirkuma „Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros” ID.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI tehniskajai specifikācijai:

Tehniskās prasības pretendenta līguma izpildei	Pretendenta piedāvātais* (aizpilda pretendents)
Publikācijas Latvijas presē (drukātajos izdevumos) 1. Publikāciju skaits : 10 (latviešu un krievu valodā, ar nosacījumu, ka latviešu valodā ne mazāk kā 5 publikācijas) 2. Apjoms: vismaz 2000 zīmes katrā; 4. Publikācijā jābūt informācijai par tūrisma objektiem, tūrisma iespējām, labās prakses piemēriem, jaunumiem Latgalē un Pleskavā. Publikācijā jābūt arī fotomateriālam , kas attēlo ar tūrismu saistītos objektus, tūrisma iespējas, labās prakses piemērus, jaunumus Latgalē, Pleskavā vai priekšmetus , ainavas, lietas utt., kas saistās ar latgalisko un slāvisko garu un identitāti. 4. Publikācijām jābūt izvietotām lasītākajā nacionālajā presē latviešu un krievu valodā laika periodā no 2013. gada marta līdz 2013. gada decembrim, pārklājot visu norādīto periodu. Par pamatu lasītākās preses noteikšanai tiks ņemti vērā Pētījumu aģentūras TNS preses auditorijas pētījuma „Nacionālais Mediju Pētījums: Prese, Vasara 2012 veica no 2012. gada 14. maija līdz 2012. gada 5. augustam” rezultāti. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto preses (drukāto izdevumu) nosaukumus, kur tiks ievietoti raksti.</u> 5. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana. 6. Publikāciju saturs un ievietojamais fotomateriāls pirms publicēšanas jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 7. Publikācijas makets – izvilkums no izdevuma maketa jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 8. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par publikācijām, jāiesniedz publikāciju 1	

oriģināls un 1 kopija. 9. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.	
Āra reklāmas stendi Rīgā 1. Fotosesijas organizēšana projekta teritorijā (Latgales un Pleskavas reģions). Fotogrāfiju izgatavošana atbilstošā kvalitātē, kas paredzētas āra lielformāta reklāmu un stendu maketu izgatavošanai. Fotogrāfijas tiek nodotas Pasūtītājam elektroniskā formātā. Piegādāto fotogrāfiju skaits pirms atlases - 80 gab. 2. Āra reklāmas kampaņas vizuālās koncepcijas un dizaina izstrāde (4 koncepcijas, 4 dizaini stendiem Rīgā), saskaņā ar Pretendenta piedāvāto eksponēšanas vietu izmēriem un tehniskajām prasībām; 3. Lielformāta āra reklāmas kampaņas nodrošināšana (pilns serviss, ieskaitot plānošanu, saskaņošanu, druku, montāžu, demontāžu un eksponēšanas nodrošināšanu, kā arī atskaites sagatavošanu ar fotofiksācijām). 4. Kopējā vienā laikā izvietojamo 2 stendu platība: vismaz 80 – 100 kvadrātmetri (viena stenda platība ne mazāka par 40 kvadrātmetriem). Visa pasūtījuma laikā tiek izvietoti 4 stendi (2+2). 5. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana Āra reklāmas izvietojšanas nosacījumi: 2. 2 lielformāta reklāmas stendi izvietoti vienlaicīgi Rīgā katrs vismaz 6 (sešu) nedēļu (1,5 mēnešu) garumā 2013. gada aprīlī – maijā. Viena eksponēšanas vieta Starptautiskās lidostas „Rīga” teritorija vai pievadceļš (P133) no Kārļa Ulmaņa gatves uz Starptautisko lidostu “Rīga”, Otrs reklāmas stends izvietojams Rīgā vai uz lielākajiem pievadceļiem Rīgas apkārtnē. Stendi jābūt perpendikulāri ceļam, labi saredzamiem no braucamās daļas. Stendi jābūt apgaismotiem diennakts tumšajā laikā un jābūt labi	

saskatāmām visām tā daļām, attēlam jābūt pastāvīgam (nemijas ar citu reklāmu) 24 stundas diennaktī. 2. 2 lielformāta reklāmas stendi izvietoti vienlaicīgi Rīgā katrs vismaz 6 (sešu) nedēļu (1,5 mēneši) garumā 2013. gada jūnijā- jūlijā, reklāmas izvietojamas Rīgā vai uz lielākajiem pievedceļiem Rīgas apkārtnē (citās vietās kā tiek eksponēti pirmie divi stendi). Stendiem jābūt perpendikulāri ceļam, labi saredzamiem no braucamās daļas. Stendiem jābūt apgaismotiem diennakts tumšajā laikā un jābūt labi saskatāmām visām tā daļām, attēlam jābūt pastāvīgam (nemijas ar citu reklāmu) 24 stundas diennaktī. 3. Visu stendu izvietojšanas minimālais ilgums pavisam kopā 4 stendiem sastāda 24 (divdesmit četras) nedēļas. Pretendentam piedāvājumā jānorāda piedāvātā izvietojšanas vieta un ilgums, kas nevar būt īsāks par 24 (divdesmit četrām) nedēļām. 4. Stendu dizains jāaskaņo ar Pasūtītāju 5. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par stendu izvietojšanu, jāiesniedz katra stenda vismaz 4 krāsaini fotouzņēmumi, kuros skaidri redzams stendu izvietojums. Jāiesniedz stendu turētāju apliecinājums par stendu izvietojšanas vietu un laiku. 6. Visas fotografijas, kas tiks safilmētas fotosesijas laikā uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. Visas autora mantiskās tiesības uz fotogrāfijām ar pieņemšanas- nodošanas akta parakstīšanu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.	
Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā 1. 4 promoklipu sagatavošana (2 promoklipi latviešu valodā un 2 promoklipi krievu valodā) ar mērķi popularizēt atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā ziemas un vasaras sezonās. 2. Katra promoklipa garums – <u>ne mazāk kā 30 sekundes un ne vairāk kā 60 sekundes.</u> 3. Promoklips latviešu valodā ietver Latgales reģiona (Latvija), Pleskavas apgabala (Krievija) video materiālu, audio materiālu latviešu valodā. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu	

iekļaušana grafiskā veidā.

4. Promoklips krievu valodā ietver Latgales reģiona (Latvija), Pleskavas apgabala (Krievija) video materiālu, audio materiālu krievu valodā. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana grafiskā veidā.

5. Promoklipa veidošanai nepieciešams veikt populārāko tūrisma objektu/tūrisma produktu/pievilcīgo dabas skatu filmēšanu Latgales reģionā (Latvijā), Pleskavas apgabalā (Krievija) . Filmēšanas vietas jāsaskaņo ar pasūtītāju.

6. Video sižetu montāžā var tikt izmantoti grafiskie elementi – titri latviešu un krievu valodā, kas nodrošina filmēšanas objektu atpazīstamību vai izceļ emocijas, atspoguļo Latgales un Pleskavas tūrisma tēlu.

7. Jānodrošina promoklipa scenārija izveide, režisora un operatora darbs izbraukumā, nepieciešamais papildu aprīkojums (gaismas), montāža un gatavā materiāla sagatavošana ar atbilstošajiem profesionālajiem standartiem trim tālākās izmantošanas risinājumiem - izvietošana internetā, DVD ieraksts un pārraidīšana televīzijā, saskaņā ar reklāmas klipu tehniskā specifikācijas prasībām un dinamiskās reklāmas parametru iesniegšanai.

8. Visus materiālus, kas tiks safilmēti promoklipa izveidošanai, uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. Visas autora mantiskās tiesības uz izgatavoto promoklipu, kā arī uz visiem promoklipa izveidošanai safilmētajiem materiāliem, ar pieņemšanas- nodošanas akta parakstīšanu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.

9. Obligāta scenārija (plānota video un audio materiāla) iepriekšēja saskaņošana ar pasūtītāju vismaz 2 nedēļas pirms filmēšanas uzsākšanas, kā arī gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju nedēļu pirms raisīšanas uzsākšanas.

10. Pirmie divi promoklipi (1 latviešu un 1 krievu valodā), kas atspoguļo ziemas sezonu, jāgatavo noteiktajā apjomā ne ilgāk kā astoņu nedēļu laikā no līguma noslēgšanas datuma. Otrie divi promoklipi (1 latviešu un 1 krievu valodā), kas atspoguļo vasaras

sezonu, jāsagatavo noteiktajā apjomā ne ilgāk kā līdz 2013. gada 14.jūnijam. 11. Tehniskās prasības: 11.1. Konteineris: MP4 11.2. Kodējums: H.264 11.3. Izšķirtspēja: 1920x1080 (1.0 square pixels, progressive scan) 11.4. Josla: 10MB/s VBR 11.5. Audio kodējums: AAC 11.6. Audio parametri: Stereo, 48000Hz, 16-bit	
Promoklipu pārraidīšana Latvijā 1. Divus promoklipus (vienu latviešu valodā un vienu krievu valodā) par atpūtas iespējām tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā ziemas sezonā jāpāraida laika periodā no 01.11.2013 līdz 15.12.2013. Katra promoklipa pārraidīšanas laiks – 24 reizes (12 reizes latviešu valodā, 12 reizes krievu valodā). Jāpāraida vienā no latviešu valodas un vienā no krievu valodas 10 (desmit) skatītākajiem kanāliem, balstoties uz TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012.gada septembrī datiem (http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952). 2. Divus promoklipus (vienu latviešu valodā un vienu krievu valodā) par atpūtas iespējām tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā vasaras sezonā jāizvieto laika periodā no 01.05.2013 līdz 01.07.2013. Katra promoklipa pārraidīšanas laiks – 24 reizes (12 reizes latviešu valodā, 12 reizes krievu valodā). Jāpāraida vienā no latviešu valodas un vienā no krievu valodas 10 (desmit) skatītākajiem kanāliem, balstoties uz TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012.gada septembrī datiem (http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952). 3. <u>Promoklipa pārraidīšanas ilgumam pilnīgi jāsakrīt ar piedāvājumā piedāvāto sagatavotā promoklipa garumu.</u> 4. Promoklipa pārraidīšanas precīzo datumu un promoklipa pārraidīšanas grafika obligāta iepriekšēja saskaņošana ar pasūtītāju . 5. Visiem promoklipiem jābūt pārraidītiem darba dienās TV prime time – 19:00 līdz 21:30. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto kanālu nosaukumus, kur tiks pārraidīti</u>	

<u>promoklipi.</u> 6. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz TV kanālu izdruku par clipu pārraidīšanas laikiem, kā arī TV promoklipa ierakstu (iekļaujot tajā 3 min pirms klipa un 3 min pēc klipa pārraidīto).	
Reklāmas baneri internetā (dizains, izveide, izvietošana) 1. Izpildītājam jāveic atbilstoša formāta Latgales (Latvija) un Pleskavas apgabala (Krievija) reklāmas banneru izstrāde atbilstoši Pretendenta piedāvājumam, mūsdienu reklāmas tendencēm un pasūtītāja prasībām (saskaņojot ar to); 2. Reklāma jāizvieto divos no pēc TNS pētījuma “Interneta vietņu TOP20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. Gada pavasarī” datiem (http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3884) desmit populārāko Latvijas interneta portālu pirmajās lapās, atbilstošu reklāmas karogu veidā, atbilstoši šādiem nosacījumiem: Pastāvīga reklāmas vieta. Reklāmas banneris atrodas portāla sākumlapā. Bannera izmērs ne mazāk 250x400pix. Bannerim jāparādās pastāvīgi katru dienu 4 mēnešu garumā bez rotācijas ar citām reklāmām (laika periodā no 2013. gada 1. aprīļa līdz 2013. gada 1.augustam). Bannerim jābūt izvietotam gan latviešu, gan krievu valodas portālu versijās. Banērī ir jāizveido tiešsaiste ar Latgales Tūrisma aktuālo informāciju (mājas lapu www.latgale.lv) <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda divus piedāvāto interneta portālu nosaukumus, kur tiks ievietoti baneri.</u> 3. Banneru dizainu jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 4. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana. 5. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par banneru izvietošana, jāiesniedz banera izvietotāju izziņa par banneru izvietošanas laika periodu.	

Radio promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā

1. Promoklips ietver audio materiālu ar muzikālo pavadijumu, kas reklamē projekta aktivitātes un popularizē atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā. Tēmas atbilstoši projekta aktivitātēm paziņos pasūtītājs ne vēlāk kā 5 nedēļas līdz atskaņošanai (piemēram: reklāma dalībai tūrisma izstādē)
2. Promoklipu daudzums – 6 klipi (3 latviešu valodā un 3 krievu valodā)
3. Promoklipa ilgums – ne mazāks par 20 sekundēm.
4. Tehniskās promoklipa prasības - Vidējais skaņas blīvums (RMS) = -16dB, fade in = 50mlsek, fade out = 150mlsek, formāts = .wav
5. Obligāta klipa scenārija, ierunātāja gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju ne vēlāk kā nedēļu pirms raidīšanas uzsākšanas.
6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana
7. Visus promoklipus uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam.
8. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par promoklipu nodošanu visas autora mantiskās tiesības un pierakstītais materiāls tiek nodotas Latgales plānošanas reģionam.

Promoklipu pārraidīšana radio Latvijā

1. Promoklipi jāpāraida divos (vienā- latviešu valodā, vienā- krievu valodā) pēc statistikas klausītākajos radio Latvijā, kuri ietilps pirmajos top 10 pamatojoties uz TNS pētījuma “Radio staciju sarindojums pēc kopējās nedēļas auditorijas (Reach) Latvijā 2012. gada pavasarī un vasarā” vasaras laikā. Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto radio nosaukumus, kur tiks atskaņoti promoklipi.
2. Viena klipa pārraidīšanas skaits – ne mazāk kā 15 reizes. Visiem klipiem jābūt pārraidītiem radio prime-time 11:00 līdz 16:00.
3. Promoklipa pārraidīšanas ilgumam pilnīgi jāsakrīt ar piedāvājumā piedāvāto sagatavotā promoklipa garumu.

4. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par promklipu pārraidīšanu, jāiesniedz radio kanālu izdruku par klipu pārraidīšanas laikiem.	
Publikācijas Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos) 1. Publikāciju skaits : 8 2. Apjoms: vismaz 1000 zīmes katrā; 4. Publikācijā jābūt informācijai par tūrisma objektiem, tūrisma iespējām, labās prakses piemēriem, jaunumiem Latgalē un Pleskavā. Publikācijā jābūt arī fotomateriālam , kas attēlo ar tūrismu saistītos objektus, tūrisma iespējas, labās prakses piemērus, jaunumus Latgalē, Pleskavā vai priekšmetus , ainavas, lietas utt., kas saistās ar latgalisko un slāvisko garu un identitāti. 4. Publikācijām jābūt izvietotām lasītākajā Sanktpēterburgas presē balstoties uz TNS pētījuma datiem sadaļā - nedēļas avīzes, reģions – Krievija – Maskava - Sanktpēterburga, 2012. gada marts – jūlijs (http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/press/index.wbp?press.action=search&press.regionId=68CDA84F-6158-4F7C-A36A-7DAF207B88E1&press.regionId=C27FFFD9-CC9B-4AD1-B826-00B2CDE2B4AB&press.regionId=C9838420-042B-4B9E-B7A8-F228DB27C8E1&press.periodId=2D4D325D-BD9E-4A07-88E6-1151E6229751&press.smiId=81D642D7-33B9-4BFA-BEF8-8986ACC07021) kuru lasa ne mazāk kā 202.2 tūkst. Lasītāju, balstoties uz minētā pētījuma datiem, laika periodā no 2013. gada marta līdz 2013. gada novembrim. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto preses (drukāto izdevumu) nosaukumus, kur tiks ievietoti raksti.</u> 5. Publikāciju saturs pirms publicēšanas jāaskaņo ar Pasūtītāju. 6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas,	

Latvijas un Krievijas pārobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana 7. Publikāciju saturs un ievietojamais fotomateriāls pirms publicēšanas jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 8. Publikācijas makets – izvilkums no izdevuma maketa jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 9. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par publikācijām, jāiesniedz publikāciju 1 oriģināls un 1 kopija. 10. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.	
Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Sanktpēterburgas radio 1. Promoklips ietver audio materiālu, kas reklamē projekta aktivitātes un popularizē atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā. Tēmas atbilstoši projekta aktivitātēm paziņos pasūtītājs ne vēlāk kā 5 nedēļas līdz atskaņošanai (piemēram: reklāma dalībai tūrisma izstādē) 2. Promoklipu daudzums – 2 dažādi klipi (krievu valodā) 3. Promoklipa ilgums – <u>ne mazāks par 20 sekundēm.</u> 4. <u>Tehniskās promoklipa prasības - Vidējais skaņas blīvums (RMS) = -16dB, fade in = 50mlsek, fade out = 150mlsek, formāts = .wav</u> 5. Obligāta klipa scenārija, ierunātāja, gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju ne vēlāk kā nedēļu pirms raidīšanas uzsākšanas. 6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura un frāžu iekļaušana. Promoklipu pārraidīšana Sanktpēterburgas radio 1. Promoklipi jāpāraida pēc statistikas vienā no 11 klausītākajiem radio Sanktpēterburgā saskaņā ar TNS pētījumu datiem (http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/index.wbp?radio.action=search&radio.regionId=F8577FC3-3701-4FBC-8468-2F468FE8CF96&radio.periodId=B9DBD2BF-	

5EAD-497B-8DD5-3EB686718232). Viena klipa pārraidīšanas skaits – ne mazāk kā 15 reizes. Visiem klipiem jābūt pārraidītiem radio prime-time 11:00 līdz 16:00. <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto radio nosaukums, kur tiks atskaņoti promoklipi.</u> 2. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz radio kanālu izdruku par klipu pārraidīšanas laikiem.	
Reklāmas banneri internetā Sanktpēterburgā (dizains, izveide, izvietošana) 1. Izpildītājam jāveic atbilstoša formāta Latgales (Latvija) un Pleskavas apgabala (Krievija) reklāmas benneru izstrāde atbilstoši iesniegtajai koncepcijai, mūsdienu reklāmas tendencēm un pasūtītāja prasībām (saskaņojot ar to); 2. Reklāma jāizvieto divos no pēc statistikas populāros interneta portālos Sanktpēterburgā pamatojoties uz TNS pētījuma datiem http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index/ (interneta vietnēs, kuras apmeklē ne mazāk kā 16 % no kopējā Sanktpēterburgas interneta lietotāju skaita vecumā no 12 līdz 54 gadiem). pirmajās lapās krievu valodā, atbilstošu reklāmas karogu veidā, atbilstoši šādiem nosacījumiem: Pastāvīga reklāmas vieta. Reklāmas banneris atrodas portāla sākumlapā. Bannera izmērs ne mazāk 250x400pix. Bannerim jāparādās pastāvīgi katru dienu 4 mēnešu garumā bez rotācijas ar citām reklāmām (laika periodā no 2013. gada 1. aprīļa līdz 2013. gada 1.augustam). <u>Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda divu piedāvāto interneta portālu nosaukumus, kur tiks ievietoti banneri.</u> 3. Banneru dizainu jāsaskaņo ar Pasūtītāju. 4. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana 5. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par banneru izvietošanu, jāiesniedz bannera izvietotāju izziņa par banneru izvietošanas laika periodu.	
Izstrādāt un saskaņot ar Pasūtītāju mārketinga kampaņas realizēšanas plānu ne vēlāk kā 2 nedēļas no līguma noslēgšanas brīža. Tajā jāapraksta plānotās	

ieceres, jāpiedāvā radošs un inovatīvs komunikācijas risinājums, kurā būt ietverti:

1) Apraksts par publikācijām Latvijas presē (drukātajos izdevumos): izdevuma nosaukums, konkretizēts publikāciju ievietošanas laika grafiks, ievietošanas vieta izdevumā, mērķauditorija, aprakstāmo tūrisma objektu, tūrisma iespēju, labās prakses piemēru, jaunumu Latgalē un Pleskavā saraksts, tēmas, īss saturiskais ieskats, atslēgas vārds, tekstu pasniegšanas metodes (intervijas ar labas gribas vēstnešiem, intervijas ar pakalpojuma sniedzējiem, apraksts, salīdzinošais apskats, reportāža, utt.). Iespējamā fotomateriāla saraksts, īss apraksts.

2) Apraksts par āra reklāmas stendiem Rīgā: stendu dizainu sagatavošanas laika grafiks, iespējamo foto objektu saraksts, teksta atslēgas vārdi, cita svarīga informācija par izpildi, stendu izvietošanas vietas, izmēri, izvietošanas laika grafiks.

3) Apraksts par promoklipu sagatavošanu: klipu sagatavošanas laika grafiks, mērķauditorija, filmēšanai paredzēto populārāko tūrisma objektu/tūrisma produktu/pievilcīgo dabas skatu Latgales reģionā (Latvijā), Pleskavas apgabalā (Krievija) saraksts, teksta atslēgas vārdi, cita svarīga informācija par izpildi.

4) Apraksts par promoklipu pārraidīšanu: kanāli, pārraidīšanas laika grafiks.

5) Apraksts par reklāmas baneriem internetā: baneru dizainu sagatavošanas laika grafiks, mērķauditorija, teksta atslēgas vārdi, iespējamā vizuālā materiāla apraksts, cita svarīga informācija par izpildi, izvietošanas vietas, izmēri, izvietošanas laika grafiks.

6) Apraksts par radio promoklipu sagatavošanu: iespējamie klipa sagatavošanas risinājumi.

7) Apraksts par radio promoklipu pārraidīšanu: pārraidīšanas laika grafiks.

8) Apraksts par publikācijām Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos): izdevuma nosaukums, konkretizēts publikāciju ievietošanas laika grafiks, ievietošanas vieta izdevumā, mērķauditorija, aprakstāmo tūrisma objektu, tūrisma iespēju, labās prakses piemēru, jaunumu Latgalē un Pleskavā saraksts, tēmas, īss saturiskais ieskats, atslēgas vārds, tekstu pasniegšanas metodes (intervijas ar labas gribas vēstnešiem, intervijas ar pakalpojuma sniedzējiem, apraksts, salīdzinošais apskats, reportāža, utt.). Iespējamā fotomateriāla saraksts, īss apraksts.

9)Apraksts par promoklikiem Sanktpēterburgas radio: iespējamie klipa sagatavošanas risinājumi, pārraidīšanas laika grafiks. 10) Reklāmas baneri internetā Sanktpēterburgā: baneru dizainu sagatavošanas laika grafiks, mērķauditorija, teksta atslēgas vārdi, iespējamā vizuālā materiāla apraksts, cita svarīga informācija par izpildi, izvietojuma vietas, izmēri, izvietojuma laika grafiks. 11) Caurskatāms visu aktivitāšu realizēšanas laika grafiks vienotā tabulā (mēnešu griezumā). Koncepcija var tikt nebūtiski mainīta līguma izpildes laikā saskaņā ar Pasūtītāja norādījumiem.	
Citas prasības: 1. Visus ar autortiesībām saistītos jautājumus (t.sk., ar autortiesību objektu izmantošanu savos darbos) kārto un atbild par to Izpildītājs. 2. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu, kā arī uz foto materiālu, uz safilmēto materiālu un uz audio materiālu tiek nodotas Pasūtītājam.	

*- gadījumā, ja uzdevumu izpildei tiks piesaistīti apakšuzņēmēji, kuru sniedzamā pakalpojuma vērtība ir 20 % no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai lielāka, Pretendents Tehniskā piedāvājuma tabulā norāda katram šādam apakšuzņēmējam izpildei nododamo iepirkuma līguma daļu.

Pretendents	
Reģistrācijas Nr.	
Juridiskā adrese	
Faktiskā adrese	
Kontaktpersona	
Vārds, uzvārds	
Amats	
Paraksts	
Zīmogs	

FINANŠU PIEDĀVĀJUMA FORMA

Kam	Latgales plānošanas reģionam
Pretendents	
Adrese	
Datums	
Pretendenta kontaktpersona (vārds, uzvārds, amats, telefons)	
Citi uzņēmēji (uz kuru iespējām konkrētā līguma izpildei balstās Pretendents)	

Pretendents (*nosaukums*) piedāvā nodrošināt pakalpojumu atbilstoši publiskā iepirkuma „Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros”, Id.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI

tehniskajai specifikācijai un līguma projekta nosacījumiem par kopējo summu:

Izmaksu pozīcija*	Kopējā piedāvātā cena EUR (bez PVN)*	PVN EUR	Kopējā piedāvātā cena EUR (ar PVN)
Publikācijas Latvijas presē (drukātajos izdevumos)			
1. publikācijas izstrāde un izvietošana			
2. publikācijas izstrāde un izvietošana			
3. publikācijas izstrāde un izvietošana			
4. publikācijas izstrāde un izvietošana			
5. publikācijas izstrāde un izvietošana			
6. publikācijas izstrāde un izvietošana			
7. publikācijas izstrāde un izvietošana			
8. publikācijas izstrāde un izvietošana			
9. publikācijas izstrāde un izvietošana			
10. publikācijas izstrāde un izvietošana			
KOPĀ			
Āra reklāmas stendi Rīgā			
2 lielformāta reklāmas stendu izgatavošana un izvietošana Rīgā 2013. gada aprīlī – maijā.			
2 lielformāta reklāmas stendu izgatavošana un izvietošana Rīgā 2013. gada maijā– jūnijā			

KOPĀ:			
Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā			
Pirmo divu promoklipu sagatavošana			
Otro divu promoklipu sagatavošana			
KOPĀ:			
Promoklipu pārraidīšana Latvijā			
Pirmo divu promoklipu pārraidīšana			
Otro divu promoklipu pārraidīšana			
KOPĀ			
Reklāmas baneri internetā Latvijā			
Reklāmas banneru izstrāde un izvietošana 1.mēnesī			
Reklāmas banneru izvietošana 2. mēnesī			
Reklāmas banneru izvietošana 3. mēnesī			
Reklāmas banneru izvietošana 4. mēnesī			
KOPĀ			
Radio promoklipi Latvijā			
1. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
2. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
3. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
4. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
5. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
6. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
KOPĀ			
Publikācijas Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos)			
1. publikācijas izstrāde un izvietošana			
2. publikācijas izstrāde un izvietošana			
3. publikācijas izstrāde un izvietošana			

4.publikācijas izstrāde un izvietošana			
5.publikācijas izstrāde un izvietošana			
6.publikācijas izstrāde un izvietošana			
7.publikācijas izstrāde un izvietošana			
8.publikācijas izstrāde un izvietošana			
KOPĀ			
Promoklipi Sanktpēterburgas radio			
1. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
2. promoklipa sagatavošana un atskaņošana			
KOPA			
Reklāmas baneri internetā Sanktpēterburgā			
Reklāmas banneru izstrāde un izvietošana 1.mēnesī			
Reklāmas banneru izvietošana 2. mēnesī			
Reklāmas banneru izvietošana 3. mēnesī			
Reklāmas banneru izvietošana 4. mēnesī			
KOPĀ			
PAVISAM KOPĀ			

*- gadījumā, ja uzdevumu izpildei tiks piesaistīti apakšuzņēmēji, kuru sniedzamā pakalpojuma vērtība ir 20 % no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai lielāka, Pretendents Finanšu piedāvājuma tabulā norāda katram šādam apakšuzņēmējam izpildei nododamo iepirkuma līguma daļas summa.

Paraksts

Vārds, uzvārds

Amats, pilnvarojums

Pieteikums sastādīts un parakstīts 2013.gada “___”.

Z.V.

(Ja piedāvājumu iesniedz personu grupa, piedāvājumu paraksta pilnvarotā persona.)

Pretendenta sniegto līdzīgo pakalpojumu saraksts (par 3 iepriekšējiem gadiem)

Nr.	Informācija par pakalpojumu saņēmēju, norādot nosaukumu, adresi, kontaktpersonu un tās tālruni	Sniegtā pakalpojuma saturs/Programmas un projekta nosaukums un numurs (<i>ja attiecināms</i>)	Pakalpojuma sniegšanas laiks (no mm.gggg. līdz mm.gggg.)	Veikto pienākumu uzskaitījums
1.				
2.				
3.				

Pretendents	
Reģistrācijas Nr.	
Juridiskā adrese	
Faktiskā adrese	
Kontaktpersona	
Vārds, uzvārds	
Amats	
Paraksts	
Zīmogs	

CURRICULUM VITAE (CV) FORMA

Ekspertam mārketinga jomā

Vārds, uzvārds:	
Kontaktinformācija:	

IZGLĪTĪBA:*Pievienojiet diplomu kopijas.*

Laika periods	Izglītības iestādes nosaukums	Izglītība, iegūtais grāds / sertifikāts / apliecība

DARBA PIEREDZE:*Norādiet darba pieredzi, kura apliecina, ka esat piedalījies vismaz vienas mārketinga kampaņas rīcības plāna/koncepcijas izstrādē*

Laika periods	Darba vieta	Amats	Kampaņas mērķis, veiktie pienākumi

VALODAS:*Katrai valodai norādiet zināšanu līmeni: teicami, labi, viduvēji vai vāji.*

Valoda	Zināšanu līmenis		
	Runāt prasme	Rakstīt prasme	Lasīt prasme

APLIECINĀJUMS:

Es, apakšā parakstījies (-usies):

apliecinu, ka šī informācija pareizi raksturo mani, manu kvalifikāciju un pieredzi, piekrītu manu personas datu izmantošanai atklātā konkursā „Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros” Id.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI pretendenta pieteikuma izvērtēšanai, apliecinu, ka apņemos piedalīties līguma izpildē gadījumā, ja pretendentam (*nosaukums*) iepirkuma rezultātā tiks piešķirtas tiesības slēgt iepirkuma līgumu.

Vārds, uzvārds:	
Paraksts:	
Datums:	

TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA

atklātajam konkursam

"Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros”

Id.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI

Tehniskās prasības pretendenta liguma izpildei

Publikācijas Latvijas presē (drukātajos izdevumos)

1. Publikāciju skaits : 10 (latviešu un krievu valodā, ar nosacījumu, ka latviešu valodā ne mazāk kā 5 publikācijas)
2. Apjoms: vismaz 2000 zīmes katrā;
5. Publikācijā jābūt informācijai par tūrisma objektiem, tūrisma iespējām, labās prakses piemēriem, jaunumiem Latgalē un Pleskavā. Publikācijā jābūt arī fotomateriālam , kas attēlo ar tūrismu saistītos objektus, tūrisma iespējas, labās prakses piemērus, jaunumus Latgalē, Pleskavā vai priekšmetus , ainavas, lietas utt., kas saistās ar latgalisko un slāvisko garu un identitāti.
4. Publikācijām jābūt izvietotām lasītākajā nacionālajā presē latviešu un krievu valodā laika periodā no 2013. gada marta līdz 2013. gada decembrim, pārklājot visu norādīto periodu. Par pamatu lasītākās preses noteikšanai tiks ņemti vērā Pētījumu aģentūras TNS preses auditorijas pētījuma „Nacionālais Mediju Pētījums: Prese, Vasara 2012 veica no 2012. gada 14. maija līdz 2012. gada 5. augustam” rezultāti. Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto preses (drukāto izdevumu) nosaukumus, kur tiks ievietoti raksti.
5. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana.
6. Publikāciju saturs un ievietojamais fotomateriāls pirms publicēšanas jāsaskaņo ar Pasūtītāju.
7. Publikācijas makets – izvilks no izdevuma maketa jāsaskaņo ar Pasūtītāju.
8. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par publikācijām, jāiesniedz publikāciju 1 oriģināls un 1 kopija.
9. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.

Āra reklāmas stendi Rīgā

1. Fotosesijas organizēšana projekta teritorijā (Latgales un Pleskavas reģions). Fotogrāfiju izgatavošana atbilstošā kvalitātē, kas paredzētas āra lielformāta reklāmu un stendu maketu izgatavošanai. Fotogrāfijas tiek nodotas Pasūtītājam elektroniskā formātā. Piegādāto fotogrāfiju skaits pirms atlases - 80 gab.
2. Āra reklāmas kampaņas vizuālās koncepcijas un dizaina izstrāde (4 koncepcijas, 4 dizaini stendiem Rīgā), saskaņā ar Pretendenta piedāvāto eksponēšanas vietu izmēriem un tehniskajām prasībām;
3. Lielformāta āra reklāmas kampaņas nodrošināšana (pilns serviss, ieskaitot plānošanu, saskaņošanu, druku, montāžu, demontāžu un eksponēšanas nodrošināšanu, kā arī atskaides

sagatavošanu ar fotofiksācijām).

4. Kopējā vienā laikā izvietojamo 2 stendu platība: vismaz 80 – 100 kvadrātmetri (viena stenda platība ne mazāka par 40 kvadrātmetriem). Visa pasūtījuma laikā tiek izvietoti 4 stendi (2+2).

5. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana

Āra reklāmas izvietojšanas nosacījumi:

3. 2 lielformāta reklāmas stendi izvietoti vienlaicīgi Rīgā katrs vismaz 6 (sešu) nedēļu (1,5 mēnešu) garumā 2013. gada aprīlī – maijā. Viena eksponēšanas vieta Starptautiskās lidostas „Rīga” teritorija vai pievadceļš (P133) no Kārļa Ulmaņa gatves uz Starptautisko lidostu “Rīga”, Otrs reklāmas stends izvietojams Rīgā vai uz lielākajiem pievadceļiem Rīgas apkārtnē. Stendiem jābūt perpendikulāri ceļam, labi saredzamiem no braucamās daļas. Stendiem jābūt apgaismotiem diennakts tumšajā laikā un jābūt labi saskatāmām visām tā daļām, attēlam jābūt pastāvīgam (nemijas ar citu reklāmu) 24 stundas diennaktī.

2. 2 lielformāta reklāmas stendi izvietoti vienlaicīgi Rīgā katrs vismaz 6 (sešu) nedēļu (1,5 mēneši) garumā 2013. gada jūnijā- jūlijā, reklāmas izvietojamas Rīgā vai uz lielākajiem pievadceļiem Rīgas apkārtnē (citās vietās kā tiek eksponēti pirmie divi stendi). Stendiem jābūt perpendikulāri ceļam, labi saredzamiem no braucamās daļas. Stendiem jābūt apgaismotiem diennakts tumšajā laikā un jābūt labi saskatāmām visām tā daļām, attēlam jābūt pastāvīgam (nemijas ar citu reklāmu) 24 stundas diennaktī.

3. Visu stendu izvietojšanas minimālais ilgums pavisam kopā 4 stendiem sastāda 24 (divdesmit četras) nedēļas. Pretendentam piedāvājumā jānorāda piedāvātā izvietojšanas vieta un ilgums, kas nevar būt īsāks par 24 (divdesmit četrām) nedēļām.

4. Stendu dizains jāaskaņo ar Pasūtītāju

5. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par stendu izvietojšanu, jāiesniedz katra stenda vismaz 4 krāsaini fotouzņēmumi, kuros skaidri redzams stendu izvietojums. Jāiesniedz stendu turētāju apliecinājums par stendu izvietojšanas vietu un laiku.

6. Visas fotografijas, kas tiks safilmētas fotosesijas laikā uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. Visas autora mantiskās tiesības uz fotogrāfijām ar pieņemšanas-nodošanas akta parakstīšanu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.

Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā

1. 4 promoklipu sagatavošana (2 promoklipi latviešu valodā un 2 promoklipi krievu valodā) ar mērķi popularizēt atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā ziemas un vasaras sezonās.

2. Katra promoklipa garums – ne mazāk kā 30 sekundes un ne vairāk kā 60 sekundes.

3. Promoklips latviešu valodā ietver Latgales reģiona (Latvija), Pleskavas apgabala (Krievija) video materiālu, audio materiālu latviešu valodā. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana grafiskā veidā.

4. Promoklips krievu valodā ietver Latgales reģiona (Latvija), Pleskavas apgabala (Krievija) video materiālu, audio materiālu krievu valodā. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana grafiskā veidā.

5. Promoklipa veidošanai nepieciešams veikt populārāko tūrisma objektu/tūrisma produktu/pievilcīgo dabas skatu filmēšanu Latgales reģionā (Latvijā), Pleskavas apgabalā (Krievija). Filmēšanas vietas jāsaskaņo ar pasūtītāju.

6. Video sižetu montāžā var tikt izmantoti grafiskie elementi – titri latviešu un krievu valodā, kas nodrošina filmēšanas objektu atpazīstamību vai izceļ emocijas, atspoguļo Latgales un Pleskavas tūrisma tēlu.

7. Jānodrošina promoklipa scenārija izveide, režisora un operatora darbs izbraukumā, nepieciešamais papildu aprīkojums (gaismas), montāža un gatavā materiāla sagatavošana ar atbilstošajiem profesionālajiem standartiem trim tālākās izmantošanas risinājumiem - izvietošana internetā, DVD ieraksts un pārraidīšana televīzijā, saskaņā ar reklāmas klipu tehniskā specifikācijas prasībām un dinamiskās reklāmas parametru iesniegšanai.

8. Visus materiālus, kas tiks safilmēti promoklipa izveidošanai, uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam. Visas autora mantiskās tiesības uz izgatavoto promoklipu, kā arī uz visiem promoklipa izveidošanai safilmētajiem materiāliem, ar pieņemšanas-nodošanas akta parakstīšanu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.

9. Obligāta scenārija (plānota video un audio materiāla) iepriekšēja saskaņošana ar pasūtītāju vismaz 2 nedēļas pirms filmēšanas uzsākšanas, kā arī gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju nedēļu pirms raisīšanas uzsākšanas.

10. Pirmie divi promoklipi (1 latviešu un 1 krievu valodā), kas atspoguļo ziemas sezonu, jāgatavo noteiktajā apjomā ne ilgāk kā astoņu nedēļu laikā no līguma noslēgšanas datuma. Otrie divi promoklipi (1 latviešu un 1 krievu valodā), kas atspoguļo vasaras sezonu, jāgatavo noteiktajā apjomā ne ilgāk kā līdz 2013. gada 14.jūnijam.

11. Tehniskās prasības:

11.1. Konteineris: MP4

11.2. Kodējums: H.264

11.3. Izšķirtspēja: 1920x1080 (1.0 square pixels, progressive scan)

11.4. Josla: 10MB/s VBR

11.5. Audio kodējums: AAC

11.6. Audio parametri: Stereo, 48000Hz, 16-bit

Promoklipu pārraidīšana Latvijā

1. Divus promoklipus (vienu latviešu valodā un vienu krievu valodā) par atpūtas iespējām tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā ziemas sezonā jāpāraida laika periodā no 01.11.2013 līdz 15.12.2013. Katra promoklipa pārraidīšanas laiks – 24 reizes (12 reizes latviešu valodā, 12 reizes krievu valodā). Jāpāraida vienā no latviešu valodas un vienā no krievu valodas 10 (desmit) skatītākajiem kanāliem, balstoties uz TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012.gada septembrī datiem (<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952>).

2. Divus promoklipus (vienu latviešu valodā un vienu krievu valodā) par atpūtas iespējām tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā vasaras sezonā jāizvieto laika periodā no 01.05.2013 līdz 01.07.2013. Katra promoklipa pārraidīšanas laiks – 24 reizes (12 reizes latviešu valodā, 12 reizes krievu valodā). Jāpārraida vienā no latviešu valodas un vienā no krievu valodas 10 (desmit) skatītākajiem kanāliem, balstoties uz TNS pētījuma TV kanālu auditorijas 2012.gada septembrī datiem (<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952>).

3. Promoklipa pārraidīšanas ilgumam pilnīgi jāsakrīt ar piedāvājumā piedāvāto sagatavotā promoklipa garumu.

4. Promoklipa pārraidīšanas precīzo datumu un promoklipa pārraidīšanas grafika obligāta iepriekšēja saskaņošana ar pasūtītāju .

5. Visiem promoklipiem jābūt pārraidītiem darba dienās TV prime time – 19:00 līdz 21:30. Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto kanālu nosaukumus, kur tiks pārraidīti promoklipi.

6. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz TV kanālu izdrukā par klipu pārraidīšanas laikiem, kā arī TV promoklipa ierakstu (iekļaujot tajā 3 min pirms klipa un 3 min pēc klipa pārraidīto).

Reklāmas baneri internetā (dizains, izveide, izvietošana)

1. Izpildītājam jāveic atbilstoša formāta Latgales (Latvija) un Pleskavas apgabala (Krievija) reklāmas banneru izstrāde atbilstoši Pretendenta piedāvājumam, mūsdienu reklāmas tendencēm un pasūtītāja prasībām (saskaņojot ar to);

2. Reklāma jāizvieto divos no pēc TNS pētījuma “Interneta vietņu TOP20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. Gada pavasarī” datiem (<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3884>) desmit populārāko Latvijas interneta portālu pirmajās lapās, atbilstošu reklāmas karogu veidā, atbilstoši šādiem nosacījumiem:

Pastāvīga reklāmas vieta. Reklāmas banneris atrodas portāla sākumlapā. Bannera izmērs ne mazāk 250x400pix. Bannerim jāparādās pastāvīgi katru dienu 4 mēnešu garumā bez rotācijas ar citām reklāmām (laika periodā no 2013. gada 1. aprīļa līdz 2013. gada 1.augustam). Bannerim jābūt izvietotam gan latviešu, gan krievu valodas portālu versijās. Banerim ir jāizveido tiešsaiste ar Latgales Tūrisma aktuālo informāciju (mājas lapu www.latgale.lv)

Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda divus piedāvāto interneta portālu nosaukumus, kur tiks ievietoti banneri.

3. Banneru dizainu jāaskaņo ar Pasūtītāju.

4. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana.

5. Iesniedzot Pasūtītājm pieņemšanas - nodošanas aktu par banneru izvietošānu, jāiesniedz banera izvietotāju izziņa par banneru izvietošānas laika periodu.

Radio promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Latvijā

1. Promoklips ietver audio materiālu ar muzikālo pavadījumu, kas reklamē projekta aktivitātes un popularizē atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā. Tēmas atbilstoši projekta aktivitātēm paziņos pasūtītājs ne vēlāk kā 5 nedēļas līdz atskaņošanai (piemēram: reklāma dalībai tūrisma izstādē)
2. Promoklipu daudzums – 6 klipi (3 latviešu valodā un 3 krievu valodā)
3. Promoklipa ilgums – ne mazāks par 20 sekundēm.
4. Tehniskās promoklipa prasības - Vidējais skaņas blīvums (RMS) = -16dB, fade in = 50mlsek, fade out = 150mlsek, formāts = .wav
5. Obligāta klipa scenārija, ierunātāja gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju ne vēlāk kā nedēļu pirms raidīšanas uzsākšanas.
6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana
7. Visus promoklipus uz Izpildītāja elektroniskā datu nesēja jānodod Pasūtītājam.
- 8 Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par promoklipu nodošanu visas autora mantiskās tiesības un pierakstītais materiāls tiek nodotas Latgales plānošanas reģionam.

Promoklipu pārraidīšana radio Latvijā

1. Promoklipi jāpārraida divos (vienā- latviešu valodā, vienā- krievu valodā) pēc statistikas klausītākajos radio Latvijā, kuri ietilps pirmajos top 10 pamatojoties uz TNS pētījuma “Radio staciju sarindojums pēc kopējās nedēļas auditorijas (Reach) Latvijā 2012. gada pavasarī un vasarā” vasaras laikā. Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto radio nosaukumus, kur tiks atskaņoti promoklipi.
2. Viena klipa pārraidīšanas skaits – ne mazāk kā 15 reizes. Visiem klipiem jābūt pārraidītiem radio prime-time 11:00 līdz 16:00.
3. Promoklipa pārraidīšanas ilgumam pilnīgi jāsakrīt ar piedāvājumā piedāvāto sagatavotā promoklipa garumu.
4. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz radio kanālu izdruku par klipu pārraidīšanas laikiem.

Publikācijas Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos)

1. Publikāciju skaits : 8
2. Apjoms: vismaz 1000 zīmes katrā;
5. Publikācijā jābūt informācijai par tūrisma objektiem, tūrisma iespējām, labās prakses piemēriem, jaunumiem Latgalē un Pleskavā. Publikācijā jābūt arī fotomateriālam , kas attēlo ar tūrismu saistītos objektus, tūrisma iespējas, labās prakses piemērus, jaunumus Latgalē, Pleskavā vai priekšmetus , ainavas, lietas utt., kas saistās ar latgalisko un slāvisko garu un identitāti.
4. Publikācijām jābūt izvietotām lasītākajā Sanktpēterburgas presē balstoties uz TNS pētījuma datiem sadaļā - nedēļas avīzes, reģions – Krievija – Maskava - Sanktpēterburga, 2012. gada marts – jūlijs (<http://www.tns->

global.ru/rus/data/ratings/press/index.wbp?press.action=search&press.regionId=68CDA84F-6158-4F7C-A36A-7DAF207B88E1&press.regionId=C27FFFD9-CC9B-4AD1-B826-00B2CDE2B4AB&press.regionId=C9838420-042B-4B9E-B7A8-F228DB27C8E1&press.periodId=2D4D325D-BD9E-4A07-88E6-1151E6229751&press.smiId=81D642D7-33B9-4BFA-BEF8-8986ACC07021)

kuru lasa ne mazāk kā 202.2 tūkst. Lasītāju, balstoties uz minētā pētījuma datiem, laika periodā no 2013. gada marta līdz 2013. gada novembrim. Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto preses (drukāto izdevumu) nosaukumus, kur tiks ievietoti raksti.

5. Publikāciju saturs pirms publicēšanas jāaskaņo ar Pasūtītāju.

6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana

7. Publikāciju saturs un ievietojamais fotomateriāls pirms publicēšanas jāaskaņo ar Pasūtītāju.

8. Publikācijas makets – izvilums no izdevuma maketa jāaskaņo ar Pasūtītāju.

9. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par publikācijām, jāiesniedz publikāciju 1 oriģināls un 1 kopija.

10. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu tiek nodotas Pasūtītājam un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.

Promoklipu sagatavošana pārraidīšanai Sanktpēterburgas radio

1. Promoklips ietver audio materiālu, kas reklamē projekta aktivitātes un popularizē atpūtas iespējas tūrisma galamērķos Latgalē un Pleskavas apgabalā. Tēmas atbilstoši projekta aktivitātēm paziņos pasūtītājs ne vēlāk kā 5 nedēļas līdz atskaņošanai (piemēram: reklāma dalībai tūrisma izstādē)

2. Promoklipu daudzums – 2 dažādi klipi (krievu valodā)

3. Promoklipa ilgums – ne mazāks par 20 sekundēm.

4. Tehniskās promoklipa prasības - Vidējais skaņas blīvums (RMS) = -16dB, fade in = 50mlsek, fade out = 150mlsek, formāts = .wav

5. Obligāta klipa scenārija, ierunātāja, gatavā klipa saskaņošana ar pasūtītāju ne vēlāk kā nedēļu pirms raidīšanas uzsākšanas.

6. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura un frāžu iekļaušana.

Promoklipu pārraidīšana Sanktpēterburgas radio

1. Promoklipi jāpārdaida pēc statistikas vienā no 11 klausītākajiem radio Sanktpēterburgā saskaņā ar TNS pētījumu datiem (<http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/index.wbp?radio.action=search&radio.regionId=F8577FC3-3701-4FBC-8468-2F468FE8CF96&radio.periodId=B9DBD2BF-5EAD-497B-8DD5-3EB686718232>). Viena klipa pārraidīšanas skaits – ne mazāk kā 15 reizes. Visiem klipiem jābūt pārraidītiem radio prime-time 11:00 līdz 16:00. Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda piedāvāto radio nosaukums, kur tiks atskaņoti promoklipi.

2. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par promoklipu pārraidīšanu, jāiesniedz radio kanālu izdrukku par klipu pārraidīšanas laikiem.

Reklāmas banneri internetā Sanktpēterburgā (dizains, izveide, izvietošana)

1. Izpildītājam jāveic atbilstoša formāta Latgales (Latvija) un Pleskavas apgabala (Krievija) reklāmas benneru izstrāde atbilstoši iesniegtajai koncepcijai, mūsdienu reklāmas tendencēm un pasūtītāja prasībām (saskaņojot ar to);
2. Reklāma jāizvieto divos no pēc statistikas populāros interneta portālos Sanktpēterburgā pamatojoties uz TNS pētījuma datiem <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index/> (interneta vietnēs, kuras apmeklē ne mazāk kā 16 % no kopējā Sanktpēterburgas interneta lietotāju skaita vecumā no 12 līdz 54 gadiem).

pirmajās lapās krievu valodā, atbilstošu reklāmas karogu veidā, atbilstoši šādiem nosacījumiem:

Pastāvīga reklāmas vieta. Reklāmas banneris atrodas portāla sākumlapā. Bannera izmērs ne mazāk 250x400pix. Bannerim jāparādās pastāvīgi katru dienu 4 mēnešu garumā bez rotācijas ar citām reklāmām (laika periodā no 2013. gada 1. aprīļa līdz 2013. gada 1.augustam).

Pretendentam piedāvājumā obligāti jānorāda divu piedāvāto interneta portālu nosaukumus, kur tiks ievietoti banneri.

3. Banneru dizainu jāsaskaņo ar Pasūtītāju.
4. Obligāta prasība ir atbilstības ievērošana Igaunijas, Latvijas un Krievijas pārrobežu sadarbības programmas Eiropas kaimiņattiecību un partnerības instruments 2007 – 2013. gadam vizuālās identitātes prasībām: projekta nosaukuma, numura, programmas logo un frāžu iekļaušana
5. Iesniedzot Pasūtītājam pieņemšanas - nodošanas aktu par banneru izvietošanu, jāiesniedz bannera izvietotāju izziņa par banneru izvietošanas laika periodu.

Izstrādāt un saskaņot ar Pasūtītāju mārketinga kampaņas realizēšanas plānu ne vēlāk kā 2 nedēļas no līguma noslēgšanas brīža. Tajā jāapraksta plānotās ieceres, jāpiedāvā radošs un inovatīvs komunikācijas risinājums, kurā būt ietverti:

1) Apraksts par publikācijām Latvijas presē (drukātajos izdevumos): izdevuma nosaukums, konkretizēts publikāciju ievietošanas laika grafiks, ievietošanas vieta izdevumā, mērķauditorija, aprakstāmo tūrisma objektu, tūrisma iespēju, labās prakses piemēru, jaunumu Latgalē un Pleskavā saraksts, tēmas, īss saturiskais ieskats, atslēgas vārds, tekstu pasniegšanas metodes (intervijas ar labas gribas vēstnešiem, intervijas ar pakalpojuma sniedzējiem, apraksts, salīdzinošais apskats, reportāža, utt.). Iespējamā fotomateriāla saraksts, īss apraksts.

2) Apraksts par āra reklāmas stendiem Rīgā: stendu dizainu sagatavošanas laika grafiks, iespējamo foto objektu saraksts, teksta atslēgas vārdi, cita svarīga informācija par izpildi, stendu izvietošanas vietas, izmēri, izvietošanas laika grafiks.

3) Apraksts par promoklipu sagatavošanu: clipu sagatavošanas laika grafiks, mērķauditorija, filmēšanai paredzēto populārāko tūrisma objektu/tūrisma produktu/pievilcīgo dabas skatu Latgales reģionā (Latvijā), Pleskavas apgabalā (Krievija) saraksts, teksta atslēgas vārdi, cita svarīga informācija par izpildi.

4) Apraksts par promoklipu pārraidīšanu: kanāli, pārraidīšanas laika grafiks.

5) Apraksts par reklāmas baneriem internetā: baneru dizainu sagatavošanas laika grafiks, mērķauditorija, teksta atslēgas vārdi, iespējamā vizuālā materiāla apraksts, cita svarīga informācija par izpildi, izvietošanas vietas, izmēri, izvietošanas laika grafiks.

6) Apraksts par radio promoklipu sagatavošanu: iespējamie klipa sagatavošanas risinājumi.

7) Apraksts par radio promoklipu pārraidīšanu: pārraidīšanas laika grafiks.

8) Apraksts par publikācijām Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos): izdevuma nosaukums, konkretizēts publikāciju ievietošanas laika grafiks, ievietošanas vieta izdevumā, mērķauditorija, aprakstāmo tūrisma objektu, tūrisma iespēju, labās prakses piemēru, jaunumu Latgalē un Pleskavā saraksts, tēmas, īss saturiskais ieskats, atslēgas vārds, tekstu pasniegšanas metodes (intervijas ar labas gribas vēstnešiem, intervijas ar pakalpojuma sniedzējiem, apraksts, salīdzinošais apskats, reportāža, utt.). Iespējamā fotomateriāla saraksts, īss apraksts.

9) Apraksts par promoklipiem Sanktpēterburgas radio: iespējamie klipa sagatavošanas risinājumi, pārraidīšanas laika grafiks.

12) Reklāmas baneri internetā Sanktpēterburgā: baneru dizainu sagatavošanas laika grafiks, mērķauditorija, teksta atslēgas vārdi, iespējamā vizuālā materiāla apraksts, cita svarīga informācija par izpildi, izvietojuma vietas, izmēri, izvietojuma laika grafiks.

13) Caurskatāms visu aktivitāšu realizēšanas laika grafiks vienotā tabulā (mēnešu griezumā).

Koncepcija var tikt nebūtiski mainīta līguma izpildes laikā saskaņā ar Pasūtītāja norādījumiem.

Citas prasības:

1. Visus ar autortiesībām saistītos jautājumus (t.sk., ar autortiesību objektu izmantošanu savos darbos) kārto un atbild par to Izpildītājs.
2. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu, kā arī uz foto materiālu, uz safilmēto materiālu un uz audio materiālu tiek nodotas Pasūtītājam.

**Pretendenta personu grupā ietilpstošā dalībnieka/personālsabiedrības
dalībnieka/apakšuzņēmēja
apliecinājums
par gatavību iesaistīties līguma izpildē**

Ar šo _____ (<personu apvienībā ietilpstošā dalībnieka/
personālsabiedrības dalībnieka /apakšuzņēmēja nosaukums >)apņemas

strādāt pie iepirkuma līguma „____” nosaukums ID numurs” izpildes kā pretendenta <Pretendenta nosaukums> personu apvienības dalībnieks / vai / apakšuzņēmējs <atstāt vajadzīgo>, gadījumā, ja ar šo pretendentu tiks noslēgts iepirkuma līgums.

Šī apņemšanās nav atsaucama, izņemot, ja iestājas ārkārtas apstākļi, kurus nav iespējams paredzēt iepirkuma laikā, par kuriem _____ (<personu apvienībā ietilpstošā dalībnieka/apakšuzņēmēja nosaukums > (<atstāt vajadzīgo>)) apņemas nekavējoties informēt pasūtītāju.

Personu apvienībā ietilpstošā uzņēmuma/apakšuzņēmēja nosaukums (<atstāt vajadzīgo>)	
Pilnvarotās personas vārds, uzvārds, amats	
Paraksts	
Datums	

Pretendenta vai pilnvarotās personas vārds, uzvārds, paraksts

Datums

LĪGUMS Nr. _____
„Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR)
(Nr.ELRI-129) ietvaros”

Daugavpilī, ____ . gada *dat. mēn.*

Latgales plānošanas reģions, reģistrācijas Nr.90002181025, juridiskā adrese Atbrīvošanas aleja 95, Rēzekne, LV-4601, turpmāk tekstā „PASŪTĪTĀJS”, personā, kurš rīkojas saskaņā ar Latgales plānošanas reģiona Nolikumu, no vienas puses, un

<Izpildītāja nosaukums>, <vienotās reģistrācijas numurs>, <juridiskā adrese>, tās <pilnvarotā pārstāvja vārds, uzvārds> personā, kurš darbojas uz <dokumenta nosaukums> pamata (turpmāk tekstā – IZPILDĪTĀJS), no otras puses, saskaņā ar publiskā iepirkuma „Mārketinga pasākumu nodrošināšana projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros” Id.Nr. LPR/2012/23/T/ENPI (turpmāk tekstā - iepirkums) rezultātiem,

noslēdz līgumu par sekojošo (turpmāk tekstā - Līgums):

1. Līguma priekšmets

1.1. PASŪTĪTĀJS uzdod un IZPILDĪTĀJS apņemas ar saviem intelektuālajiem, materiālajiem un tehniskajiem līdzekļiem, ievērojot šī Līguma noteikumus un saskaņā ar Tehnisko specifikāciju (Līguma 1.pielikums) un Līguma 2.pielikumā norādītajām cenām nodrošināt mārketinga pasākumus projekta „Tour de Latgale and Pskov” (TOUR) (Nr.ELRI-129) ietvaros (turpmāk tekstā saukts – PAKALPOJUMS).

2. PAKALPOJUMA nodošanas - pieņemšanas kārtība

2.1. IZPILDĪTĀJS apņemas PAKALPOJUMU uzsākt uzreiz pēc Līguma parakstīšanas un nodrošināt līdz 2013.gada 16.decembrim.

2.2. PAKALPOJUMS tiek nodots pa daļām ar pieņemšanas- nodošanas aktiem, pavisam 29 (divdesmit deviņi) pieņemšanas- nodošanas akti:

2.2.1. 5 (pieci) pieņemšanas- nodošanas akti par publikācijām Latvijas presē (drukātajos izdevumos):

2.2.1.1. 1. un 2. publikācijas izstrāde un ievietošana;

2.2.1.2. 3. un 4. publikācijas izstrāde un ievietošana;

2.2.1.3. 5. un 6. publikācijas izstrāde un ievietošana;

2.2.1.4. 7. un 8. publikācijas izstrāde un ievietošana;

2.2.1.5. 9. un 10. publikācijas izstrāde un ievietošana;

2.2.2 2 (divi) pieņemšanas- nodošanas akti par āra reklāmas stendiem Rīgā:

2.2.2.1. 2 lielformāta reklāmas stendu izgatavošana un izvietošana Rīgā 2013. gada aprīlī – maijā;

2.2.2.2. 2 lielformāta reklāmas stendu izgatavošana un izvietošana Rīgā 2013. gada maijā– jūnijā;

2.2.3. 2 (divi) pieņemšanas- nodošanas akti par TV promoklipu sagatavošanu pārraidīšanai Latvijā:

2.2.3.1. Pirmo divu promoklipu sagatavošana;

2.2.3.2. Otro divu promoklipu sagatavošana.

2.2.4. 2 (divi) pieņemšanas- nodošanas akti par TV promoklipu pārraidīšanu Latvijā:

2.2.4.1. Pirmo divu promoklipu pārraidīšana;

2.2.4.2. Otro divu promoklipu pārraidīšana.

2.2.5. 2 (divi) pieņemšanas- nodošanas akti par reklāmas banneriem internetā Latvijā:

2.2.5.1. Reklāmas banneru izstrāde un izvietošana 1.mēnesī un 2. mēnesī;

2.2.5.2. Reklāmas banneru izvietošana 3.mēnesī un 4. mēnesī;

2.2.6. 6 (seši) pieņemšanas- nodošanas akti par radio promokliem Latvijā:

- 2.2.6.1. 1. promoklipa sagatavošana un atskaņošana;
- 2.2.6.2. 2. promoklipa sagatavošana un atskaņošana;
- 2.2.6.3. 3. promoklipa sagatavošana un atskaņošana;
- 2.2.6.4. 4. promoklipa sagatavošana un atskaņošana;
- 2.2.6.5. 5. promoklipa sagatavošana un atskaņošana;
- 2.2.6.6. 6. promoklipa sagatavošana un atskaņošana.

2.2.7. 4 (četri) pieņemšanas- nodošanas akti par publikācijām Sanktpēterburgas (Krievija) presē (drukātos izdevumos):

- 2.2.7.1. 1. un 2. publikācijas izstrāde un ievietošana;
- 2.2.7.2. 3. un 4. publikācijas izstrāde un ievietošana;
- 2.2.7.3. 5. un 6. publikācijas izstrāde un ievietošana;
- 2.2.7.4. 7. un 8. publikācijas izstrāde un ievietošana;

2.2.8. 2 (divi) pieņemšanas- nodošanas akti par promokliem Sanktpēterburgas radio:

- 2.2.8.1. 1. promoklipa sagatavošana un atskaņošana;
- 2.2.8.2. 2. promoklipa sagatavošana un atskaņošana.

2.2.9. 4 (četri) pieņemšanas- nodošanas akti par reklāmas baneriem internetā Sanktpēterburgā:

- 2.2.9.1. Reklāmas banneru izstrāde un izvietošana 1.mēnesī;
- 2.2.9.2. Reklāmas banneru izvietošana 2. mēnesī;
- 2.2.9.3. Reklāmas banneru izvietošana 3. mēnesī;
- 2.2.9.4. Reklāmas banneru izvietošana 4. mēnesī.

2.3. PASŪTĪTĀJS 10 (desmit) darba dienu laikā no nodošanas - pieņemšanas akta par izpildītu PAKALPOJUMA daļu saņemšanas:

2.3.1. pieņem no IZPILDĪTĀJA PAKALPOJUMA daļu, parakstot pieņemšanas - nodošanas aktu un iesniedz vienu tā eksemplāru IZPILDĪTĀJAM;

2.3.2. vai rakstiski izklāsta visus savus iebildumus, pretenzijas, nepieciešamos papildinājumus un labojumus par PAKALPOJUMA izpildi, un iesniedz IZPILDĪTĀJAM parakstītu pretenziju. Šādā gadījumā:

2.3.2.1. Puses sastāda un paraksta aktu, kurā vienojas par pasākumiem, kas veicami attiecībā uz nekvalitatīvo PAKALPOJUMU vai tā daļas trūkumu novēršanu un labojumu izdarīšanu tajā atbilstoši PASŪTĪTĀJA prasībām un to izpildes termiņiem. IZPILDĪTĀJAM ir pienākums aktā noteiktajos termiņos nodrošināt nepieciešamo pasākumu veikšanu attiecībā uz nekvalitatīvo PAKALPOJUMU vai tā daļu;

2.3.2.2. pēc nepieciešamo pasākumu veikšanas attiecībā uz nekvalitatīvo PAKALPOJUMU vai tā daļu IZPILDĪTĀJS atkārtoti iesniedz PAKALPOJUMU PASŪTĪTĀJAM atbilstoši šī Līguma 2.2.punktam, kas veic tā saskaņošanu atbilstoši šī Līguma 2.3. punktā noteiktajai kārtībai.

2.4. IZPILDĪTĀJAM ir pienākums patstāvīgi segt visas izmaksas, kas tam radušās saistībā ar papildinājumiem un labojumiem, kas veicami saskaņā ar PASŪTĪTĀJA norādījumiem attiecībā uz nekvalitatīvi sagatavoto PAKALPOJUMU, par kuru atbilstoši šī Līguma 2.3.2.apakšpunktā noteiktajai kārtībai ir izvirzītas pretenzijas.

3. Līgumcena un norēķinu kārtība

3.1. Līgumcena sastāda EUR XXXX (XXXXXXXX), neskaitot PVN. PVN 21% ir EUR XXXX (XXXXXXXX). Līguma summa pavisam kopā sastāda EUR XXXX (XXXXXXXX).

3.2. Šī Līguma 3.1.apakšpunktā norādītā līgumcena ir maksimālā summa, kāda var tikt samaksāta IZPILDĪTĀJAM saskaņā ar šo Līgumu.

3.3.PASŪTĪTĀJS samaksā IZPILDĪTĀJAM par PAKALPOJUMU 20 (divdesmit) dienu laikā pēc attiecīgā Pušu pieņemšanas – nodošanas akta abpusējas parakstīšanas un IZPILDĪTĀJA rēķina saņemšanas dienas.

3.4. Samaksa par Līgumā noteikto PAKALPOJUMU tiek veikta eiro (EURO), pārskaitot naudu uz IZPILDĪTĀJA norādīto bankas norēķinu kontu.

3.5. Visi ar PAKALPOJUMA veikšanu saistītie izdevumi, kas IZPILDĪTĀJAM rodas, nodarbinot PAKALPOJUMA izpildē iesaistīto personālu un ekspertus, ir iekļauti šī Līguma 2.pielikumā norādītajās cenās.

4. Pušu tiesības un pienākumi

4.1. PASŪTĪTĀJA pienākumi:

- 4.1.1. ievērot šī Līguma noteikumus, iespēju robežās nodrošināt IZPILDĪTĀJU ar visu informāciju, kas nepieciešama šī Līguma izpildei, kā arī nodrošināt PASŪTĪTĀJA atbildīgo darbinieku līdzdalību šī Līguma izpildē, lai nodrošinātu pienākumu izpildi no PASŪTĪTĀJA puses;
- 4.1.2. saskaņā ar šajā Līgumā noteikto kārtību izskatīt IZPILDĪTĀJA sagatavoto PAKALPOJUMU atbilstību šī Līgumā noteiktajām prasībām un sniegt attiecīgus komentārus un papildinājumus vai pretenzijas šajā Līgumā noteiktajā kārtībā;
- 4.1.3. saskaņā ar šajā Līgumā noteikto kārtību pieņemt IZPILDĪTĀJA atbilstoši šī Līguma prasībām izpildīto PAKALPOJUMU un veikt par to samaksu;
- 4.1.4. veikt kontroli par šī Līguma izpildi. Šim mērķim var tikt pieaicināti speciālisti un eksperti.

4.2. IZPILDĪTĀJA pienākumi:

- 4.2.1. ievērot šī Līguma noteikumus;
- 4.2.2. darboties PASŪTĪTĀJA projekta vadītāja tiešā pakļautībā un pēc PASŪTĪTĀJA projekta vadītāja pieprasījuma sniegt PASŪTĪTĀJA pieprasīto informāciju rakstiski ne vēlāk kā 2 (divu) dienu laikā pēc attiecīga pieprasījuma saņemšanas no PASŪTĪTĀJA projekta vadītāja;
- 4.2.3. uzņemties atbildību par normatīvo aktu ievērošanu;
- 4.2.4. Pēc pieņemšanas- nodošanas akta abpusējas parakstīšanas par darbu nodošanu nodot Pasūtītajam visas autora mantiskās tiesības uz gatavo darbu, kā arī uz foto materiālu, uz safilmēto materiālu un uz audio materiālu un Izpildītājs nav tiesīgs izmantot tās.

4.3. Puses apņemas nekavējoties rakstveidā informēt viena otru par jebkādam grūtībām šī Līguma izpildes procesā, kas varētu aizkavēt savlaicīgu PAKALPOJUMA veikšanu un Līguma izpildi.

4.4. Puses apliecina, ka tām ir visas nepieciešamās pilnvaras un tiesības, lai slēgtu šo Līgumu, kā arī tām nav zināmi nekādi tiesiski vai faktiski šķēršļi vai iemesli, kas jebkādā veidā ietekmētu vai aizlieltu uzņemties šajā Līgumā minēto pienākumu izpildi.

4.5. IZPILDĪTĀJS apliecina, ka ir iepazinies ar šī Līguma noteikumiem un atzinis tos par saistošiem un izpildāmiem. IZPILDĪTĀJS apliecina, ka viņa rīcībā atrodas pietiekami daudz darbinieku un nepieciešamo materiālo resursu, kā arī citu līdzekļu, lai savlaicīgi un kvalitatīvi veiktu visus šajā Līgumā noteiktos pienākumus.

4.6. IZPILDĪTĀJS apliecina, ka tā darbinieki vai citas personas, kas ir vai būs iesaistīti šī Līguma izpildē ir vai tiks iepazīstināti ar nosacījumiem par konfidencialitāti pirms darba uzsākšanas.

4.7. Ja vienas Puses saistību izpildes nokavējums (tikai tāds nokavējums, kas ietekmē otras Puses spējas izpildīt savas saistības) liedz otrai Pusei veikt savlaicīgu saistību izpildi, termiņš otras Puses saistību izpildei tiek pagarināts par pirmās Puses nokavēto laikposmu. Pusei, kura prasa, lai minēto apstākļu dēļ tiktu pagarināts saistību izpildes termiņš, ir pienākums iesniegt pierādījumus, kuri apliecina otras Puses saistību izpildes nokavējuma faktu.

4.8. IZPILDĪTĀJA personālu, kuru PASŪTĪTĀJS iepirkuma procesā ir vērtējis un atzinis par atbilstošu, kā arī apakšuzņēmējus, uz kuru iespējām IZPILDĪTĀJS balstījies, lai apliecinātu savas kvalifikācijas atbilstību iepirkumā, IZPILDĪTĀJS var nomainīt tikai ar PASŪTĪTĀJA rakstveida piekrišanu. PASŪTĪTĀJS nepiekrīt šāda personāla un apakšuzņēmēju nomaiņai, ja pastāv kaut viens no nosacījumiem:

4.8.1. piedāvātais personāls vai apakšuzņēmējs neatbilst nolikumā noteiktajām prasībām;

4.8.2. tiek nomainīts apakšuzņēmējs, uz kura iespējām IZPILDĪTĀJS balstījies, lai apliecinātu savas kvalifikācijas atbilstību iepirkuma procedūras dokumentos noteiktajām prasībām, un piedāvātajam apakšuzņēmējam nav vismaz tāda pati kvalifikācija, uz kādu IZPILDĪTĀJS atsaucies, apliecinot savu atbilstību iepirkuma nolikumā noteiktajām prasībām;

4.8.3. uz piedāvāto apakšuzņēmēju attiecas kaut viens no Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmajā daļā minētajiem pretendentu izslēgšanas nosacījumiem.

4.9. IZPILDĪTĀJS var veikt apakšuzņēmēju, kuru sniedzamo pakalpojumu vērtība ir 20% no kopējās iepirkuma līguma vērtības vai vairāk (izņemot 4.8.apakšpunktā minētos gadījumus), nomaiņu vai arī vēlāku iesaistīšanu līguma izpildē ja IZPILDĪTĀJS par to paziņojis PASŪTĪTĀJAM un saņēmis PASŪTĪTĀJA rakstveida piekrišanu apakšuzņēmēja nomaiņai vai jauna apakšuzņēmēja iesaistīšanai Līguma izpildē. Pasūtītājs piekrīt apakšuzņēmēja nomaiņai vai jauna apakšuzņēmēja iesaistīšanai līguma izpildē, ja uz piedāvāto apakšuzņēmēju neattiecas Publisko iepirkumu likuma 39.panta pirmajā daļā minētie nosacījumi.

4.10. PASŪTĪTĀJS pieņem lēmumu atļaut vai atteikt personāla vai apakšuzņēmēju nomaiņu vai jaunu apakšuzņēmēju iesaistīšanu līguma izpildē ne vēlāk kā piecu darbdienu laikā pēc tam, kad saņēmis visu informāciju un dokumentus, kas nepieciešami lēmuma pieņemšanai.

5. Pušu sadarbība un pilnvarotās personas

5.1. Šī Līguma izpildei katra Puse nozīmē vienu vai vairākus pārstāvjus, kuru pienākums ir vadīt un sekot šī Līguma izpildei, tai skaitā pārbaudīt un pieņemt PAKALPOJUMU, informēt par šī Līguma izpildi gan savu, gan otru Pusi.

5.2. PASŪTĪTĀJA nozīmētais (-tie) pārstāvis (-vji): _____, tālrunis: _____, fakss: _____, e-pasta adrese: _____.

5.3. IZPILDĪTĀJA nozīmētais (-tie) pārstāvis (-vji): _____, tālrunis: _____, fakss: _____, e-pasta adrese: _____.

5.4. Pārstāvju nomaiņas gadījumā otra Puse par to tiek rakstveidā informēta 3 (trīs) darba dienu laikā.

5.5. Jebkurš oficiāls paziņojums, lūgums, pieprasījums vai cita informācija (izņemot tehniskas dabas informāciju) šī Līguma sakarā tiek iesniegta rakstveidā un tiek uzskatīta par iesniegtu vai nosūtītu tai pašā dienā, ja tā nosūtīta pa faksu vai oficiālo e-pasta adresi, vai nodota personīgi otrai Pusei, ko tas apstiprina ar parakstu. Ja paziņojums nosūtīts kā reģistrēts pasta sūtījums, tad uzskatāms, ka šāds sūtījums ir saņemts 7. (septītajā) dienā pēc tā nodošanas pastā. Visi paziņojumi Pusēm tiek nosūtīti uz šajā Līgumā norādītajām adresēm.

6. Līguma izpilde

6.1. IZPILDĪTĀJS ir izpildījis šī Līguma saistības pēc visu šajā Līgumā un tā pielikumos norādīto PAKALPOJUMU izpildes atbilstoši šī Līguma 2.1.punktā noteiktajiem nodošanas termiņiem, to saskaņošanas atbilstoši šī Līguma 2.2.punktā noteiktajai kārtībai un pieņemšanas, ko apliecina Pušu parakstīti pieņemšanas – nodošanas akti.

6.2. PASŪTĪTĀJS izpildījis šī Līguma saistības pēc šī Līguma 3.punktā noteikto maksājumu veikšanas.

7. Pušu atbildība

7.1. IZPILDĪTĀJS veic PAKALPOJUMU šajā Līgumā noteiktajā apjomā un termiņā un atbilstoši PASŪTĪTĀJA norādījumiem.

7.2. IZPILDĪTĀJS garantē, ka PAKALPOJUMU veiks rūpīgi, profesionāli un prasmīgi. IZPILDĪTĀJS apņemas novērst jebkuru neatbilstību ar noteikumu, ka PASŪTĪTĀJS rakstveidā informē IZPILDĪTĀJU šajā Līgumā noteiktajā kārtībā.

7.3. Noteikto termiņu, par kuriem Puses ir vienojušās saskaņā ar šī Līguma un tā 1.pielikuma nosacījumiem, neievērošanas gadījumā IZPILDĪTĀJS apņemas maksāt līgumsodu 0,2 % apmērā no Līguma 3.1.punktā norādītas Līguma kopējās summas par katru nokavēto dienu.

7.4. Līgumsoda samaksa šī Līguma 7.3.punktā norādītajā gadījumā neatbrīvo IZPILDĪTĀJU no tā saistību pilnīgas izpildes.

7.5. Par autortiesību objektu izmantošanu savos darbos atbild Izpildītājs.

8. Konfidencialitātes nosacījumi

8.1. Puses apņemas neizpaust finansiālu un citu informāciju, kas kļuvusi zināma Līguma rezultātā un var kaitēt Pušu interesēm. Šādas informācijas izpaušana trešajām personām vai publicēšana ir atļauta tikai Pusēm savstarpēji rakstiski vienojoties.

9. Nepārvaramas varas apstākļi

9.1. Puse tiek atbrīvota no atbildības par pilnīgu vai daļēju Līgumā paredzēto saistību neizpildi, ja šāda neizpilde ir notikusi nepārvaramas varas iestāšanās rezultātā pēc Līguma parakstīšanas dienas kā posts vai nelaime, kuru nebija iespējams ne paredzēt, ne novērst. Šāda nepārvaramā vara ietver sevī notikumus, kuri iziet ārpus Pušu kontroles un atbildības (dabas katastrofas, ūdens plūdi, ugunsgrēks, zemestrīce un citas stihiskas nelaimes, kā arī karš un karadarbība, streiki, Latvijas valsts varas un pārvaldes institūciju, kā arī pašvaldību institūciju pieņemtie normatīvie akti un norādījumi un citi apstākļi, kas neieklaujas Pušu iespējamās kontroles robežās).

9.2. Pusei, kas nokļuvusi nepārvaramas varas apstākļos, bez kavēšanās jāinformē par to otra Puse rakstiski 3 (trīs) darba dienu laikā pēc nepārvaramas varas iestāšanās un, ja tas ir iespējams, ziņojumam jāpievieno izziņa, kuru izsniegušas kompetentas iestādes un kura satur minēto apstākļu apstiprinājumu un raksturojumu.

9.3. Ja minēto apstākļu dēļ Līgums nedarbojas ilgāk par 3 (trīs) mēnešiem, katrai Pusei ir tiesības atteikties no Līguma izpildes, par to rakstveidā brīdinot otru Pusi vismaz 15 (piecpadsmit) dienas iepriekš. Šajā gadījumā neviena Līguma Puse nevar prasīt atlīdzināt zaudējumus, kas radušies Līguma laušanas rezultātā.

10. Strīdu izskatīšanas kārtība

10.1. Puses domstarpības, kas saistītas ar šajā Līgumā paredzēto saistību izpildi, risina vienošanās ceļā. Vienošanos noformē rakstveidā.

10.2. Ja Puses nevar vienoties, strīdu nodod izskatīšanai Latvijas Republikas tiesā normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā, piemērojot Latvijas Republikā spēkā esošos normatīvos aktus.

10.3. Strīdi vai domstarpības Pušu starpā neatbrīvo tos no saistību, kas noteiktas šajā Līgumā, izpildes.

11. Noslēguma noteikumi

11.1. Līgums stājas spēkā dienā, kad to parakstījušas abas Puses, un darbojas līdz saistību pilnīgai izpildei.

11.2. Par Līguma grozījumiem un papildinājumiem Puses vienojas rakstveidā. Grozījumi un papildinājumi stājas spēkā pēc to abpusējas parakstīšanas un tie kļūst par šī Līguma neatņemamu sastāvdaļu.

11.3. PASŪTĪTĀJAM ir tiesības ar vienpusēju paziņojumu izbeigt šo Līgumu, ja:

11.3.1. IZPILDĪTĀJS nepilda šī Līguma noteikumus un neveic PAKALPOJUMU atbilstoši šī Līguma noteikumiem un PASŪTĪTĀJA norādījumiem;

11.3.2. tam mainījās apstākļi (finansējums, nepieciešamība, utt.).

11.4. Līgums atspoguļo Pušu vienošanos attiecībā uz Līguma priekšmetu un atceļ visas iepriekšējās sarunas, saraksti un vienošanās, kas pastāvējusi starp Pusēm līdz Līguma parakstīšanai attiecībā uz Līguma priekšmetu.

11.5. Kādam no Līguma noteikumiem zaudējot spēku normatīvo aktu grozījumu gadījumā, Līgums nezaudē spēku tā pārējos punktos, un šajā gadījumā Pušu pienākums ir piemērot Līgumu atbilstoši spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem.

11.6. Ja kādai no Pusēm tiek būtiski mainīts juridiskais statuss, Pušu amatpersonu paraksta tiesības, īpašnieki vai vadītāji, vai kādi Līgumā minētie Pušu rekvizīti, tālruna, faksa numuri, e-pasta adreses, adreses u.c., tad tā nekavējoties rakstiski paziņo par to otrai Pusei. Ja Puse neizpilda šī apakšpunkta noteikumus, uzskatāms, ka otra Puse ir pilnībā izpildījusi savas saistības, lietojot Līgumā esošo informāciju par otru Pusi.

11.7. Pušu reorganizācija vai to vadītāju maiņa nevar būt par pamatu Līguma pārtraukšanai vai izbeigšanai. Gadījumā, ja kāda no Pusēm tiek reorganizēta, Līgums paliek spēkā un tā noteikumi ir

saistoši Pušu tiesību pārņēmējam. Izpildītājs brīdina Pasūtītāju par šādu apstākļu iestāšanos 1 (vienu) mēnesi iepriekš.

11.8 Neviena no Pusēm nedrīkst nodot savas tiesības, kas saistītas ar Līgumu un izriet no tā, trešajam personām bez otras Puses rakstiskas piekrišanas.

11.9. Līgums sastādīts latviešu valodā uz ____ (_____) lapām ar pielikumiem kopā uz ____ (_____) lapām un parakstīts 2 (divos) eksemplāros ar vienādu juridisko spēku, katrai PUSEI pa vienam eksemplāram.

12. Pušu rekvizīti

PASŪTĪTĀJS:

Latgales plānošanas reģions

Reģ. Nr. 90002181025

Atbrīvošanas aleja 95,

Rēzekne, LV-4601

Banka: Valsts Kase

Kods: TREL2X

Konts: LV

Administrācijas vadītāja

/I.Maļina- Tabūne/
z.v.

IZPILDĪTĀJS:

Vienot.Reģ.Nr. _____

Banka: _____

Kods: _____

Konts: _____

/_____/

z.v.

Tehniskā specifikācija

Latgales plānošanas reģions, reģistrācijas Nr.90002181025, juridiskā adrese Atbrīvošanas aleja 95, Rēzekne, LV-4601, turpmāk tekstā „PASŪTĪTĀJS”, personā, kurš rīkojas saskaņā ar Latgales plānošanas reģiona Nolikumu, no vienas puses, un

<Izpildītāja nosaukums>, <vienotās reģistrācijas numurs>, <juridiskā adrese>, tās <pilnvarotā pārstāvja vārds, uzvārds> personā, kurš darbojas uz <dokumenta nosaukums> pamata (turpmāk tekstā – Izpildītājs), no otras puses,

vienojas par šādu PAKALPOJUMA tehnisko specifikāciju:

Tiks papildināts atbilstoši iepirkuma procedūras rezultātā izvēlēta pretendenta Piedāvājumam.

Pušu paraksti

PAKALPOJUMA cenas

Latgales plānošanas reģions, reģistrācijas Nr.90002181025, juridiskā adrese Atbrīvošanas aleja 95, Rēzekne, LV-4601, turpmāk tekstā „PASŪTĪTĀJS”, personā, kurš rīkojas saskaņā ar Latgales plānošanas reģiona Nolikumu, no vienas puses, un

<Izpildītāja nosaukums>, <vienotās reģistrācijas numurs>, <juridiskā adrese>, tās <pilnvarotā pārstāvja vārds, uzvārds> personā, kurš darbojas uz <dokumenta nosaukums> pamata (turpmāk tekstā – Izpildītājs), no otras puses,

vienojas par šādām PAKALPOJUMA cenām:

Tiks papildināts atbilstoši iepirkuma procedūras rezultātā izvēlēta pretendenta Piedāvājumam.

Pušu paraksti

**MASU MEDIJU REITINGI,
UZ KURIEM BALSTĀS IEPIRKUMA PRASĪBU VĒRTĒŠANA**

TOP 10 lasītākie preses izdevumi pēc viena numura vidējās auditorijas (Cover)

Vieta periodā Vasara 2012	Mērķa grupā "latvieši"	Vieta periodā Pavasaris 2012
1	Ieva	1
2	Privātā Dzīve	2
3	Kas Jauns	3
4	Ievas Stāsti	4
5	Ilustrētā Zinātne	5
6	Ievas Virtuve	9
7	Ievas Māja	6
8	Latvijas Avīze	10
9	Ilustrētā Pasaules Vēsture	7
10	Rīgas Vīlpi	15

Dati: TNS Latvia / Nacionālais Mediju pētījums: Prese, Pavasaris 2012 un Vasara 2012

Citu tautību lasītāju vidū lasītāko izdevumu TOP 10 pirmā vietā ierindojas nedēļas laikraksts „MK Latvija” (rus), otra lasītākā ir televīzijas programmu avīze „TV-Programma” (rus), bet trešā lasītākā ir reklāmas avīze „Rīgas Santīms”. Desmit lasītāko izdevumu vidū ir atgriezies nedēļas žurnāls „Ļubju”, kas iepriekšējā periodā ieguva 12.vietu.

TOP 10 lasītākie preses izdevumi pēc viena numura vidējās auditorijas (Cover)

Vieta periodā Vasara 2012	Mērķa grupā "cita tautība"	Vieta periodā Pavasaris 2012
1	MK Latvija (rus)	1
2	TV-Programma (rus)	2
3	Rīgas Santīms	3
4	Vesti (rus)	6
5	Subbota (rus)	7
6	Teleprogramma s daudei Mišeī (rus)	4
7	Vesti Segodna (rus)	5
8	Televīzor (rus)	9
9	7 sekretov (rus)	8
10	Ļubju (rus)	12

Dati: TNS Latvia / Nacionālais Mediju pētījums: Prese, Pavasaris 2012 un Vasara 2012

Par pētījumu

Pētījumu aģentūra TNS preses auditorijas pētījumu Nacionālais Mediju Pētījums: Prese, Vasara 2012 veica no 2012. gada 14. maija līdz 2012. gada 5. augustam. Izmantojot datorizētās intervijas (CAPI) respondentu dzīvesvietā, visā Latvijā tika aptaujāti 3043 pastāvīgie Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem.

Par TNS

TNS ir vadošā pilna servisa tirgus, sociālo un mediju pētījumu aģentūra Latvijā. Mūsu klientiem tiek nodrošināts plašs pētījumu klāsts - gan patērētāju vajadzību izpēti, uzņēmumu reputācijas un darbinieku apmierinātības novērtēšana, zīmolu atpazīstamības un marku tēla pētījumi, produktu testi, noslēpumainā klienta pētījumi, gan starptautiskiem standartiem atbilstoši mediju (TV, radio, preses, interneta) auditorijas pētījumi, informācija un analīze par mediju lietošanas ieradumiem un mediju reklāmas apjomiem.

Kontakti

Laura Vendele

Mārketinga vadītāja

t 67096300

laura.vendele@tns.lv

Twitter: @TNSLatvia

[Skatīt saistītās ziņas | Citas ziņas arhīvā](#)

TNS: Lasītākie drukātās preses izdevumi (pavasaris, vasara 2012)
<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3905>

t +371 6709 6300
f +371 6709 6314
e tns@tns.lv

LV
EN

- TV skatīšanās laika daļas (Share %) salīdzinājums
Augusts 2012 - Septembris 2012

Dati: TNS, TV Metri, Augusts 2012 - Septembris 2012 (01.08.2012-30.09.2012)

TNS ir vadošā pilna servisa tirgus, sociālo un mediju pētījumu aģentūra Latvijā. Mūsu klientiem tiek nodrošināts plašs pētījumu klāsts - gan patērētāju vajadzību izpēti, uzņēmumu reputācijas un darbinieku apmierinātības novērtēšana, zīmolu atpazīstamības un marķu tēla pētījumi, produktu testi, noslēpumainā klienta pētījumi, gan starptautiskiem standartiem atbilstoši mediju (TV, radio, preses, interneta) auditorijas pētījumi, informācija un analīze par mediju lietošanas ieradumiem un mediju reklāmas apjomiem.



#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7
#8	#9	#10	#11	#12	#13	#14
#15	#16	#17	#18	#19	#20	
#21	#22	#23	#24	#25	#26	
#27	#28	#29	#30	#31	#32	
	#33	#34				

Meklēšana

Meklēt

TNS pasaulē

- TNS Global
- TNS Emor Igaunija
- TNS Gallup Lietuva

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3952>

TNS Latvia
Kronvalda bulvāris 3-2
Rīga, LV-1010, Latvija

t +371 6709 6300
f +371 6709 6314
e lna@tns.lv

LV
EN

Sākums

Mediju pētījumi

TNS Media Intelligence

Mārketinga pētījumi

Sociālie pētījumi

Business Solutions

Par mums

Studentiem

Darbs TNS

Zipu arhīvs

Terminu vārdnīca

Klientiem

Populārākās interneta vietnes Latvijas iedzīvotāju vidū

26.07.2012. Ieu otro gadu pēc kārtas pētījumu aģentūra TNS veic interneta patēriņa paradumu pētījumu TNS Latvia Digital, kura mērķis ir izziņāt pastāvīgo Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem paradumus digitālajā vidē. Pētījums tiek veikts, izmantojot tiešās datorizētās intervijas (CAPI) respondenta dzīvesvietā, un pielietotā izlases metode nodrošina rezultātu reprezentativitāti, kas atspoguļo visu pastāvīgo Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem interneta lietošanas paradumus. Pētījuma ietvaros visā Latvijā tika aptaujāti vairāk nekā 2100 pastāvīgie Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem.

Viena no pētījuma ietvertajām tēmām ir dažādu interneta vietņu – gan Latvijas, gan ārvalstu – lietošanas paradumi. 2012. gada pavasarī pētījuma TNS Latvia Digital ietvaros pieejama informācija par 37 interneta vietnēm, tajā skaitā arī Google, YouTube, Facebook un Twitter.

Saskaņā ar pētījuma rezultātiem vispopulārākā interneta vietne pēc vidējās vienas dienas auditorijas rādītājiem Latvijas iedzīvotāju vidū vecumā no 15 līdz 74 gadiem joprojām ir Google, kuru vidēji dienā apmeklē 40% jeb 695 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Otrajā vietā ar 30% jeb 522 tūkstošiem lielu auditoriju ierindojies e-pastu serveris Inbox, bet trešo vietu ieriem sociālais tīkls Draugiem.lv ar 28% jeb 487 tūkstošiem. TNS mediju pētījumu vecākā klientu vadītāja Signe Hokonena norāda, ka desmit apmeklētāko interneta vietņu sarakstā atrodamas arī tādas ārvalstu lapas kā YouTube, Gmail un Facebook.

Tavs Neredzamais Sabiedrotāis

#1 | #2 | #3 | #4 | #5 | #6 | #7
#8 | #9 | #10 | #11 | #12 | #13 | #14
#15 | #16 | #17 | #18 | #19 | #20
#21 | #22 | #23 | #24 | #25 | #26 |
#27 | #28 | #29 | #30 | #31 | #32 |
#33 | #34

Meklēšana

Meklēt

TNS pasaulē

TNS Global
TNS Emor ģaunija
TNS Gallup Lietuva

Interneta vietņu TOP 20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. gada pavasarī
(visi Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem)

Nr.	Interneta vietne	Vidējā dienas auditorija, (000)	Vidējā dienas auditorija, %	Pēdējā mēneša auditorija, (000)	Pēdējā mēneša auditorija, %
1	Google.com	695	40,0	1098	63,2
2	Inbox (lat. un kr. val.)	522	30,0	939	54,1
3	Draugiem.lv	487	28,0	718	41,3
4	DELFI (lat. un kr. val.)	415	23,9	904	52,0
5	Youtube.com	353	20,3	767	44,1
6	TV NET (lat. un kr. val.)	320	18,4	718	41,3
7	SS.lv	268	15,4	886	51,0
8	Gmail.com	257	14,8	457	26,3
9	Apollo.lv	205	11,8	532	30,6
10	Facebook.com	198	11,4	406	23,4
11	Odnoklassniki.ru	150	8,6	286	16,5
12	One.lv	107	6,1	223	12,8
13	Kasjauns.lv	73	4,2	249	14,3
14	Mail.ru	70	4,0	168	9,7
15	Twitter.com	60	3,4	129	7,4
16	1188.lv	56	3,2	470	27,0
17	Yandex.ru	52	3,0	184	10,6
18	Spoki.lv	51	3,0	215	12,4
19	Sportacentrs.com	48	2,8	103	5,9
20	Reklama.lv	48	2,8	303	17,5

Bāze: visi respondenti vecumā no 15 līdz 74 gadiem, N=2122
Dati: TNS / TNS Latvia Digital pētījums, Pavasaris 2012 (06.02.2012-13.05.2012)

Interneta vietņu TOP 20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. gada pavasarī

(Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem, kuri ir lietojuši internetu pēdējo 6 mēnešu laikā)

Nr.	Interneta vietne	Vidējā dienas auditorija, %	Pēdējā mēneša auditorija, %
1	Google.com	57,4	90,6
2	Inbox (lat. un kr. val.)	43,1	77,5
3	Draugiem.lv	40,1	59,2
4	DELFI (lat. un kr. val.)	34,2	74,5
5	Youtube.com	29,1	63,2
6	TV NET (lat. un kr. val.)	26,4	59,2
7	SS.lv	22,1	73,1
8	Gmail.com	21,2	37,7
9	Apollo.lv	16,9	43,9
10	Facebook.com	16,3	33,5
11	Odnoklassniki.ru	12,4	23,6
12	One.lv	8,8	18,4
13	Kasjauns.lv	6,0	20,5
14	Mail.ru	5,7	13,9
15	Twitter.com	4,9	10,7
16	1188.lv	4,6	38,7
17	Yandex.ru	4,3	15,1
18	Spoki.lv	4,2	17,7
19	Sportacentrs.com	4,0	8,5
20	Reklama.lv	3,9	25,0

Bāze: respondenti vecumā no 15 līdz 74 gadiem, kuri pēdējo 6 mēnešu laikā lietojuši internetu, N=1478
Dati: TNS / TNS Latvia Digital pētījums, Pavasaris 2012 (06.02.2012-13.05.2012)

Par pētījumu

Pētījumu aģentūra TNS interneta patēriņa paradumu pētījumu TNS Latvia Digital, Pavasaris 2012 veica laika periodā no 2012. gada 6. februāra līdz 2012. gada 13. maijam. Izmantojot tiešās datorizētās intervijas (CAPI) respondenta dzīvesvietā, visā Latvijā tika aptaujāti 2122 pastāvīgie Latvijas iedzīvotāji vecumā no 15 līdz 74 gadiem.

Par TNS

TNS ir vadošā pilna servisa tirgus, sociālo un mediju pētījumu aģentūra Latvijā. Mūsu klientiem tiek nodrošināts plašs pētījumu klāsts - gan patērētāju vajadzību izpāte, uzņēmumu reputācijas un darbinieku apmierinātības novērtēšana, zīmolu apzinātības un marķu tēla pētījumi, produktu testi, noslēpumainā klienta pētījumi, gan starptautiskiem standartiem atbilstoši mediju (TV, radio, preses, interneta) auditorijas pētījumi, informācija un analīze par mediju lietošanas ieradumiem un mediju reklāmas apjomiem.

Kontakti

Laura Vendele

Mārketinga vadītāja

t 67 096 300

laura.vendele@tns.lv

www.twitter.com/TNSLatvia

[Skatīt saistītās ziņas](#) | [Citas ziņas arhīvā](#)

© 2011 TNS Latvia
Autortiesības

TNS: Interneta vietņu TOP20 pēc vienas dienas vidējās auditorijas Latvijā 2012. Gada pavasarī

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3884>

(06.02.2012-13.05.2012), Vasara 2012 (14.05.2012 – 05.08.2012)

Saskaņā ar jaunākiem pētījuma rezultātiem izmaiņas ir notikušas radio staciju topā pēc kopējās nedēļas auditorijas. Visvairāk klausītāju Latvijā kopumā 2012. gada vasaras periodā līdzīgi kā 2012. gada pavasara periodā ir radio stacijai „Latvijas radio 2”, kuru vismaz reizi nedēļā ir klausījušies 25,4% jeb 456 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju vecumā no 12 līdz 74 gadiem. Otro vietu ar 16,9% jeb 304 tūkstošiem klausītāju ieņem radio stacija „Radio Skonto”. Savukārt no sestās vietas 2012. gada pavasara periodā uz trešo vietu vasaras periodā ar 12,4% jeb 222 tūkstošiem klausītāju ir pakāpusies radio stacija „Krievijas Hiti (Russkoe Radio)”.

**Radio staciju sarindojums pēc kopējās nedēļas auditorijas (Reach)
Latvijā 2012. gada pavasara un vasaras periodā**

Nr.	Radio stacija	Pavasaris 2012		Vasara 2012	
		Reach ('000)	Reach %	Reach ('000)	Reach %
1	Latvijas Radio 2	438	24,4	456	25,4
2	Radio Skonto	310	17,3	304	16,9
3	Krievijas Hiti (Russkoe Radio)	214	12,0	222	12,4
4	Latvijas Radio 1	257	14,3	218	12,1
5	Radio SWH	223	12,4	199	11,1
6	European Hit Radio	222	12,4	193	10,8
7	Star FM	211	11,8	172	9,6
8	Latvijas Radio 4	168	9,4	140	7,8
9	AUTORADIO	103	5,7	127	7,1
10	SWH +	126	7,0	111	6,2
11	TOP Radio	94	5,2	100	5,6
12	Super FM (Latviešu Radio)	85	4,8	84	4,7
13	RETRO FM	-	-	81	4,5
14	EUROPA PLUS 99,5 FM	112	6,3	76	4,3
15	Jumor FM 88,6	84	4,7	74	4,1
16	Radio 101	66	3,7	66	3,7
17	Radio MIX FM 102,7	65	3,6	61	3,4
18	Latvijas Radio 3	53	3,0	51	2,8
19	Latvijas Kristīgais radio	70	3,9	49	2,8
20	SWH Rock	44	2,4	46	2,6
21	Radio Baltkom	37	2,1	40	2,2
22	Radio PIK 100 FM	64	3,6	35	2,0
23	Capital FM	24	1,3	23	1,3
24	SPIN FM	30	1,6	21	1,2
25	Rīga Radio	-	-	14	0,8
26	Radio NABA	15	0,8	9	0,5
27	Radio Merkurs	9	0,5	9	0,5
28	BBC World Service	8	0,4	9	0,5

Datu avots: TNS/ Nacionālais Mediju Pētījums: Radio, Pavasaris 2012
(06.02.2012-13.05.2012), Vasara 2012 (14.05.2012 – 05.08.2012)

Reach (000) – kopējais radio stacijas klausītāju skaits vidēji nedēļā tūkstošos

Reach % – kopējais radio stacijas klausītāju skaits vidēji nedēļā procentos

Pētījumā iekļautās radio stacijas

Nacionālās apraides radio stacijas

Latvijas Kristīgais radio, Latvijas Radio 1, Latvijas Radio 2, Latvijas Radio 3, Latvijas Radio 4, Radio SWH, Star FM, Super FM (Latviešu Radio), European Hit Radio.

Rīgas radio stacijas

AUTORADIO, BBC World Service, Capital FM, EUROPA PLUS 99,5 FM, Jumor FM 88,6, Krievijas Hiti (Russkoe Radio), Radio 101, Radio Baltkom, Radio Merkurs, Radio MIX FM 102,7, Radio NABA, Radio PIK 100 FM, Radio Skonto, RETRO FM, Rīga Radio, SPIN FM, SWH +, SWH Rock, TOP Radio.

Reģionālās radio stacijas

Radio staciju sarindojums pēc kopējās nedēļas auditorijas (Reach) Latvijā 2012. gada pavasarī un vasarā
<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3913>

Рейтинги СМИ - Пресса

Определения показателей
Требования при публикации в СМИ

Регион:
 Период:
 Группа изданий:

Представленные таблицы содержат данные по объемам аудитории изданий. Информация получена по результатам исследования "National Readership Survey".

Average Issue Readership (AIR) - усредненное количество читателей одного номера издания.

Все таблицы, в случаях если не указаны другие возрастные границы, содержат сведения о городском населении в возрасте 16 лет и старше.

Для тех изданий, по которым приведена информация по России, следует помнить, что данные по России включают данные по Москве и Санкт-Петербургу.

По поводу получения полных данных по проекту NRS-города за период Декабрь 2009 - Октябрь 2010 следует обращаться в ГИПП (www.gipp.ru), e-mail: pr@gipp.ru

Издание	Регион	AIR, тыс. чел.	AIR, %
777			
	Россия	4 481.9	7.4
	Москва	746.6	7.4
	СПб	267.0	6.3
The Moscow News*			
	Москва	60.5	0.6
The St Petersburg Times			
	СПб	22.9	0.5
Аргументы и факты			
	Россия	16 586.6	10.9

	Москва	1 299.0	12.9		Москва	123.4	2.9
	СПб	562.0	13.2		СПб	123.4	2.9
Аргументы и Факты Здоровье				Моя семья			
	Россия	770.3	1.3		Россия	2 034.0	3.4
	Москва	129.1	1.3		Москва	284.3	2.8
	СПб	39.6	0.9		СПб	91.3	2.2
Аргументы недели				Народный совет			
	Россия	1 047.7	1.7		Россия	478.3	0.8
	Москва	193.3	1.9		Москва	97.1	1.0
	СПб	78.4	1.8		СПб	51.5	1.2
Асток - пресс				Панорама ТВ			
	СПб	232.5	5.5		СПб	1 555.5	36.7
Вечерняя Москва				С.-Петербургские Ведомости (пятница)			
	Москва	1 181.3	11.8		СПб	144.4	3.4
Жизнь				Собеседник			
	Россия	1 953.2	3.2		Россия	522.5	0.9
	Москва	292.9	2.9		Москва	109.2	1.1
	СПб	36.7	0.9		СПб	23.5	0.6
Кайф по выходным				Советский Спорт Футбол			
	Россия	543.6	0.9		Россия	1 090.5	1.8
	Москва	39.4	0.4		Москва	240.9	2.4
	СПб	8.0	0.2		СПб	132.1	3.1
КП - "Толстуха"				Телевидение. Радио			
	Россия	5 848.6	9.7		СПб	241.4	5.7
	Москва	980.6	9.8	Телепрограмма			
	СПб	462.8	10.9		Россия	5 086.5	8.4
МК-РегионМК в Питере					Москва	1 216.3	12.1
	Россия	1 736.7	2.9		СПб	402.5	9.5
	СПб	202.2	4.8	Центр Plus			
Мой район					СПб	297.2	7.0
	Москва	833.3	8.3	Экономика и жизнь			
	СПб	481.6	11.4		Россия	355.6	0.6
Московский комсомолец - МК плюс ТВ*					Москва	80.1	0.8
	Россия	1 782.2	3.0		СПб	25.3	0.6

TNS: Lasītākie laikraksti Krievijā

<http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/press/index.wbp?press.action=search&press.regionId=68CDA84F-6158-4F7C-A36A-7DAF207B88E1&press.regionId=C27FFFD9-CC9B-4AD1-B826-00B2CDE2B4AB&press.regionId=C9838420-042B-4B9E-B7A8-F228DB27C8E1&press.periodId=2D4D325D-BD9E-4A07-88E6-1151E6229751&press.smId=81D642D7-33B9-4BFA-BEF8-8986ACC07021>

Радиостанция	Reach Dly	Reach Dly %	AQH	AQH, %	Reach	Reach %	TSL Dly	TSL	AQH Share
All Radio	2978,9	68,0	766,2	17,50	3984,2	91,0	278	1454	100
Дорожное Радио	962,9	22,0	87,1	1,99	2229,5	50,9	98	295	11.4
Европа Плюс	583,5	13,3	39,2	0,90	1492,9	34,1	73	199	5.1
Ретро FM	478,3	10,9	35,4	0,81	1312,5	30,0	80	204	4.6
Авторадио	436,1	10,0	20,5	0,47	1272,4	29,1	51	122	2.7
Радио Рекорд	406,4	9,3	35,1	0,80	873,0	19,9	93	304	4.6
Эхо Москвы / Эхо Петербурга	405,4	9,3	53,1	1,21	815,5	18,6	141	492	6.9
Русское Радио	401,3	9,2	27,9	0,64	1132,8	25,9	75	186	3.6
Радио России	398,5	9,1	65,3	1,49	698,1	15,9	177	708	8.5
Эльдорадио	370,4	8,5	31,5	0,72	1005,6	23,0	92	237	4.1
Радио Шансон	360,1	8,2	24,5	0,56	1130,2	25,8	73	164	3.2
Наше Радио	321,0	7,3	26,7	0,61	785,6	17,9	90	257	3.5
Юмор FM	310,8	7,1	17,9	0,41	947,7	21,6	62	143	2.3
Маяк	300,5	6,9	27,4	0,63	869,4	19,9	99	238	3.6
Love Radio	299,6	6,8	16,8	0,38	910,0	20,8	61	140	2.2
DFM	291,3	6,7	17,1	0,39	672,9	15,4	63	192	2.2
Радио Петербург	272,2	6,2	33,7	0,77	566,8	12,9	134	449	4.4
Питер FM	270,5	6,2	20,3	0,46	770,7	17,6	81	199	2.6
Радио Дача	263,6	6,0	32,3	0,74	687,7	15,7	132	355	4.2
Кекс FM	251,3	5,7	16,6	0,38	732,4	16,7	71	171	2.2
Вести FM	234,1	5,3	13,8	0,32	523,2	12,0	64	200	1.8
Maximum	212,4	4,9	15,9	0,36	600,1	13,7	81	200	2.1
Радио Балтика	203,0	4,6	12,0	0,27	750,2	17,1	64	121	1.6
Радио Зенит	195,4	4,5	9,6	0,22	617,2	14,1	53	117	1.2
Радио для Двоих	193,0	4,4	14,0	0,32	544,7	12,4	78	194	1.8
Радио Эрмитаж	187,7	4,3	16,9	0,39	513,3	11,7	97	250	2.2
Радио Монте-Карло	183,6	4,2	12,6	0,29	468,2	10,7	74	203	1.6
Радио РОКС	167,9	3,8	12,1	0,28	477,0	10,9	78	192	1.6
Business FM	147,0	3,4	7,9	0,18	373,7	8,5	58	159	1
Радио Metro	131,3	3,0	5,8	0,13	358,6	8,2	48	123	0.8
Радио Ваня	103,2	2,4	6,0	0,14	426,2	9,7	63	107	0.8
Детское Радио	58,2	1,3	3,3	0,08	228,9	5,2	61	109	0.4
Другие радиостанции	116,0	2,6	7,8	0,18	270,7	6,2	73	219	1.02

TNS: Radio reitingi Sanktpēterburgā , 2012. gada jūlijs – septembris

<http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/index.wbp?radio.action=search&radio.regionId=F8577FC3-3701-4FBC-8468-2F468FE8CF96&radio.periodId=B9DBD2BF-5EAD-497B-8DD5-3EB686718232>

С.-Петербург, Сентябрь 2012

Возраст: 12-54

Анализ структуры аудитории за
месяц

Пол, Возраст, Пол/Возраст,
Занятость

		Население Санкт-Петербурга 12-54				
		Reach	Reach Row%	Reach Column%	Affinity	Affinity Internet
Население С.-Петербурга 12-54		2996.2	100.0		100	
Аудитория Интернета в целом 12-54		2463.3	100.0	100.0	100	100
Яндекс	Яндекс // Главная страница	2052.9	100.0	83.3	100	100
Яндекс	Яндекс // Результат поиска	2025.8	100.0	82.2	100	100
Яндекс	Яндекс // Карты & Пробки	1587.7	100.0	64.5	100	100
Яндекс	Яндекс // Картинки	1475.2	100.0	59.9	100	100
Яндекс	Народные сайты	1446.5	100.0	58.7	100	100
Яндекс	Яндекс // Почта	1187.6	100.0	48.2	100	100
Яндекс	Яндекс // Маркет	1096.7	100.0	44.5	100	100
Яндекс	Яндекс // Видео	1023.4	100.0	41.5	100	100
Яндекс	Яндекс // Ролики	152.7	100.0	6.2	100	100
Яндекс	Яндекс // Новости	1003.4	100.0	40.7	100	100
Яндекс	Яндекс // Погода	926.2	100.0	37.6	100	100
Яндекс	Яндекс // Фотки	678.1	100.0	27.5	100	100
Яндекс	Яндекс // ТВ	564.6	100.0	22.9	100	100
Яндекс	Яндекс // Словари	530.5	100.0	21.5	100	100
Яндекс	Яндекс // Народ	478.9	100.0	19.4	100	100
Яндекс	Яндекс // Афиша	318.9	100.0	12.9	100	100
Яндекс	Яндекс // Бар	293.0	100.0	11.9	100	100

Яндекс	Яндекс // Поиск по блогам	291.6	100.0	11.8	100	100
Яндекс	Яндекс // Авто	284.0	100.0	11.5	100	100
Яндекс	Яндекс // Расписания	275.6	100.0	11.2	100	100
Яндекс	Яндекс // Работа	268.4	100.0	10.9	100	100
Яндекс	Яндекс // Музыка	267.8	100.0	10.9	100	100
Яндекс	Яндекс // Каталог	260.7	100.0	10.6	100	100
Яндекс	Яндекс // Я.ру	241.2	100.0	9.8	100	100
Яндекс	Яндекс // www.ya.ru	181.5	100.0	7.4	100	100
Яндекс	Яндекс // Деньги	169.5	100.0	6.9	100	100
Яндекс	Яндекс // Мой Круг	103.3	100.0	4.2	100	100
Яндекс	Яндекс // Недвижимость	102.3	100.0	4.2	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Почта, внутренние страницы	1808.2	100.0	73.4	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Главная страница	1767.4	100.0	71.7	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Ответы	1320.2	100.0	53.6	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Мой мир	1082.5	100.0	43.9	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Мой мир (сайт)	880.1	100.0	35.7	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Фото	632.8	100.0	25.7	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Видео	320.5	100.0	13.0	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Поиск	956.1	100.0	38.8	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Новости	722.7	100.0	29.3	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Авто	438.5	100.0	17.8	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Игры	430.7	100.0	17.5	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Афиша & ТВ-программа	415.1	100.0	16.9	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Леди	345.5	100.0	14.0	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Погода	329.2	100.0	13.4	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Дети	290.9	100.0	11.8	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Здоровье	262.6	100.0	10.7	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Hi-Tech	253.8	100.0	10.3	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Ролики	201.5	100.0	8.2	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Работа	187.1	100.0	7.6	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Файлы	156.1	100.0	6.3	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Блоги	141.4	100.0	5.7	100	100

Mail.ru	Mail.ru // Знакомства	127.3	100.0	5.2	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Рассылки (письма)	120.8	100.0	4.9	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Недвижимость	119.6	100.0	4.9	100	100
Mail.ru	Mail.ru // Товары	107.7	100.0	4.4	100	100
Vk.com	Vk.com	2241.8	100.0	91.0	100	100
Google (ru+com)	Google (ru+com)	1892.8	100.0	76.8	100	100
Google (ru+com)	Youtube.com	1539.3	100.0	62.5	100	100
SUP Media	LiveJournal.com	1084.7	100.0	44.0	100	100
SUP Media	LiveJournal.com // Блоги, пользователи без логина	1029.8	100.0	41.8	100	100
SUP Media	LiveJournal.com // Блоги, пользователи с логином	122.4	100.0	5.0	100	100
SUP Media	LiveJournal.com // Сервисные страницы	107.8	100.0	4.4	100	100
SUP Media	Gazeta.ru	323.5	100.0	13.1	100	100
SUP Media	Championat.com	279.9	100.0	11.4	100	100
РБК	Rbc.ru	702.1	100.0	28.5	100	100
РБК	Qip.ru	420.7	100.0	17.1	100	100
РБК	Qip.ru // Фото	106.9	100.0	4.3	100	100
РБК	Utro.ru	294.5	100.0	12.0	100	100
РБК	Ролики Smotri	227.9	100.0	9.3	100	100
РБК	Smotri.com (сайт)	136.0	100.0	5.5	100	100
РБК	Rbcdaily.ru	216.0	100.0	8.8	100	100
РБК	Loveplanet.ru (сайт)	184.9	100.0	7.5	100	100
РБК	Autonews.ru	134.0	100.0	5.4	100	100
РБК	Readme.ru	132.0	100.0	5.4	100	100
РБК	Pochta.ru (Хостинги)	123.1	100.0	5.0	100	100
РБК	CNews.ru	120.8	100.0	4.9	100	100
Avito.ru	Avito.ru	1152.8	100.0	46.8	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Поиск по всем категориям	784.8	100.0	31.9	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Стартовая страница	687.9	100.0	27.9	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Транспорт	414.0	100.0	16.8	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Личные вещи	384.3	100.0	15.6	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Бытовая электроника	369.7	100.0	15.0	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Для бизнеса	301.5	100.0	12.2	100	100

Avito.ru	Avito.ru // Для дома и дачи	288.0	100.0	11.7	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Хобби и отдых	273.3	100.0	11.1	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Недвижимость	215.8	100.0	8.8	100	100
Avito.ru	Avito.ru // Животные	169.0	100.0	6.9	100	100
Rambler	Lenta.ru	481.6	100.0	19.6	100	100
Rambler	Lenta.ru // total	481.6	100.0	19.6	100	100
Rambler	Rambler // Новости	477.7	100.0	19.4	100	100
Rambler	Rambler // Главная страница	435.2	100.0	17.7	100	100
Rambler	Rambler // Почта	286.4	100.0	11.6	100	100
Rambler	Rambler // Результаты поиска	200.7	100.0	8.1	100	100
Rambler	Ferra.ru	127.7	100.0	5.2	100	100
Rambler	Autorambler.ru	121.0	100.0	4.9	100	100
Одноклассники.ru	Odnoklassniki.ru	934.7	100.0	37.9	100	100
Kinopoisk.ru	Kinopoisk.ru	660.8	100.0	26.8	100	100
Kinopoisk.ru	Полики на сайте Kinopoisk.ru	274.2	100.0	11.1	100	100
LiveInternet	LiveInternet.ru	647.2	100.0	26.3	100	100
LiveInternet	LiveInternet.ru // Дневники	548.7	100.0	22.3	100	100
LiveInternet	LiveInternet.ru // Сервисные страницы и Тесты	211.6	100.0	8.6	100	100
ВГТРК	Vesti.ru	520.3	100.0	21.1	100	100
ВГТРК	Sportbox.ru	181.5	100.0	7.4	100	100
ВГТРК	Полики Vesti	150.5	100.0	6.1	100	100
Gismeteo.ru	Gismeteo.ru	589.2	100.0	23.9	100	100
РИА Новости	Ria.ru	511.6	100.0	20.8	100	100
РИА Новости	Rsport.ru	100.1	100.0	4.1	100	100
ИД Комсомольская Правда	Kp.ru	466.8	100.0	18.9	100	100
ИД Комсомольская Правда	Kp.ru // Общество (Общество)	150.0	100.0	6.1	100	100
ИД Комсомольская Правда	Sovsport.ru	130.0	100.0	5.3	100	100
ИД Комсомольская Правда	Sovsport.ru // Футбол	106.5	100.0	4.3	100	100
Фонтанка	Fontanka.ru	497.8	100.0	20.2	100	100
Фонтанка	Spbvoditel.ru	121.1	100.0	4.9	100	100
Фонтанка	47news.ru	97.9	100.0	4.0	100	100
PDG	Peterburg2.ru	192.1	100.0	7.8	100	100

PDG	Vchera.com		161.5	100.0	6.6	100	100
Irr.ru	Irr.ru		462.7	100.0	18.8	100	100
Irr.ru		Irr.ru // Результат поиска	144.2	100.0	5.9	100	100
Irr.ru		Irr.ru // Главная страница	118.6	100.0	4.8	100	100
Irr.ru		Irr.ru // Авто	117.9	100.0	4.8	100	100
Sanoma Independent Media	Vedomosti.ru		193.9	100.0	7.9	100	100
Sanoma Independent Media	Cosmo.ru		106.2	100.0	4.3	100	100
Headhunter.ru	Hh.ru		439.6	100.0	17.8	100	100
Деловой Мир Онлайн	Dmir.ru		322.8	100.0	13.1	100	100
Деловой Мир Онлайн		Dmir.ru // Dmir.ru	129.7	100.0	5.3	100	100
Деловой Мир Онлайн		Dmir.ru // Realty.dmir.ru	102.3	100.0	4.2	100	100
Деловой Мир Онлайн		Dmir.ru // Auto.dmir.ru	99.4	100.0	4.0	100	100
Деловой Мир Онлайн	Zarplata.ru		110.8	100.0	4.5	100	100
Relevant Media	Kakprosto.ru		376.0	100.0	15.3	100	100
Ragrad Video	Piter.tv		187.3	100.0	7.6	100	100
Ragrad Video	Chance.ru		171.3	100.0	7.0	100	100
Ragrad Video	Ролики Piter		128.4	100.0	5.2	100	100
Деловой Петербург	Dp.ru		279.7	100.0	11.4	100	100
Деловой Петербург	Neva24.ru		122.7	100.0	5.0	100	100
Российская газета	Rg.ru		339.7	100.0	13.8	100	100
Job.ru	Job.ru		317.4	100.0	12.9	100	100
СМИ2	Smi2.ru		205.1	100.0	8.3	100	100
СМИ2	Mirtesen.ru		153.8	100.0	6.2	100	100
ИД "ТОП-50"	Woman.ru		263.3	100.0	10.7	100	100
Newsru.com	Newsru.com		259.0	100.0	10.5	100	100
Ivi.ru	Ivi.ru		284.4	100.0	11.5	100	100
Ivi.ru	Ролики Ivi		271.8	100.0	11.0	100	100
Zaycev.net	Zaycev.net		278.3	100.0	11.3	100	100
RuTube	Ролики Rutube		576.0	100.0	23.4	100	100
RuTube		Ролики Rutube // Юмор	152.9	100.0	6.2	100	100
RuTube	Rutube.ru		274.2	100.0	11.1	100	100
Эхо Москвы	Echomsk.ru		258.0	100.0	10.5	100	100

Первый канал	1tv.ru		252.8	100.0	10.3	100	100
Первый канал		1tv.ru // Новости	115.3	100.0	4.7	100	100
Первый канал		1tv.ru // Сайты передач	100.5	100.0	4.1	100	100
Первый канал	Ролики 1tv		237.2	100.0	9.6	100	100
БебиБлог	Babyblog.ru		252.6	100.0	10.3	100	100
Sports.ru	Sports.ru		251.6	100.0	10.2	100	100
Sports.ru		Sports.ru // Футбол	204.7	100.0	8.3	100	100
Sports.ru		Sports.ru // Трибуна	129.8	100.0	5.3	100	100
Translate	Translate.ru		247.0	100.0	10.0	100	100
Финмаркет	Interfax.ru		245.8	100.0	10.0	100	100
Первый Интернет Канал	Pik-tv.com		235.1	100.0	9.5	100	100
Первый Интернет Канал	Ролики Pik-tv		219.5	100.0	8.9	100	100
Спорт-экспресс	Sport-express.ru		233.2	100.0	9.5	100	100
Bibika.ru	Bibika.ru		228.9	100.0	9.3	100	100
ИД Афиша	Afisha.ru		194.6	100.0	7.9	100	100
Playground.ru	Playground.ru		204.7	100.0	8.3	100	100
Медиа3	Aif.ru		204.5	100.0	8.3	100	100
Web Prime Group	Passion.ru		138.7	100.0	5.6	100	100
ИД Коммерсант	Kommersant.ru		190.6	100.0	7.7	100	100
СТС Медиа	Ролики Videomore		151.6	100.0	6.2	100	100
СТС Медиа	Videomore.ru		114.8	100.0	4.7	100	100
Baby.ru	Baby.ru		187.7	100.0	7.6	100	100
Холдинг Правда.Ру	Pravda.ru		171.3	100.0	7.0	100	100
Холдинг Правда.Ру		Pravda.ru // Новости	105.5	100.0	4.3	100	100
Moskva.fm	Piter.fm		111.2	100.0	4.5	100	100
КМ	Vkrugudruzei.ru		121.8	100.0	4.9	100	100
Imhonet.ru	Imhonet.ru		168.1	100.0	6.8	100	100
Tvigle.ru	Ролики Tvigle		413.5	100.0	16.8	100	100
Tvigle.ru	Tvigle.ru		165.0	100.0	6.7	100	100
Automobile.ru	Automobile.ru		164.6	100.0	6.7	100	100
Zoomby	Zoomby.ru		150.1	100.0	6.1	100	100
Zoomby	Ролики на сайте Zoomby.ru		112.2	100.0	4.6	100	100

ИД Известия	Izvestia.ru	161.1	100.0	6.5	100	100
Агава	Ifolder.ru	140.0	100.0	5.7	100	100
Kinoafisha.info	Kinoafisha.info	132.5	100.0	5.4	100	100
Look At Media	The-village.ru	92.7	100.0	3.8	100	100
ИД Axel Springer Russia	Forbes.ru	129.2	100.0	5.2	100	100
Московский комсомолец	Mk.ru	134.8	100.0	5.5	100	100
BFM.ru	Bfm.ru	130.2	100.0	5.3	100	100
Банки.py	Banki.ru	129.7	100.0	5.3	100	100
Lostfilm	Lostfilm.tv	105.4	100.0	4.3	100	100
All.biz	All.biz	121.3	100.0	4.9	100	100
Infox.ru	Infox.ru	114.2	100.0	4.6	100	100
Metronews.ru	Metronews.ru	105.9	100.0	4.3	100	100
Ridus.ru	Ridus.ru	97.5	100.0	4.0	100	100
7ya.ru	7ya.ru	92.6	100.0	3.8	100	100
Molodejj.tv	Ролики Molodejj	251.1	100.0	10.2	100	100
Mamba	Mamba // Партнёры сайта	171.5	100.0	7.0	100	100
Newstube	Ролики Newstube	148.1	100.0	6.0	100	100
Аудитория рекламных сетей						
Soloway	Soloway	2081.3	100.0	84.5	100	100
Vfocuse	Vfocuse	1813.5	100.0	73.6	100	100
Direct/ADVERT	Direct/ADVERT	589.6	100.0	23.9	100	100
Videonow	Videonow	124.8	100.0	5.1	100	100

TNS: Interneta reitings Sanktpēterburgā 2012. gada septembrī

<http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index/> sadaļā: Internets, 2012. gada septembris (ZIP Web Index , Excel fails X10000022, lapa – dzimums, vecums, nodarbinātība, Sanktpēterburgas iedzīvotāji vecumā no 12-54 gadiem, tabulas E kolonna %)