

ՀԱՄԱՁԱՅՆԱԳԻՐ №6

«23» փետվար 2026թ. № ՇՄՆ-COP17-26/01 պայմանագրի

ք.Երևան

«18» « 06 » 2026թ.

Շրջակա միջավայրի նախարարությունը, ի դեմս գլխավոր քարտուղարի պ/կ Արկադի Խաչատրյանի, որը գործում է նախարարության կանոնադրության հիման վրա, այսուհետ՝ «Պատվիրատու», մի կողմից, և «Դոպինգ Սփեյս» ՍՊԸ-ն, ի դեմս տնօրեն Հայկ Սիմոնյանի, որը գործում է Ընկերության կանոնադրության հիման վրա, այսուհետ՝ «Կատարող», մյուս կողմից, երկուսը միասին՝ այսուհետ՝ «Կողմեր», ղեկավարվելով ՀՀ քաղաքացիական օրենսդրությամբ և հիմք ընդունելով կողմերի միջև 2026 թվականի փետրվարի 23-ին կնքված «№ ՇՄՆ-COP17-26/01» ծածկագրով պայմանագրի (այսուհետ՝ Պայմանագիր) 1.2, 2.4.1, 2.2.4 և 7.5 կետերը, փոխադարձ համաձայնությամբ կնքեցին սույն համաձայնագիրը (այսուհետ՝ Համաձայնագիր) հետևալի մասին:

1. Համաձայնագրի առարկան

- 1.1. Կողմերը որոշեցին 2026 թվականի փետրվարի 23-ին կնքված «№ ՇՄՆ-COP17-26/01» ծածկագրով պայմանագիրը լրացնել՝
 - 1.1.1. վճարման ժամանակացույց հավելվածով՝ համաձայն Հավելված №1-ի,
 - 1.1.2. «Թվային արտաքին գովազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (DOOH)» փուլային ծառայությունների մատուցման (ծեղքբերման) նկարագրով (տեխնիկական բնութագիր)՝ համաձայն Հավելված №2-ի,
 - 1.1.3. «Թվային արտաքին գովազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (DOOH)» փուլային ծառայությունների մատուցման (ծեղքբերման) նախահաշիվը՝ համաձայն Հավելված №3-ի:

2. Այլ պայմաններ

- 2.1. Համաձայնագրի պայմանները կիրառվում են մինչև համաձայնագիրն ուժի մեջ մտնելը կողմերի միջև 2026 թվականի փետրվարի 23-ից փաստացի ծագած հարաբերությունների նկատմամբ և գործում է մինչև կողմերի պայմանագրով ստանձնած պարտավորությունների ողջ ծավալով կատարումը:
- 2.2. Կատարողը պարտավոր է Համաձայնագրի կատարման նպատակով կնքված պայմանագրերի կամ համաձայնագրերի կամ հաշիվ-ապրանքագրերի կամ երրորդ անձանց կողմից ներկայացված, Համաձայնագրով նախատեսված ծառայությունների կամ աշխատանքների գնագոյացմանը վերաբերող այլ փաստաթղթերի պատճեն, դրանք կնքելուց կամ հաստատելուց կամ ստանալուց հետո 25 (քսանհինգ) աշխատանքային օրվա ընթացքում ներկայացնել Պատվիրատուին:
- 2.3. Պատվիրատուին տրամադրել Պայմանագրի 2.3.2 կետով նախատեսված «Կենսաբանական բազմազանության մասին» կոնվենցիայի քարտուղարության ներկայացուցչի համաձայնությունը (այդ թվում՝ էլեկտրոնային փոստով ստանալու դեպքում)՝ Ծառայության մատուցման փուլային նկարագրի ու հանձնման-ընդունման արձանագրության վերաբերյալ:
- 2.4. Եթե Կատարողը Համաձայնագրի կատարման նպատակով պարտավորություններ է ստանձնել երրորդ անձանց առջև, սակայն Պատվիրատուի գործողությունների կամ անգործության հետևանքով կամ Պատվիրատուի կողմից Պայմանագիրը կամ Համաձայնագիրը դադարեցնելու կամ չեղարկելու հետևանքով երրորդ անձանց առջև առաջանում են նրանց հետ կնքված պայմանագրերով նախատեսված պարտավորություններ, ապա Պատվիրատուի կողմից այդ պարտավորություններն ամբողջ ծավալով ենթակա են հատուցման՝ Կատարողի կողմից հիմնավորող փաստաթղթեր ներկայացնելու, ինչպես նաև ստանձնած պարտավորությունների շրջանակում սեփականության իրավունքով ձեռք բերված բոլոր նյութական արժեքները (առկայության դեպքում) և արդյունքային ցուցանիշները Պատվիրատուին հանձնելու դեպքում:
- 2.5. Եթե Կատարողը Համաձայնագրի կատարման ընթացքում հրաժարվում է այն կատարելուց, ապա Կատարողը պարտավոր է վճարել Պատվիրատուին Պայմանագրի 5.2 կետով նախատեսված տուգանքը, ինչպես նաև հատուցել Համաձայնագրի 1.1.4 կետով սահմանված գնման առարկան այլ անձանցից ձեռքբերման դեպքում գների դրական տարբերությունը: Սույն կետով նախատեսված դեպքերում Կողմերը կազմում են փոխադարձ հաշվարկների ակտ, որով.
 - ա) Կատարողի կողմից Պատվիրատուին է հանձնվում, իսկ Պատվիրատուն ընդունում է մինչև հրաժարման կամ լուծման պահը Համաձայնագրի արդյունքները,
 - բ) Կատարողը պարտավորվում է Պատվիրատուին վերադարձնել Համաձայնագրի շրջանակում կատարված բոլոր վճարումները, եթե դրանք չեն ծածկում փոխադարձ հաշվարկների ակտով կատարված ծախսերը:
- 2.6. Կանխավճարը մարվում է մինչև Համաձայնագրով նախատեսված ծառայությունների ավարտը՝ Պայմանագրի 4.2 կետով նախատեսված կարգով՝ հանձնման-ընդունման գործընթացի կազմակերպմամբ:

- 2.7. Համաձայնագրի Հավելված №3-ի «Չնախատեսված ծախսեր» տողով նախատեսված միջոցները կարող են օգտագործվել միայն փաստացի առաջացած ծախսերի ֆինանսավորման նպատակով: Ընդ որում, այդ ծախսերի իրականացման համար Պատվիրատուի նախնական համաձայնեցումը պարտադիր է: Նշված գումարի չօգտագործված մասը ենթակա է վերադարձման Պատվիրատուին: Պատվիրատուն սույն կետով նախատեսված համաձայնությունը կամ մերժումը հայտնում է Կատարողին 1 (մեկ) օրվա ընթացքում:
- 2.8. Համաձայնագիրը կազմված է 2 (երկու) էջից, կնքվում է երկու օրինակից, հայերեն լեզվով, որոնք ունեն հավասարազոր իրավաբանական ուժ: Յուրաքանչյուր կողմին տրվում է մեկական օրինակ: Համաձայնագրի Հավելվածը համարվում է համաձայնագրի անբաժանելի մասը:
- 2.9. Սույն համաձայնագիրը ուժի մեջ է մտնում սույն համաձայնագրով նախատեսված ֆինանսական միջոցների հատկացման մասին ՀՀ կառավարության որոշման ուժի մեջ մտնելու օրը:

3. Կողմերի հասցեները, բանկային վավերապայմանները և ստորագրությունները

ՊԱՏՎԻՐԱՏՈՒ

Շրջակա միջավայրի նախարարություն

ք.Երևան, Կառավարական տուն 3

ՖՆ գործառնական վարչություն

ՀՀ 900011066439

ՀՎՀՀ 02507198

Շրջակա միջավայրի նախարարության

գլխավոր քարտուղարի պ/կ

Ա.Խաչատրյան

(ստորագրություն)

Կ.Տ.



ԿԱՏԱՐՈՂ

«Դոպինգ Սփեյս» ՍՊԸ

ք.Երևան, Նալբանդյան 25 ա, բն. 58

«Էվոկաբանկ» ՓԲԸ

ՀՀ 1660030207649200

ՀՎՀՀ 02893152

«Դոպինգ Սփեյս» ՍՊԸ-ի

տնօրեն

Հ.Սիմոնյան

(ստորագրություն)

Կ.Տ.



[Handwritten signatures]

[illegible]

ԿԱՏԱՐՈՂ
ԴՊՐՈՒՆԳ ՍՓԵՅՍ ՍՊԸ
տնօրեն

Հայկ Միսրոնյան



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԺԱՄԱՆԱԿԱՅԻՆ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ

($\ll \eta_{\text{PLU}}$)

[illegible]

Հավելված №2
« 18 » « 06 » 2026թ. կնքված
համաձայնագիր №6
« 23 » « փետրվարի » 2026թ. կնքված
«№ ՇՄՆ-COP17-26/01» պայմանագրի

ՊԱՏՎԻՐԱՏՈՒ

Շրջակա միջավայրի նախարարության
գլխավոր քարտուղարի պ/կ

Ա.Խաչատրյան

(ստորագրություն)

Կ.Տ.

ԿԱՏԱՐՈՂ

«Դոպինգ Սպորտս» ՍՊԸ-ի
տնօրեն

Հ.Սիմոնյան

(ստորագրություն)

Կ.Տ.

ՄԱՏՈՒՑՄԱՆ ԵՆԹԱԿԱ ՓՈՒԼԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՐԱԳԻՐ

Լայնամասշտաբ տեղեկատվական և գովազդային արշավ՝ Հայաստանում անցկացվող COP17 համաժողովի մասին հնարավորինս լայն լսարանին տեղեկացնելու նպատակով: Միջոցառումների անցկացման վայրերի, կազմակերպչական գործընթացներում ներգրավված տրանսպորտային միջոցների և այլ տարրերի բրենդավորում:

ԹՎԱՅԻՆ ԱՐՏԱՔԻՆ ԳՈՎԱԶԳԻ ՍՈՒՆԵԼԾՈՒՄ և ՏԵԼԱՔԱՇԽՈՒՄ (DOOH)

Նպատակ

Մատուցման ենթակա փուլային ծառայության սույն նկարագիրը մշակվել է Շրջակա միջավայրի նախարարության (այսուհետ՝ Պատվիրատու) և «Դոպինգ Սպորտս» ՍՊԸ-ի (այսուհետ՝ Կատարող) միջև 2026 թվականի փետրվարի 23-ին կնքված «ՇՄՆ-COP17-26/01» ծածկագրով պայմանագրի (այսուհետ՝ Պայմանագիր) 2.4.1. կետի և Հավելված 1.1-ի 2-րդ կետի «բրենդինգի և ցուցանակների պատրաստում հանդիպման անցկացման ողջ տարածքում» պարբերությամբ սահմանված պահանջների կատարման նպատակով:

COP17 հաղորդակցման ռազմավարության շրջանակում թվային գովազդային կրիչների կիրառումը նախատեսվում է որպես բարձր հաճախականությամբ, ճկուն բովանդակությամբ և բազմակետ տեսանելիությամբ հաղորդակցման գործիք: Այն ապահովում է միջոցառման շարունակական և ինտենսիվ ներկայությունը քաղաքային միջավայրում, տրանսպորտային հանգույցներում և հանրային բարձր հոսք ունեցող փակ ու բաց տարածքներում:

Սույն նախագիծը հանդիսանում է COP17 հաղորդակցման և առաջխաղացման միասնական ռազմավարության բաղադրիչ և իրականացվում է դրա շրջանակում՝ որպես բարձր տեսանելիություն և գործառնական արդյունավետություն ապահովող հաղորդակցման ենթակառուցվածք:

Թվային գովազդային կրիչների սուբեդումն ու տեղաբաշխումը ծառայում է միաժամանակ մի քանի նպատակների՝

- ձևավորել COP17-ի արդիական և միջազգային մասշտաբի ընկալում
- ապահովել միջոցառման բարձր հաճախականությամբ տեսանելիություն տարբեր լսարանային միջավայրերում
- ստեղծել հնարավորություններ փուլային և իրավիճակային բովանդակային ուղերձների արագ փոփոխման և ադապտացման համար
- ուժեղացնել COP17-ի ներկայությունը այնպիսի կետերում, որտեղ լսարանի հետ շփումը կրկնվող և ինտենսիվ է
- ապահովել առավել ճկուն և օպերատիվ հաղորդակցություն՝ կախված արշավի փուլից, օրակարգից և թիրախային հոսքերից
- ձևավորել միասնական թվային բրենդային միջավայր, որտեղ COP17-ը ներկայանում է որպես միջազգային նշանակության օրակարգ և Հայաստանի համար ռազմավարական հարթակ

Նախագծի նկարագրություն և գործառնական տրամաբանություն

Թվային գովազդային կրիչների տեղաբաշխումը նախատեսվում է իրականացնել Երևանի կենտրոնական փողոցներում, բարձր անցանելիությամբ քաղաքային թվային էկրանների ցանցում, մետրոյում,

կինոթատրոններում՝ որպես pre-roll, ինչպես նաև օդանավակայանի ներսում և օդանավակայան տանող ճանապարհային հիմնական հատվածներում:

Տեղաբաշխման ընդհանուր տրամաբանությունը հիմնված է լսարանների շարժման օրինաչափությունների, հաղորդակցման միջավայրի առանձնահատկությունների, թվային գովազդային կրիչների տեսանելիության, տեխնիկական հնարավորությունների և տվյալ կետի հաղորդակցական արժեքի գնահատման վրա:

Թվային տեղաբաշխման հիմնական առավելությունն այն է, որ այն հնարավորություն է տալիս ապահովել ոչ միայն լայն ծածկույթ, այլ նաև՝

- բարձր հաճախականությամբ կոնտակտ
 - փուլային և միջավայրին համապատասխան բովանդակային ուղերձների փոփոխություն
 - նույն արշավի շրջանակում տարբեր ուղերձների ճկուն կառավարում
 - իմիջային և տեղեկատվական հաղորդակցության համադրում
- Թվային գովազդային տեղաբաշխումը կառուցվում է արշավի երկփուլ տրամաբանությամբ՝

Փուլ 1. Իմիջային և իրազեկման ձևավորման փուլ

Այս փուլում հիմնական նպատակը COP17-ի մասշտաբի, Հայաստանի՝ որպես հյուրընկալող երկրի, միջազգային կարևորության և միջոցառման ընդհանուր օրակարգի ընկալման ձևավորումն է: Տեսանյութերը, անիմացիոն լուծումները և թվային ուղերձները կրում են առավելապես իմիջային բնույթ:

Փուլ 2. Տեղեկատվական, ուղղորդող և ինտենսիվացման փուլ

Այս փուլում թվային գովազդային կրիչները սկսում են կրել ավելի կոնկրետ, տեղեկատվական և ուղղորդող բնույթ՝ աջակցելով միջոցառման ակտիվ շրջանին, մասնակիցների հոսքերի կառավարմանը, հանրային ուշադրության կենտրոնացմանը և COP17-ի շուրջ բարձր հաճախականությամբ հաղորդակցական ներկայության ապահովմանը:

1. Ստեղծագործական և տեսողական ապահովում թվային գովազդային կրիչների համար

Թվային տեղաբաշխման արդյունավետությունը մեծապես կախված է այն բանից, թե որքան հստակ և տեխնիկապես ճիշտ են մշակված բովանդակային միավորները տարբեր թվային միջավայրերի համար: Թվային էկրանների, կինոթատրոնների pre-roll-երի, մետրոյի ներքին համակարգերի և օդանավակայանային թվային գովազդային կրիչների դեպքում անհրաժեշտ է ապահովել ոչ միայն տեսողական միասնականություն, այլ նաև շարժական, դինամիկ և միջավայրին համապատասխան հաղորդակցման լեզու:

Այդ նպատակով ծառայության շրջանակում նախատեսվում է մշակել թվային գովազդային կրիչների համար նախատեսված ստեղծագործական և տեսողական լուծումների համակարգ, որը կապահովի COP17-ի հիմնական հաղորդակցման ուղղությունների արտահայտումը տարբեր թվային հարթակներում:

Այս բաղադրիչը ներառում է՝

- թվային արշավի ստեղծագործական հայեցակարգերի մշակում՝ ըստ փուլերի
- տարբեր թվային միջավայրերի համար նախատեսված անիմացիոն բովանդակության մշակում
- հիմնական բովանդակային ուղերձների ադապտացիա թվային հաղորդակցության լեզվով
- տեսանյութերի, motion-գրաֆիկայի և կարճ ֆորմատի բովանդակային ուղերձների մշակում
- տարբեր էկրանային հարաբերակցությունների, չափերի և տեխնիկական պահանջների համար ադապտացիաների իրականացում
- թվային գովազդային կրիչների տեխնիկական փաթեթների պատրաստում՝ ըստ մատակարարների պահանջների
- հաստատված բրենդային համակարգի հիման վրա բոլոր նյութերի միասնական արտացոլում

2. Քաղաքային թվային էկրանների տեղաբաշխում

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է թվային արտաքին գովազդի համակարգված տեղաբաշխում Երևանի կենտրոնական փողոցներում, բարձր անցանելիությամբ քաղաքային հատվածներում և հիմնական երթուղիների վրա գտնվող թվային էկրանների ցանցում:

Տեղաբաշխման տրամաբանությունը կառուցվում է այնպես, որ մի կողմից ապահովվի մայրաքաղաքի առավել տեսանելի գոտիներում COP17-ի շարունակական ներկայությունը, իսկ մյուս կողմից՝ ձևավորվի շփումների կրկնելիություն և հաճախականություն այնպիսի հատվածներում, որտեղ առկա է ինչպես Հայաստանի բնակչության, այնպես էլ միջազգային այցելուների հոսք:

Տեղաբաշխման շրջանակում նախատեսվում է՝

- Երևանի կենտրոնական փողոցներում գործող թվային արտաքին գովազդային էկրանների օգտագործում
- բարձր անցանելիությամբ և տեսանելիությամբ քաղաքային գոտիներում շարունակական թվային ներկայության ապահովում
- արշավի փուլերից կախված բովանդակության փոփոխման հնարավորություն
- տարբեր ժամանակային գոտիներով և հաճախականությամբ ցուցադրությունների պլանավորում
- ըստ տեղաբաշխման կետի՝ իմիջային, տեղեկատվական կամ ուղղորդող բովանդակության կիրառում



• մինչև 23 թվային էկրանների նպատակային տեղաբաշխում Երևանի կենտրոնական և առավել ակտիվ խաչմերուկներում 2-3 ամիս տևողությամբ, մասնավորապես՝

- Սայաթ-Նովա փողոց (Ֆրանսիայի հրապարակ) - 1 էկրան
- Աթենքի փողոց - 17 էկրան
- Տիգրան Մեծ պողոտա - 1 էկրան
- Մաշտոցի պողոտա - 1 էկրան
- Տերյան x Թումանյան խաչմերուկ - 1 էկրան
- Կորյուն x Տերյան խաչմերուկ - 1 էկրան
- Խանջյան փողոց - 1 էկրան

• ինչպես նաև 4 մարզկենտրոններում հավելյալ կրիչների տեղաբաշխում՝ ըստ հասանելիության, տեսանելիության և հաստատված մեդիա պլանի

Քաղաքային թվային տեղաբաշխման վերջնական ծավալները, կրիչների տեսակները, ցանցերի ընտրությունը և ցուցադրության հաճախականությունը ճշգրտվում են քարտեզագրման, հասանելիության, տեխնիկական պահանջների և հաստատված մեդիա պլանի հիման վրա:

3. Օդանավակայանի տարածքում թվային գովազդի տեղաբաշխում

Օդանավակայանի տարածքը դիտարկվում է որպես միջազգային լսարանի հետ առաջին և առավել ազդեցիկ հաղորդակցական շփման կետերից մեկը, ուստի այս հատվածը նախատեսվում է որպես առանձին ռազմավարական բլոկ:

Օդանավակայանի տարածքում թվային գովազդը պետք է ապահովի COP17-ի մասշտաբի, Հայաստանի հյուրընկալող դերի և միջոցառման միջազգային կարևորության անմիջական ընկալում դեռևս ժամանման առաջին փուլից:

Օդանավակայանի ներսում թվային գովազդային կրիչների նպատակային տեղաբաշխում՝ առավել տեսանելի և բարձր հոսք ունեցող հատվածներում, մասնավորապես՝

- մեկնումների սրահում
- ժամանումների սրահում՝ մաքսային հսկողության հատվածում
- ժամանումների հանրային գոտում
- ուղեբեռի ստացման հատվածում
- VIP գոտում

4. Օդանավակայանի տանող և օդանավակայանից քաղաք տանող ճանապարհային հատվածների թվային տեղաբաշխում

Օդանավակայան տանող և օդանավակայանից քաղաք տանող ճանապարհային հիմնական հատվածները հանդիսանում են բարձր ռազմավարական երթուղիներ, որոնցով անցնում են միջազգային պատվիրակությունները, պաշտոնական հյուրերը, օտարերկրյա այցելուները և միջոցառման շրջանակում քաղաք մուտք գործող հիմնական հոսքերը:

Այս պատճառով օդանավակայանային ճանապարհի վրա թվային տեղաբաշխումը դիտարկվում է որպես առանձին հաղորդակցական շղթա, որի նպատակն է դեռ ճանապարհի ընթացքում ձևավորել COP17-ի տեսանելի, հիշվող և ինտենսիվ ներկայություն:

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է՝

- օդանավակայան տանող հիմնական ճանապարհի երկայնքով առկա 2 թվային գովազդային էկրանների օգտագործում
- միջազգային և պաշտոնական հոսքերի համար ուժեղ իմիջային բովանդակային ուղերձների կիրառություն

5. Կինոթատրոններում թվային pre-roll արշավ

Կինոթատրոնները դիտարկվում են որպես բարձր կենտրոնացված ուշադրություն ունեցող միջավայր, որտեղ բովանդակության ընկալումը առավել խորքային և ազդեցիկ բնույթ է կրում: Այս պատճառով COP17-ի pre-roll արշավը նախատեսվում է իրականացնել որպես բարձր ինտենսիվությամբ և հաճախականությամբ առանձին թվային բլոկ:

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է՝

- թվային pre-roll արշավի իրականացում Երևանի 4 առաջատար կինոթատրոններում
- 2 ամիս տևողությամբ բարձր հաճախականությամբ ցուցադրության ապահովում
- 2 տարբեր հոլովակների ցուցադրում՝ ըստ արշավի փուլային տրամաբանության
- բարձր որակի աուդիովիզուալ բովանդակության կիրառում՝ կինոթատրոնային տեխնիկական պահանջներին համապատասխան

Այս տեղաբաշխումը թույլ է տալիս ոչ միայն ապահովել բարձր տեսանելիություն, այլ նաև ձևավորել COP17-ի շուրջ ավելի խորքային և հիշվող հաղորդակցական ազդեցություն



6. Մեքրոյում թվային գովազդի տեղաբաշխում

Մետրոպոլիտենի միջավայրը հանդիսանում է բարձր հաճախականությամբ և շարունակական մարդկային հոսքեր ապահովող հաղորդակցական տարածք, որտեղ թվային գովազդը հնարավորություն է տալիս ապահովել կայուն և կրկնվող շփում լայն լսարանի հետ:

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է՝

- մինչև **15 թվային էկրանների** օգտագործում Երևանի մետրոպոլիտենի համակարգում
- տեղաբաշխում **բարձր անցանելիություն ունեցող կենտրոնական կայաններում 2 ամիս տևողությամբ**, մասնավորապես՝
 - Բարեկամություն
 - Երիտասարդական
 - Հանրապետության հրապարակ
 - Սասունցի Դավիթ
- մնացած մոնիտորների բաշխում այլ բարձր հոսք ունեցող կայաններում՝ ըստ հասանելիության և մեդիա պլանի
- կարճ, հստակ և արագ ընկալվող թվային բովանդակության կիրառում՝ համապատասխան մետրոյի միջավայրին
- բովանդակության ադապտացիա՝ ըստ արշավի փուլային տրամաբանության

7. Հաբուկ թվային բլոկ՝ Մերիդիան էքսպո կենտրոնի հարևանությամբ

Մերիդիանի էքսպո կենտրոնի հարևանությամբ՝ Հաղթանակի կամրջի մոտ գտնվող թվային էկրանը (40 ք.մ.) դիտարկվում է որպես առանձին և հատուկ նշանակության կրիչ, քանի որ այն գտնվում է միջոցառման հիմնական մուտքային և տեսանելի հատվածներից մեկում և ունի ոչ միայն մեդիա, այլ նաև տարածքային և բրենդային նշանակություն:

Այս կրիչը նախատեսվում է օգտագործել որպես **բրենդավորված ինստալյացիոն թվային միավոր**, որը հոկտեմբերի 15-30-ն ընկած ժամանակահատվածում գործելու է բարձր հաճախականությամբ և բացառապես **COP17-ի** հաղորդակցության համար:

Ծառայության շրջանակում նախատեսվում է՝

- տվյալ թվային էկրանի առանձին դիտարկում ընդհանուր թվային մեդիա պլանից
- հոկտեմբերի 15-30 ժամանակահատվածում **COP17-ին** բացառապես նվիրված բարձր հաճախականությամբ ցուցադրության ապահովում
- հատուկ բովանդակային և տեսողական լուծումների մշակում՝ հաշվի առնելով կրիչի դիրքը և միջոցառման մուտքային նշանակությունը
- բրենդավորված ինստալյացիոն մոտեցման կիրառում, որպեսզի էկրանը գործի ոչ միայն որպես գովազդային կրիչ, այլ նաև որպես տարածքի

8. Նախագծի կազմակերպում և կառավարում

Նախագծի արդյունավետ իրականացման նպատակով կիրառվում է կենտրոնացված կառավարման մոդել, որի շրջանակում ապահովվում է թվային կրիչների ամբողջական կազմակերպումը՝ ստեղծագործական, տեխնիկական, մեդիա և գործառնական բոլոր բաղադրիչների համադրմամբ:

Ծառայությունը ներառում է՝

- ❖ **Ստեղծագործական և բովանդակային համակարգում**
 - թվային նյութերի համապատասխանության ապահովում հաստատված բրենդային համակարգին
 - տարբեր թվային միջավայրերի համար ադապտացիաների համակարգում
 - տեսանյութերի, անիմացիոն նյութերի և կարճ բովանդակային ուղերձների միասնականության ապահովում
 - արշավային փուլերին համապատասխան բովանդակության թարմացման կառավարում
- ❖ **Մեդիա և տեղաբաշխման կառավարում**
 - թվային գովազդային կրիչների ամբողջական քարտեզագրման և ընտրության գործընթացի համակարգում
 - տեղաբաշխման փուլային պլանավորում
 - ցուցադրության հաճախականության և ժամանակացույցերի մշակում
 - մատակարարների հետ աշխատանք և ցուցադրության պայմանների համաձայնեցում
- ❖ **Տեխնիկական և արտադրական համակարգում**
 - տարբեր թվային գովազդային կրիչների տեխնիկական պահանջների հավաքագրում
 - նյութերի տեխնիկական պատրաստում և փոխանցում
 - ցուցադրությունների մեկնարկի, թարմացման և փոփոխությունների օպերատիվ համակարգում
 - անհրաժեշտության դեպքում նյութերի փոխարինման և թարմացման կազմակերպում
- ❖ **Որակի վերահսկում և գործառնական կառավարում**
 - տեղադրված թվային գովազդային կրիչների աշխատանքային վիճակի մշտադիտարկում
 - ցուցադրությունների որակի և համապատասխանության վերահսկում

- օպերատիվ ճշգրտումների և տեխնիկական խնդիրների լուծման կազմակերպում
 - ամբողջ գործընթացի փաստաթղթավորում և հաշվետվողականության ապահովում
- *Կրիչների վերջնական քանակը, ցուցադրության հաճախականությունը, տևողությունը և բյուջեբային կառուցվածքը ճշգրտվում են հաստատված մեդիա պլանի և հասանելիության հիման վրա:*

9. Ներգրավվող մասնագետներ

Նախագծի իրականացման համար նախատեսվում է բազմապրոֆիլ մասնագիտական թիմի ներգրավում՝ ներառելով ինչպես հիմնական թիմի անդամներին, այնպես էլ ենթակապալառու կազմակերպությունների մասնագետներին՝ ապահովելով նախագծի ամբողջական իրականացում՝ գաղափարից մինչև գործառնական շահագործում:

Կառավարման և համակարգման թիմ

- ծրագրի ղեկավար
- մեդիա և տեղաբաշխման համակարգող
- լոգիստիկ և գործառնական համակարգողներ
- մատակարարների հետ աշխատանքի պատասխանատու

Ստեղծագործական և դիզայնի թիմ

- ստեղծագործական տնօրեն
- արտ տնօրեն
- գրաֆիկական դիզայներներ
- motion դիզայներներ
- վիդեո ադապտացիաների մասնագետներ
- քոփիրայթերներ

Տեխնիկական և արտադրական թիմ

- տեխնիկական ադապտացիաների մասնագետներ
- թվային էկրանների և ցուցադրման մատակարարների համակարգողներ
- որակի վերահսկողության մասնագետներ

Նախնական գնահատմամբ նախագծի տարբեր փուլերում կարող է ներգրավվել մինչև **40 մասնագետ**, ներառյալ հիմնական թիմի անդամները և ենթակապալառու կազմակերպությունների ներկայացուցիչները:

Հավելվածի ֆինանսական գնահատական

Թվային արտաքին գովազդի ստեղծման և տեղաբաշխման (DOOH) իրականացման ընդհանուր բյուջեն կազմում է մինչև 189,463,000 ՀՀ դրամ (ներառյալ հարկեր և պարտադիր այլ վճարներ): ՀՄ նախարարության և Կադարողի միջև կնքվող պայմանագրով կարող է նախատեսվել Ծրագրի բաղադրիչների ֆինանսավորման վերաբաշխումներ, որը չի կարող գերազանցել Կառավարության որոշմամբ հատկացված գումարը:



Հավելված №3
«18» «06» 2026թ. կնքված
համաձայնագիր №6
«23» «փետրվարի» 2026թ. կնքված
«№ ՇՄՆ-COP17-26/01» պայմանագրի

ՊԱՏՎԻՐԱՏՈՒ
Շրջակա միջավայրի նախարարության
գլխավոր քարտուղարի պ/կ
Ս. ԽԱՆՃԱՐՅԱՆ
(ստորագրություն)
Կ.Տ.

ԿԱՏԱՐՈՂ
«Դոպինգ Սիեյա» ՍՊԸ-ի
նախագահ
Հ. ՄԻՍԻՆԿՅԱՆ
(ստորագրություն)

ՆԱԽԱՀԱՇԻՎ

«Թվային արտաքին գոլազդի ստեղծում և տեղաբաշխում (DOOH)» փուլային ծառայությունների

(ՀՀ դրամ)

h/h	Ծառայության անվանումը	Չափի միավորը	Քանակը	Միավորի գինը (ներառյալ ԱԱՀ)	Ընդհանուր գումարը (ներառյալ ԱԱՀ)
1	Թվային բովանդակության արտադրության ծախսեր (տեսանյութեր, մոշն գրաֆիկա, կարճ ֆորմատի հոլովակներ)	հատ	4	4 685 000	18 740 000
2	Տեխնիկական պատրաստման և ֆայլերի արդապտացիայի ծախսեր՝ ըստ տարբեր կրիչների պահանջների	հատ	50	48 000	2 400 000
3	Թվային էկրանների և ցանցերի վարձակալության ծախսեր ներառյալ մետրադիտների տարածքում եւ 4 մարզկենտրոններ	հատ / ամիս	41 / 2.5	725 365.27	74 349 940
4	Թվային էկրանների վարձակալության ծախսեր օդանավակայանի տարածքում	հատ / ամիս	14 / 2	411 428.57	11 520 000
5	Կինոթատրոնային pre-roll տեղաբաշխման ծախսեր	հատ / ամիս	4 / 2	1 657 562.5	13 260 500
6	Մերիդիան էքսպո կենտրոնի հարկանությանը՝ հատուկ բրենդավորված ինստալյացիայի արտադրության ծախսեր	հատ	1	43 680 000	43 680 000
7	Որակի վերահսկողության եւ մոնիթորինգի ծախսեր	ամիս	2	400 000	800 000
8	Չնախատեսված ծախսեր	տոկոս	15	-	24 712 560
	Ընդամենը				189 463 000