**Príloha č. 3 k Oznámeniu o začatí PTK**

**Návrh Výzvy na predkladanie ponúk** (ďalej ako „Výzva“)

podľa zákona č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o verejnom obstarávaní“)

**1. Verejný obstarávateľ:**

Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie

Štefánikova 15

811 05 Bratislava

IČO 50349287

(ďalej aj ako „verejný obstarávateľ“ alebo ako „MIRRI SR“)

Kontaktné osoby: Agáta Strapcová, Nora Čechmánková, Branislav Hudec, Martin Poloha

tel. č.: +421 2 20928503

e-mail: [agata.strapcova@mirri.gov.sk](mailto:agata.strapcova@mirri.gov.sk), [nora.cechmankova@mirri.gov.sk](mailto:nora.cechmankova@mirri.gov.sk); [branislav.hudec@mirri.gov.sk](mailto:branislav.hudec@mirri.gov.sk); [martin.poloha@mirri.gov.sk](mailto:martin.poloha@mirri.gov.sk)

adresa hlavnej stránky verejného obstarávateľa /URL/: <https://www.mirri.gov.sk/>

**2. Zatriedenie obstarávacieho subjektu podľa zákona:**

Verejný obstarávateľ podľa § 7 ods. 1 písm. a) zákona o verejnom obstarávaní.

**3. Názov zákazky podľa verejného obstarávateľa:**

Marketingová a mediálna stratégia komunikácie projektu „Slovensko v mobile“.

**4. Druh zákazky** (tovary/**služby**/stavebné práce):

Zákazka na poskytnutie služieb.

**5. Hlavné miesto** dodania tovaru/**poskytnutia služieb**/uskutočnenia stavebných prác:

Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie, Štefánikova 15, 811 05, Bratislava.

**6. Výsledok verejného obstarávania:**

Uzatvorenie Rámcovej dohody v zmysle § 269 ods. 2 zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov, z ktorej sa bude plniť podľa aktuálnych potrieb verejného obstarávateľa/Objednávateľa. Rámcová dohoda bude uzavretá na obdobie 25 mesiacov odo dňa jej účinnosti.

**7. Opis zákazky:**

Stručný opis: Návrh a produkcia komunikačnej stratégie aplikácie Slovensko v mobile. Súčasťou komunikačnej stratégie má byť aj vytvorenie kreatívneho konceptu, návrh mediálnej stratégie, návrh timingu od vybudovania brand indentity až po komunikáciu pribúdajúcich funkcionalít aplikácie.

Zdôvodnenie / Účel kampane:

Predstaviť aplikáciu *Slovensko v mobile* vybranej cieľovej skupine, komunikovať jej prínos a technickú funkčnosť a širšie využitie v budúcnosti. Našim cieľom je na začiatku odprezentovať počiatočné možnosti využitia prostredníctvom dvoch funkčných modulov (mobilné ID a ePush notifikácie) zaujať, presvedčiť užívateľov, aby si aplikáciu stiahli a začali používať. Následne predstavovať nové moduly, ktoré rozšíria možnosti komunikačného kanálu medzi štátom a jeho partnermi a občanmi.

Cieľom kampane je zvýšenie povedomia o:

1. Mobilnej aplikácii Slovensko v mobile, pre systémy Android a iOS, ktorej cieľom je sprístupniť občanom elektronické služby štátu v mobile.
2. Ekosystéme, ktorého súčasťou bude aplikácia Slovensko v mobile. Systém zahŕňa Slovensko.sk (Ústredný portál verejnej správy), portály a služby jednotlivých orgánov verejnej moci (OVM) a v ideálnom prípade aj externé subjekty z komerčnej sféry, napríklad banky.
3. Vytvorení komunikačného kanálu medzi subjektami s ambíciou proaktívnej komunikácie štátu a partnerov voči občanovi.
4. Aplikácii, stojacej na platforme, ktorá bude pozostávať z viacerých funkčných modulov. Moduly zahŕňajú v prvej fáze mobilné ID (mID) a notifikácie (ePUSH). V budúcnosti sú plánované ďalšie moduly ako schránka, podpis klikom, inteligentné formuláre, návody, platby a iné. Moduly umožňujú realizáciu use-casov (UC), resp. vybavenie vybraných životných situácií, ako napríklad Dashboard podnikateľa, ktorý poskytne užívateľovi prehlaď o stave firmy, o povinnostiach voči jednotlivým inštitúciám. Zároveň aj z opačnej strany, o proaktívnom notifikovaní občana napríklad pri nedoplatku. V budúcnosti, po implementácii modulu platby aj s možnosťou úhrady nedoplatku.

Cieľové skupiny:

Cieľovou skupinou sú primárne aktívna báza používateľov eID a Slovensko.sk., a teda podnikatelia, účtovníci, právnici. (Spolu zatiaľ cca 140000 užívateľov). Sekundárne občania, ktorý aktuálne využívajú alebo plánujú využívať služby eGovernmentu štátu.

Predmet zákazky

1. **Návrh komunikačnej stratégie a kreatívneho konceptu** - požadovaným výstupom je stratégia a kreatívny návrh a jeho výroba podľa pokynov prílohy č.1 a prílohy č.2, ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou tejto Výzvy.

Návrh komunikačnej stratégie musí obsahovať:

* Opis, ako bude kampaň komunikovaná vrátane kreatívneho konceptu, čo konkrétne sa bude komunikovať v jednotlivých fázach, v akých fázach sa bude kampaň spúšťať;
* Návrh využitia marketingových nástrojov / komunikačných kanálov s dôrazom na interne spravované (web, PR, sociálne média) aj externé dostupné komunikačné nástroje a zdôvodnenie použitia alternatív

2. **Návrh časového plánu** - požadovaným výstupom je návrh časového plánu spúšťania jednotlivých fáz kampane

návrh časového plánu musí obsahovať:

* Časové trvanie jednotlivých fáz, časové nastavenie spustenia každej fázy;
* Zoznam rolí a zodpovedností, ktoré budú na projekte participovať – požadovaným výstupom je zoznam pracovných pozícií, ich alokácie a zodpovednosti, ktoré budú na projekte participovať

1. **Návrh Mediálnej stratégie** – požadovaným výstupom je návrh nákupu mediálneho priestoru

návrh nákupu mediálneho priestoru musí obsahovať:

* v akých médiách a prostrediach (online/offline) bude kampaň nasadená, v akej dĺžke bude kampaň trvať, v akých fázach bude nasadená a sumy za nasadenie v jednotlivých médiách. Pozn. rozpočet na mediálny priestor nemôže presiahnuť 140 000 Eur a nie je kritériom pre vyhodnotenie ponúk.

**Predmetom zákazky nie je:** nákup mediálneho priestoru.

Požadované plnenie bude prebiehať na základe čiastkových objednávok, ktoré budú rozdelené podľa troch fáz/inkrementov.

Uchádzač v ponuke predloží Vlastný návrh (kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 2) vypracovaný v zmysle bodu 13 tejto Výzvy. Plnenia, ktoré budú obsahom inkrementov č. 1 až č. 3 budú ďalej špecifikovať Vlastný návrh predložený v ponuke, a to na základe objednávky Objednávateľa v zmysle ustanovení Rámcovej dohody.

**8. Spoločný slovník obstarávania:**

79341100-7 Reklamné poradenské služby

79341400-0 Služby týkajúce sa reklamnej kampane

79341200-8 Manažment reklamy

79413000-2 Poradenské služby pre riadenie marketingu

**9. Celkový rozsah predmetu zákazky:**

1. Návrh komunikačnej stratégie a kreatívneho konceptu

2. Návrh časového plánu

3. Návrh nákupu mediálneho priestoru

4. Výroba a produkcia kampane v jej jednotlivých fázach

Uchádzači v stanovenej lehote na predkladanie ponúk predložia svoje ponuky, ktoré budú predmetom hodnotenia verejného obstarávateľa. Po vyhodnotení predložených ponúk verejný obstarávateľ oznámi výsledok vyhodnotenia jednotlivým uchádzačom. S úspešným uchádzačom bude podpísaná  Rámcová dohoda.

**10. Predpokladaná hodnota zákazky v EUR bez DPH:**

Bude určená až pri vyhlásení verejného obstarávania.

**11. Hlavné podmienky financovania a platobné dojednania:**

Na základe faktúry dodávateľa. Splatnosť faktúry do 60 dní od jej doručenia. Zákazka je spolufinancovaná zo štátneho rozpočtu.

**12. Podmienky účasti:**

Uchádzač musí spĺňať podmienku účasti podľa **§ 32 ods. 1 písm. e) zákona o verejnom obstarávaní**, t. j. musí byť oprávnený poskytovať službu v oblasti predmetu zákazky. Pre účely splnenia predmetnej podmienky účasti osobného postavenia uchádzač nepredkladá doklad   
o oprávnení poskytovať, uvedenú skutočnosť overí verejný obstarávateľ z informačného systému verejnej správy.

Uvedené platí pre hospodárske subjekty (uchádzačov) taxatívne vymenované v § 2 ods. 2 zákona č. 272/2015 Z. z. o registri právnických osôb, podnikateľov a orgánov verejnej moci a o zmene a doplnení niektorých zákonov. V ostatných prípadoch je uchádzač naďalej povinný predložiť doklad preukazujúci splnenie podmienky účasti týkajúcej sa osobného postavenia (napríklad výpis z obchodného registra alebo živnostenského registra).

Ak z predložených dokladov nemožno posúdiť ich platnosť alebo splnenie podmienky účasti, verejný obstarávateľ požiada uchádzača o vysvetlenie alebo doplnenie predložených dokladov. Ak uchádzač nesplní požiadavku podľa tohto bodu výzvy na predkladanie ponúk, ani po výzve na vysvetlenie alebo doplnenie chýbajúcich dokladov, bude z verejného obstarávania vylúčený a ako úspešný bude vyhodnotený uchádzač, ktorý sa umiestnil ako druhý v poradí.

Uchádzač musí spĺňať podmienku účasti podľa **§ 32 ods. 1 písm. f) zákona o verejnom obstarávaní**, t. j. nesmie mať uložený zákaz účasti vo verejnom obstarávaní potvrdený konečným rozhodnutím v Slovenskej republike alebo v štáte sídla, miesta podnikania alebo obvyklého pobytu (uvedenú skutočnosť overí verejný obstarávateľ).

Verejný obstarávateľ neuzavrie zmluvu s uchádzačom, u ktorého existuje dôvod na vylúčenie podľa § 40 ods. 6 písm. f) zákona o verejnom obstarávaní (konflikt záujmov, ktorý nemožno odstrániť inými účinnými opatreniami).

**Technická alebo odborná spôsobilosť uchádzača**:

Uchádzač musí spĺňať podmienku účasti podľa **§ 34 ods. 1 písm. a) zákona o verejnom obstarávaní**, ktorú preukáže predložením zoznamu poskytnutých služieb za predchádzajúce   
3 roky od vyhlásenia verejného obstarávania s uvedením cien, lehôt dodania a odberateľov (vrátane kontaktných údajov), dokladom je referencia, ak odberateľom bol verejný obstarávateľ alebo obstarávateľpodľa zákona o verejnom obstarávaní.

Pre splnenie podmienky účasti podľa § 34 ods. 1 písm. a) zákona o verejnom obstarávaní uchádzač predloží dôkazy o **minimálne dvoch praktických skúsenostiach** s tvorbou strategickej komunikácie kampane a návrhom umiestnenia v médiách, ktoré boli zamerané na komunikáciu realizovaných projektov a produktov a ich benefitov, a ktoré boli zároveň určené na vysielanie v médiách s celoštátnou pôsobnosťou.

**Zoznam poskytnutých služieb musí obsahovať minimálne:**

* názov a sídlo odberateľa,
* kontaktné údaje odberateľa, kde je možné uvedené informácie overiť (meno a priezvisko, tel. č., e-mail),
* predmet poskytnutej služby,
* popis predmetu poskytnutej služby,
* doba poskytnutia, **od – do, mesiac a rok**,
* cena poskytnutej služby **bez DPH** celkom za požadované obdobie.

Verejný obstarávateľ zohľadní referencie uchádzačov uvedené v evidencii referencií podľa § 12 zákona o verejnom obstarávaní, ak takéto referencie existujú, pričom uchádzač na takúto referenciu odkáže vo svojej ponuke.

**13. Kritériá na vyhodnotenie ponúk:**

**Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 1:** Celková cena za predmet zákazky v EUR vrátane DPH – **váhovosť 60%**

Ponuka uchádzača, ktorá získa najvyšší počet bodov, získa za Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 1 „Celková cena za predmet zákazky“ maximálny počet 60% (60 bodov), ostatné ponuky budú hodnotené úmerou podľa vzorca:

najnižšia cenová ponuka

Xi = 60 x ------------------------------------------

cenová ponuka hodnoteného uchádzača

kde Xi je počet bodov pridelený hodnotenej ponuke za Kritérium č. 1.

**Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 2:** Kvalita vlastného návrhu – váhovosť 40%

Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 2 bolo určené v súlade so zákonom o verejnom obstarávaní a zároveň v súlade s § 2 písm. l) zákona č. 357/2015 Z. z. o finančnej kontrole a audite a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, nakoľko verejný obstarávateľ má záujem na základe vyhodnotenia ponúk docieliť hospodárnosť pri realizácii daného predmetu zákazky, ktorú je vhodnejšie zabezpečiť nielen na základe jediného kritéria na vyhodnotenie ponúk najnižšej ceny“, ale aj zohľadnením celkovej kvality uchádzačom predloženého vlastného návrhu.

Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 2 „Kvalita vlastného návrhu“ sa bude hodnotiť nasledovne:

Verejný obstarávateľ zriadi za účelom vyhodnotenia ponúk najmenej trojčlennú komisiu, ktorej členovia majú odborné vzdelanie alebo odbornú prax zodpovedajúcu danému predmetu zákazky.

Každý člen komisie priradí vlastnému návrhu uvedenému v ponuke uchádzača také bodové ohodnotenie, ktoré vyjadruje mieru splnenia daného kritéria, a to spôsobom vyplývajúcim z nasledujúcej **bodovacej stupnice**:

|  |  |
| --- | --- |
| **Bodová hodnota odrážajúca úspešnosť predmetného návrhu v rámci Kritéria č. 2** | **Zdôvodnenie pridelenia počtu bodov** |
| „Ideálny návrh“ 100 bodov | Ideálny návrh spĺňa v maximálnej miere sledované ciele v rámci daného kritéria. |
| „Vysoká“ 99 až 75 bodov | Člen komisie nemá k ponúkanému plneniu pripomienky z hľadiska naplnenia preferencií verejného obstarávateľa. Návrh spĺňa sledované ciele čiastočne. |
| „Nadpriemerná“ 74 až 50 bodov | Člen komisie má k ponúkanému plneniu drobné pripomienky z hľadiska naplnenia preferencií verejného obstarávateľa. Návrh spĺňa sledované ciele čiastočne. |
| „Priemerná“ 49 až 25 bodov | Člen komisie má k ponúkanému plneniu podstatné pripomienky z hľadiska naplnenia preferencií verejného obstarávateľa. Návrh spĺňa sledované ciele obmedzene. |
| „Podpriemerná“ 24 až 0 bodov | Člen komisie má k ponúkanému plneniu výrazne veľké množstvo pripomienok z hľadiska naplnenia preferencií verejného obstarávateľa. Návrh nevyhovuje sledovaným cieľom. |

**Pri hodnotení Vlastného návrhu uvedeného v ponuke uchádzača sa bude vychádzať z požiadaviek na obsah návrhu uvedených verejným obstarávateľom v bode 7 a tomto bode 13 Výzvy, v Prílohe č. 1, v Prílohe č. 2 tejto Výzvy a zároveň z nižšie uvedených skutočností:**

V rámci posudzovania kvality návrhu stratégie komunikácie, návrhu časového plánu a návrhu nákupu mediálneho priestoru bude členom komisie najvyšším počtom bodov vyhodnotený ten Vlastný návrh, ktorý:

* + vytvorí najlepšie predpoklady na dosiahnutie cieľa upovedomiť občanov, že prostredníctvom aplikácie Slovensko v mobile im budú sprístupnené elektronické služby štátu,
  + dokáže prehľadne formulovať výhody aplikácie, stojacej na platforme pozostávajúcej z viacerých funkčných modulov a správne vysvetliť cieľovej skupine vznik modulov v troch fázach,
  + odporúčania budú v čo najväčšej miere vychádzať a logicky nadväzovať na požiadavky vychádzajúce zo zadania (Príloha č. 1 a Príloha č. 2),
  + dokáže byť konzistentný ako v hlavnej stratégii, tak v nadväzujúcich fázach kampane,
  + navrhne komunikačný mix, ktorý bude obsahovať taký výber komunikačných nástrojov a kanálov, ktorý má najväčší potenciál zasiahnuť cieľové skupiny a zaistiť zvýšenie povedomia a informovanosť o projekte Slovensko v mobile.

Následne Vlastnému návrhu uvedenému v ponuke uchádzača každý člen komisie pridelí bodové ohodnotenie (zaokrúhlené na jedno desatinné miesto). Bodové hodnotenia všetkých členov komisie týkajúce sa určitého Vlastného návrhu uchádzača sa potom sčítajú.

Ponuka uchádzača, ktorá získa najvyšší počet bodov, získa za Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 2 „Kvalita vlastného návrhu“ maximálny počet 40%, ostatné ponuky budú hodnotené úmerou podľa vzorca:

počet bodov pridelený hodnotenej ponuke za Kvalitu vlastného návrhu

Xii = 40 x --------------------------------------------------------------------------------------------

najvyšší počet bodov za Kvalitu vlastného návrhu

kde Xii je počet bodov pridelený hodnotenej ponuke za Kritérium č. 2.

Konečné poradie uchádzačov v danom verejnom obstarávaní sa stanoví podľa súčtu nimi získaných bodov za Kritérium č. 1 a Kritérium č. 2, pričom úspešným uchádzačom sa stane ten uchádzač, ktorý získa najviac bodov (za predpokladu splnenia aj ostatných podmienok uvedených v tejto Výzve).

**14. Lehota na predkladanie ponúk uplynie dňa (dátum a čas):**

Bude určená pri vyhlásení verejného obstarávania.

**15. Miesto na predloženie ponúk:**

Bude určené pri vyhlásení verejného obstarávania.

**16. Ponuka musí obsahovať:**

1. Všetky doklady, ktorými uchádzač **preukáže splnenie podmienok účasti** (bod 12 Výzvy).

2. Doplnený a podpísaný **Návrh na plnenie Kritéria č. 1** určeného verejným obstarávateľom na hodnotenie ponúk – podľa bodu č.17 Výzvy.

3. Vyplnenú a podpísanú **Rámcovú dohodu spolu s prílohami** (Príloha č. 3 tejto Výzvy).

4. **Samostatnú časť, t. j. samostatný, oddelený dokument** označený ako – **„VLASTNÝ NÁVRH - Slovensko v mobile“**, ktorý bude vypracovaný v zmysle bodov 7 a 13 tejto Výzvy a Prílohy č. 1 a Prílohy č. 2 tejto Výzvy. Dokument **„VLASTNÝ NÁVRH - Slovensko v mobile“** nesmie obsahovať žiadne identifikačné údaje uchádzača, tak aby bola zachovaná **anonymita** v procese hodnotenia tejto časti ponuky komisiou. Žiadna časť tohto vlastného návrhu nesmie obsahovať popis, heslo ani inú grafickú značku, ktorá by mohla viesť k porušeniu anonymity. Porušenie anonymity je dôvodom pre vylúčenie uchádzača z daného verejného obstarávania.

Záujemca môže požiadať verejného obstarávateľa o vysvetlenie tejto Výzvy a jej príloh. Verejný obstarávateľ bezodkladne poskytne vysvetlenie informácií potrebných na vypracovanie ponuky, za predpokladu, že o vysvetlenie záujemca požiada dostatočne vopred.

**17. Návrh na plnenie Kritéria č. 1 určeného verejným obstarávateľom na hodnotenie ponúk.**

**Kritérium na vyhodnotenie ponúk č. 1:** Celková cena za predmet zákazky v EUR vrátane DPH:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Názov** | **Jednotková cena bez DPH** | **Jednotková cena s DPH** | **Množstvo** | **Celková cena spolu bez DPH** | **Celková cena spolu s DPH** |
|  |  |
| Návrh komunikačnej stratégie a kreatívneho konceptu |  |  | **1x návrh stratégie a kreatívneho konceptu** |  |  |
| Návrh časového plánu spúšťania jednotlivých fáz kampane |  |  | **1x návrh časového plánu** |  |  |
| Návrh mediálnej stratégie |  |  | **1x návrh nákupu mediálneho priestoru** |  |  |
| Výroba a produkcia kampane v jej jednotlivých fázach |  |  | **3x výroba a produkcia kampane v jednotlivých (troch) fázach** |  |  |
| SPOLU |  |  |  |  |  |

Súčasťou ponukovej ceny za poskytnutie služby musia byť všetky náklady, ktoré vzniknú uchádzačovi pri plnení predmetu zákazky. V prípade, že uchádzač nie je platiteľom DPH, uvedie verejnému obstarávateľovi túto skutočnosť.

Všetky náklady spojené s prípravou a predložením ponuky znáša uchádzač bez akéhokoľvek finančného alebo iného nároku voči verejnému obstarávateľovi, a to aj v prípade, že uchádzač nebude úspešný v danom verejnom obstarávaní alebo že verejný obstarávateľ zruší toto verejné obstarávanie.

**18. Vyhodnotenie ponúk:**

Vyhodnotenie ponúk z hľadiska splnenia podmienok účasti a vyhodnotenie ponúk z hľadiska splnenia požiadaviek na predmet zákazky sa uskutoční po vyhodnotení ponúk na základe kritérií na vyhodnotenie ponúk, a to v prípade uchádzača, ktorý sa umiestnil na prvom mieste v priebežnom poradí. Ak ponuka uchádzača nebude obsahovať všetky náležitosti podľa tejto Výzvy, uchádzač bude požiadaný o vysvetlenie alebo doplnenie predložených dokladov.

Ak dôjde k vylúčeniu uchádzača alebo jeho ponuky, vyhodnotí sa následne splnenie podmienok účasti a požiadaviek na predmet zákazky u ďalšieho uchádzača v poradí tak, aby uchádzač umiestnený na prvom mieste v novo zostavenom poradí spĺňal podmienky účasti a požiadavky na predmet zákazky.

Verejný obstarávateľ po vyhodnotení ponúk bezodkladne zašle informáciu o vyhodnotení ponúk všetkým uchádzačom elektronicky. Verejný obstarávateľ bude úspešného uchádzača kontaktovať prostredníctvom elektronickej pošty ihneď po vyhodnotení. S úspešným uchádzačom bude uzatvorená Rámcová dohoda.

**19. Jazyk, v ktorom možno predložiť ponuky:**

Štátny jazyk, slovenský jazyk (alebo český jazyk).

**20. Zákazka sa týka projektu / programu financovaného z fondov EÚ:**  štátny rozpočet alebo fondy EÚ

**21. Dátum zaslania výzvy na predkladanie ponúk:**

Bude uvedený pri vyhlásení verejného obstarávania.

**Prílohy:**

Príloha č. 1 – Východiská a požiadavky verejného obstarávania

Príloha č. 2 – Prezentácia: „Mobilná aplikácia: Slovensko v mobile“

Príloha č. 3 – Rámcová dohoda s prílohami

**Príloha č. 1 - Východiská a požiadavky verejného obstarávania**

1. **Základný opis:**

Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie plánuje predstaviť projekt s názvom Slovensko v mobile, ktorého výstupom bude mobilná aplikácia pre systémy Android a iOS.

Cieľom aplikácie je sprístupniť občanom elektronické služby štátu v mobile.

Aplikácia bude súčasťou „ekosystému“, v ktorom bude zahrnutý portál Slovensko.sk (Ústredný portál verejnej správy), portály a služby jednotlivých orgánov verejnej moci (OVM) a v ideálnom prípade aj externé subjekty z komerčnej sféry, napríklad banky atď.

Aplikácia vytvorí komunikačný kanál medzi týmito subjektmi, s ambíciou proaktívnej komunikácie štátu a partnerov voči občanovi.

Aplikácia stojí na platforme, ktorá bude pozostávať z viacerých funkčných modulov. Moduly budú vznikať v troch fázach postupne. Prvá fáza modulov je v tomto okamihu daná. Moduly v prvej fáze zahŕňajú:

* **mobilné ID (mID)**- mobilný autentifikátor fyzickej osoby(pre-rekvizita pre ostatné moduly)
* **notifikácie (ePUSH)** - podporia interakciu štátu s občanom formou push notifikácií

V ďalších fázach sú plánované tieto moduly:

* **Mobilná schránka** - elektronická komunikačná schránka
* **Podpis klikom**
* **Kontextové služby** – poskytnutie služieb na základe dát používateľa
* **Mobilné platby** - modul mobilných platieb, napr. úhrada správnych/súdnych poplatkov
* **Smart návody** – občan má k dispozícii jednoduchý a prehľadný návod ako vybaviť službu.

Tieto moduly majú byť komunikované postupne, avšak momentálne ešte nie je určené, v akom poradí. Ich poradie bude určené aj na základe prvotnej fázy propagácie aplikácie a na základe potrieb občanov, ako aj ich technickej pripravenosti. Viac v bode 2: *Časovanie/rozloženie SVM v čase.*

Moduly umožňujú realizáciu use-casov (UC), resp. vybavenie vybraných životných situácií.

Príkladom UC je tzv. „Dashboard“ podnikateľa, ktorý poskytne užívateľovi prehlaď o stave firmy, o povinnostiach voči jednotlivým inštitúciám. A v prípade vzniku nedoplatku, môže inštitúcia hneď proaktívne notifikovať občanaePUSHkou. V budúcnosti, po implementácii modulu platby aj s možnosťou úhrady nedoplatku.

Viac informácii a príkladov v priloženej prezentácii (prezentácia a jej obsah nie je určená na sprístupnenie tretím stranám). Príklady uvedené v prezentácii (Dashboard, Poštová doručenka a ePN) obsahujú v pravom dolnom rohu aj ukážku prototypov. Nejde však o ukážku finálneho stavu.

Pre užívateľa sú z nášho pohľadu podstatné UC, čiže to, čo bude vedieť vybaviť prostredníctvom aplikácie. Modul sám o sebe je technická funkcionalita, ktorá je využitá v UC. Samozrejme môžu existovať prípady, kedy na celý UC bude stačiť jeden modul, ale väčšinou bude UC potrebovať viacero modulov. UC teda riešia určitý problém, alebo úkon občana využitím vyššie spomínaných modulov.

1. **Časovanie/rozloženie SVM v čase:**

Projekt, aplikácia a jej spomínané funkčné moduly, budú dodávané postupne, podľa aktuálneho plánu v troch inkrementoch (t. j. fázach), až do roku 2023. Prvý inkrement má už zafixované moduly mID a ePush. Poradie implementácie ďalších modulov, čiže to, čo bude postupne rozširovať možnosti aplikácie a aké UC bude vedieť riešiť, sa ešte môže meniť. Čiže dnes nevieme s istotu povedať, či v druhom inkremente pribudne napr. platba a podpis klikom až v treťom, alebo opačne. Poradie vývoja a spúšťania ďalších modulov bude podliehať prioritizácii, ktorá bude vychádzať z UC, ktoré budeme chcieť spúšťať. Výber UC vychádza primárne z potrieb občanov, požiadaviek iných OVM, ale v ďalších krokoch musíme samozrejme zohľadňovať aj technickú náročnosť na vývoj, pripadne legislatívne požiadavky a v prípadoch, kde je potrebná integrácia aj partnerov a ich pripravenosť.

Uvedomujeme si, že to vnáša do návrhu komunikácie istú mieru neistoty. Ale absolútne a presné zadefinovanie funkcii, UC a dátumov ich spustenia v súčasnosti nie je možné. Predstavujeme si teda návrh komunikácie rozdelený na fázy, vrátane návrhu, ako sa s danou neistotou vysporiadať.

Plánované dátumy spúšťania inkrementov sú:

Prvý inkrement 28.2.2022, druhý inkrement 31.12.2022, tretí inkrement 30.6.2023.

1. **Cieľová skupina:**

Vo finále je aplikácia určená všetkým, ktorí potrebujú so štátom, OVM a integrovanými partnermi riešiť agendu, ktorá bude sprístupnená v aplikácii. Môžu to byť rodičia, ktorí využijú mID na prihlásenie do Edupage, môžu to byť podnikatelia, ktorým Sociálna poisťovňa pošle notifikáciu o nedoplatku a nedoplatok budú môcť aj uhradiť. Koho, ako a v akom čase budeme oslovovať sa odvíja od toho v akom poradí budú implementované jednotlivé moduly a aké UC teda umožnia.

Na úvodnú cieľovú skupinu vplýva aj onboarding do aplikácie, ktorý v prvej fáze bude prebiehať selfcarovo na Slovensko.sk a bude pri overovaní identity vyžadovať občiansky preukaz s čipom a čítačkou. Tento spôsob bude teda možný len pre existujúcich užívateľov Slovensko.sk. Plánujeme aj asistovaný onboarding, napr. na integrovaných obslužných miestach Pošty, prípadne u iných partnerov, kde by identitu overoval zodpovedný pracovník. Odpadla by tak nutnosť čítačky a eID. Ale realizáciu tejto formy k februáru 2021 zatiaľ nemáme potvrdenú.

Plánovaná je aj integrácia s novým občianskym preukazom s NFC, uvažujeme o biometrii a ďalších technológiách.

Preto z nášho pohľadu je v prvej fáze zrejme ideálnou cieľovou skupinou aktívna báza používateľov eID a Slovensko.sk. - podnikatelia, účtovníci, právnici. Sekundárne IT komunita. Podľa našich odhadov cca 140000 užívateľov. Očakávame návrhy ďalších cieľových skupín, kde by to dávalo zmysel.

1. **V rámci návrhu očakávame:**
2. Stratégiu – čo komunikovať, aký message a podľa toho identifikovať vhodnú cieľovú skupinu a tomu zodpovedajúce kanály.
3. Kreatívny koncept ku fáze 1 a náčrt, ako bude tento koncept ďalej nadväzovať / fungovať pri fáze 2 a fáze 3.
4. Časový plán, kedy by sa spúšťali jednotlivé elementy navrhnutej komunikácie aj s high level nacenením.
5. Návrh médií na umiestnenie kampane a nákupu mediálneho priestoru so zreteľom na prvú fázu a náčrt na umiestnenie kampane v nasledujúcich dvoch fázach
6. Vo fáze 2 a 3 očakávame rovnako detailný návrh/stratégiu kampane, ako pre fázu 1.

**Príloha č. 2 - Prezentácia: „Mobilná aplikácia: Slovensko v mobile“**

*(predložená v osobitnom dokumente vo formáte PDF)*

**Príloha č. 3 – Rámcová dohoda s prílohami**

*(predložená v samostatnom dokumente vo formáte MS Word)*