

XXXXX XXXXX XXXXX XXXXX

XXXXX

[dake\(5\)mail.chcemvediet.sk](mailto:dake(5)mail.chcemvediet.sk)**Váš list číslo/zo dňa**  
18.5.2018**Naše číslo**  
571/2018**Vybavuje**  
JUDr. Čechová**V Bratislave, dňa**  
28.5.2018**Žiadosť o sprístupnenie informácie podľa zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov - ODPOVEĎ**

Vážený pán xxxxx,

žiadosťou o sprístupnenie informácie podľa zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o slobode informácií“) ste požiadali spoločnosť TIPOS, národná lotériová spoločnosť, a. s. (ďalej len „spoločnosť TIPOS“) o sprístupnenie informácie, a to všetkých externých analýz, podľa ktorých sa vyhodnocovala efektívnosť zmluvy uzatvorenej medzi spoločnosťou TIPOS a spoločnosťou UNIMEDIA, s.r.o. (ďalej len „žiadosť“), v elektronickej podobe na emailovú adresu: [dake\(5\)mail.chcemvediet.sk](mailto:dake(5)mail.chcemvediet.sk). Vzhľadom na uvedené, spoločnosť TIPOS si dovoľuje uviesť nasledovné:

V zmysle ustanovenia § 3 ods. 1 zákona o slobode informácií, *„každý má právo na prístup k informáciám, ktoré majú povinné osoby k dispozícii“*

Spoločnosť TIPOS je povinnou osobou podľa § 2 ods. 3 zákona o slobode informácií. Takáto povinná osoba má informačnú povinnosť výlučne iba v rozsahu ustanovenom v § 3 ods. 2 zákona o slobode informácií, podľa ktorého *„sprístupní iba informácie o hospodárení s verejnými prostriedkami nakladaní s majetkom štátu, majetkom vyššieho územného celku alebo majetkom obce, o životnom prostredí o úlohách alebo odborných službách týkajúcich sa životného prostredia a o obsahu, plnenia činnostiach vykonávaných na základe uzatvorenej zmluvy.“*

Z uvedeného vyplýva, že spoločnosť TIPOS je povinnou osobou s obmedzenou informačnou povinnosťou, v zmysle ktorej má povinnosť sprístupňovať informácie v rozsahu výlučne ustanovenom zákonom o slobode informácií, tzn. spoločnosť TIPOS má povinnosť informácie sprístupniť iba v prípade, ak by sa daná informácia týkala:

- a) hospodárenia s verejnými prostriedkami, príp. nakladania s majetkom štátu, majetkom vyššieho územného celku alebo majetkom obce, alebo
- b) životného prostredia, úloh alebo odborných služieb týkajúcich sa životného prostredia, alebo
- c) obsahu, plnení a činností vykonávaných na základe uzatvorenej zmluvy.

Vami požadovaná informácia nespadá pod vyššie uvedený zákonný rozsah informačnej povinnosti spoločnosti TIPOS, avšak aj napriek uvedeným skutočnostiam Vám naša spoločnosť sprístupňuje požadované informácie, a to opisom prostredníctvom príloh.

Vzhľadom na vyššie uvedené skutočnosti máme za to, že **spoločnosť TIPOS vyhoveľa Vašej žiadosti o sprístupnenie informácie, a to nad rámec zákonom jej určenej informačnej povinnosti.**

V zmysle ustanovenia § 18 zákona o slobode informácií, ak povinná osoba poskytne žiadateľovi požadované informácie v rozsahu a spôsobom podľa § 16 zákona o slobode informácií v zákonnej lehote, urobí o tom rozhodnutie zápisom v spise. Proti takémuto rozhodnutiu nemožno podať opravný prostriedok.

S pozdravom,



Ing.  
gener. Ján Barczy

TIPOS, národná lotériová spoločnosť, a. s.

Príloha - Opis externých analýz

## PRÍLOHA

### ŠTRUKTÚROVANÝ OPIS A ZÁVERY JEDNOTLIVÝCH ANALÝZ MEDIÁLNEHO TRHU A POSKYTOVANIA MEDIÁLNYCH SLUŽIEB PROSTREDNÍCTVOM SPOLOČNOSTI UNIMEDIA S.R.O., BRATISLAVA

#### Analýza, júl 2014

- analýza (súčasný stav a trendy) na mediálnom trhu v SR
- zdefinovanie potrieb spoločnosti TIPOS v oblasti marketingovej komunikácie (značka, produkty, podpora obchodnej siete)
- osobitná komunikácia pre produkt - Národná bločková lotéria
- analýza nákupu mediálneho priestoru siedmich najväčších mediálnych agentúr za rok 2013
- záverečné odporúčanie pre TIPOS

#### Analýza, január 2015

- analýza vývoja na mediálnom trhu v SR
- potreby spoločnosti TIPOS v roku 2014 v oblasti marketingovej komunikácie a podpory predaja
- návrh na využitie potenciálu letných olympijských hier v Rio de Janiero
- vyjadrenie k marketingovej komunikácii pre novú lotériu Eurojackpot
- analýza presunu divákov/klientov na internet, spôsoby nákupu reklamného priestoru na internete
- analýza výdavkov na médiá (TV, noviny, časopisy rozhlas) za rok 2014 v porovnaní s koncovými cenami TIPOS
- odporúčania pre rok 2015, osobitne k novému produktu Eurojackpot

#### Analýza, júl 2015

analýza mediálneho trhu za I. polrok 2015

návrh potrieb spoločnosti TIPOS v oblasti marketingovej komunikácie a podpory predaja vii. polroku 2015,

analýza vývoja cien - nákup mediálneho priestoru, obrat reklamných agentúr a nákup cez Unimedia v roku 2014 (porovnanie cien)

#### Analýza, november 2015

- analýza/ vývoj mediálneho trhu
- návrh potrieb spoločnosti TIPOS v oblasti marketingovej komunikácie a podpory predaja na rok 2016
- analýza mediálnych výdavkov v II. polroku 2015 a porovnanie s koncovými cenami pre TIPOS

predpoklad vývoja cien v roku 2016

### **Analýza, máj 2016**

očakávania v médiách 2016, vývoj mediálneho trhu/výdavky očakávaný SOS  
TOP udalosti, udalosti TV, vypredanosť TV, očakávania TV, detto pre Rádio, Printy, udalosti **OOH**,  
udalosti online  
trendy médií do roku 2018  
Stratégia - mediálna stratégia značky TIPOS, komunikácia v segmente, sumár/odporúčania  
neštandardné mediálne riešenia  
meranie úspešnosti mediálnej stratégie  
spôsob nákupu, spôsob práce, dodávanie podkladov do médií  
online médiá /mobilná návštevnosť, výkonnosť reklamy na Slovensku, internetová populácia, profil  
užívateľa, správanie užívateľa, návštevnosť SK portálov

### **Analýza, december 2016**

mediálne očakávania 2017 mediálny trh SK/výdavky (net hodnota) očakávaný SOS/mediamix  
TOP udalosti, OOH očakávania, online očakávania  
Stratégia: - dlhodobé vízie a denné úlohy  
komunikačné ciele a KPIs, komunikácia v segmente  
cieľové skupiny pre TIPOS  
strategické výstupy/zákazník - značka - trh  
základné mediálne ukazovatele: TV, Rádio, printy  
odporúčania nastavenia taktických kampaní - printy, TV, Rádio  
výber cieľových skupín - výber efektívnych komunikačných kanálov  
Brand display - odporúčania k nasadeniu, Brand display formáty  
mobilná reklama a formáty - odporúčania k nasadeniu  
návrhy neštandardných mediálnych riešení, neštandardné online formáty,  
meranie úspešnosti mediálnej stratégie a jej východiská

### **Analýza, november 2017**

analýza mediálneho trhu, top udalosti, vývoj mediálnych investícií podľa segmentov médií návrh  
stratégie značky TIPOS  
branding - návrhy, segmentácia a cieľové skupiny, sumár- odporúčania meranie efektívnosti kampaní  
neštandardné mediálne riešenia ciele online komunikácie

Spoločnosť TIPOS, národná lotériová spoločnosť, a. s. dlhodobo používa pre svoje obchodné rozhodnutia analýzy stavu trhu, konkurencie, vývoja médií a ďalších skutočností, ktoré sú dôležitým podkladom **pri tvorbe a realizácií:**

- dlhodobej stratégie rozvoja spoločnosti
- plánov marketingovej komunikácie, podpory predaja a PR (dlhodobý plán a ročné plány)
- obchodnej politiky spoločnosti
- produktovej politiky spoločnosti
- tvorby rozpočtu, vrátane rozpočtu pre marketingovú komunikáciu, PR a podporu predaja