



Smlouva o zajištění marketingové kampaně

uzavřená podle ust. § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

I.

Smluvní strany

1. Jihomoravský kraj

zastoupený: Ing. Ivo Minaříkem, MPA, vedoucím odboru regionálního rozvoje KrÚ
se sídlem: Žerotínovo nám. 449/3, 601 82 Brno
IČ: 70888337
DIČ: CZ70888337, je plátcem DPH
kontaktní osoba: Bc. Alena Krejčí, DiS., referentka evropských fondů
Ing. Bc. Pavel Fišer, Ph.D., vedoucí oddělení strategického rozvoje
bankovní spojení: Komerční banka, a.s., pobočka Brno-město
č.ú.: [redacted]
tel.: 541 651 374, 541 651 348
email: krejci.alena@jmk.cz, fiser.pavel@jmk.cz

(dále jen „objednatel“)

a

2. UNIFER alfa, a. s.

zapsaný: v obchodním rejstříku vedeného u Krajského soudu v Brně oddíl B, vložka 6878
zastoupený: Kamilem Pavlíčkem, statutárním ředitelem
se sídlem: Holandská 878/2, 639 00 Brno
IČ: 01698605
DIČ: CZ01698605
kontaktní osoba: [redacted]
bankovní spojení: Komerční banka, a. s.
č.ú.: [redacted]
tel.: [redacted]
fax: [redacted]
e-mail: [redacted]

(dále jen „zhotovitel“)

II. Účel smlouvy

1. Účelem této smlouvy je zajištění činností a služeb, které povedou k vytvoření a realizaci marketingové kampaně k 10. výročí Centra pro cizince Jihomoravského kraje.
2. Smlouva je uzavřena na základě výsledků zadávacího řízení veřejné zakázky malého rozsahu s názvem „Marketingová kampaň k 10. výročí Centra pro cizince JMK“. Jednotlivá ustanovení této smlouvy tak budou vykládána v souladu se zadávacími podmínkami veřejné zakázky.

III. Předmět smlouvy

1. Za podmínek stanovených touto smlouvou se zhotovitel zavazuje poskytnout pro objednatele plnění a objednatel se zavazuje za toto plnění zaplatit poskytovateli dohodnutou cenu.

Předmětem plnění jsou činnosti a služby, jejichž cílem je vytvoření a realizace marketingové kampaně k 10. výročí Centra pro cizince Jihomoravského kraje, konkrétně se jedná o tyto činnosti:

- a) návrh hlavní „headline“ marketingové kampaně, sloganu či názvu kampaně, který ji bude provázet v české a anglické mutaci,
 - b) návrh komunikační a mediální strategie pro marketingovou kampaň v celkovém rozsahu max. 5 stran A4,
 - c) návrh ústředního reklamního videospotu a jeho výroba (natočení, sestřihání, ozvučení, grafická úprava a další postprodukční práce), s doplněním jazykových mutací – český a anglický jazyk. Spoty budou jednoduché a vtipné, zároveň však nesmí porušit dobré jméno zadavatele. Spoty budou natáčeny v exteriéru/interiéru, nepředpokládá se natáčení ve speciálních lokacích, ani účinkování známých osobností. Délka spotu bude max. 3 min., budou v nich vystupovat max. 3 veřejně neznámí interpreti a případně další kompars. Nebudou použity žádné speciální efekty, nicméně videospot může být se souhlasem zadavatele zčásti či celý animovaný. Zadavatel po předchozí dohodě s dodavatelem zajistí možnost natáčení v prostorách Centra pro cizince JMK či účast jeho klientů na natáčení. Spot bude vysílán dle návrhu komunikační a mediální strategie uvedené v bodě b). Videospot by měl mít ideálně také virální charakter,
 - d) rozpracování sloganu či názvu kampaně do grafických návrhů tištěných materiálů a on-line dle návrhu komunikační a mediální strategie uvedeném v bodě b),
 - e) zajištění fotodokumentace, reportáží a „instastories“ z marketingové kampaně a následných doprovodných akcí,
 - f) zajištění pěti konzultací v průběhu realizace navržené komunikační a mediální kampaně zadavatelem.
2. Zhotovitel je povinen se při navrhování a poskytování jednotlivých částí plnění řídit Briefem na kampaň, který je Přílohou č. 1 této smlouvy.
 3. Smluvní strany se dohodly, že plnění dle čl. III.1. písm. d) bude poskytnuto objednateli ve formátu .jpg, .pdf, .png, .ai či jiné dle doporučení komunikační a mediální strategie.

4. Smluvní strany se dohodly, že plnění dle čl. III.1. písm. e) bude poskytnuto objednateli ve formátu .jpg, .png, WebM, Windows Media Video, MPEG, GIF, Quick Time, FlashVideo, AVI či jiné dle doporučení komunikační a mediální strategie.
5. Obrazový a zvukový scénář videospotu (viz. čl. III.1. písm. c) smlouvy) bude vypracován po konzultaci a na základě schválení objednatele.
6. Smluvní strany se dohodly, že videospot bude natočen ve formátu HD 16:9, bude zpracován na digitální nelineární střížně se zvukovou stopou ve dvoukanálovém stereu.
7. Zhotovitel se zavazuje, že vzhledem k povaze objednatele a obsahu kampaně nebude videoklip jakkoliv vulgární, provokativní či diskriminační.
8. Videospot bude předán na CD, DVD nebo flash disku ve formátu WebM, Windows Media Video, MPEG, GIF, Quick Time, FlashVideo, AVI, příp. jiné.

IV.

Průběh realizace plnění

1. Smluvní strany se dohodly, že první schůzka mezi objednatelem a zhotovitelem se uskuteční v sídle objednatele ihned po nabytí účinnosti této smlouvy, resp. po jejím zveřejnění v Registru smluv. Na této schůzce se objednatel zavazuje předat zhotoviteli veškeré informace nutné pro zpracování plnění a zároveň nastíní své představy týkající se všech částí uvedeného plnění. Zhotovitel současně představí hrubý návrh komunikační a mediální strategie a hrubý návrh obrazového a zvukového scénáře videospotu. Objednatel může na dalším rozpracování návrhu komunikační a mediální strategie a na obrazovém a zvukovém scénáři videospotu pokračovat až poté, co bude dosažena shoda mezi smluvními stranami o hrubých návrzích obou druhů plnění.
2. Zhotovitel se zavazuje nejpozději 60. den od podpisu smlouvy předat objednateli na datových nosičích plnění dle III.1. písm. b), c) a d) této smlouvy. Objednatel je povinen do pěti pracovních dnů od obdržení plnění dle předchozí věty sdělit zhotoviteli své připomínky. Objednatel se zavazuje, že veškeré připomínky k jednotlivým druhům plnění nebudou v rozporu se zadávacími podmínkami, touto smlouvou, a především se závěry dohodnutými na první schůzce se zhotovitelem. Zhotovitel se zavazuje upravit bez zbytečného odkladu veškerá plnění dle vznesených připomínek objednatele.
3. Zhotovitel se zavazuje nejpozději do 120 dnů od zveřejnění této smlouvy v Registru smluv dodat objednateli veškerá plnění dle čl. III. 1. ve finální podobě, v souladu se zadávacími podmínkami a požadavky objednatele a se zpracovanými připomínkami objednatele. Kontaktní osoba objednatele potvrdí převzetí finální verze plnění podpisem předávacího protokolu.
4. Zhotovitel umožní objednateli při předání plnění prohlídku předávaného plnění. Objednatel je povinen zabezpečit zhotoviteli předvedení plnění, např. zajištěním příslušné techniky.
5. Pokud objednatel zjistí, že předávané plnění trpí vadami, které však nebrání užívat plnění k účelu vymezenému touto smlouvou, oznámí objednateli, že plnění přebírá s výhradami, a učiní o tom poznámku v předávacím protokolu společně s určením lhůty, dokdy je zhotovitel povinen vady odstranit. V takovém případě se má za to, že plnění převzal. Nelze-li dle názoru objednatele plnění pro jeho vady užívat k účelu vyplývajícimu z této smlouvy, nebo neodstranil-li zhotovitel skutečnosti, které objednatel připomínkoval před předáváním díla (viz. čl. IV.2. této smlouvy),

oznámí zhotoviteli, že plnění odmítá. V takovém případě se má za to, že objednatel plnění nepřevzal, a uvedené skutečnosti se učiní oznámení s uvedením popisu vad a s určením lhůty k odstranění těchto vad. Pro opětovné předání plnění se výše uvedený postup uplatní obdobně.

6. Zhotovitel se zavazuje provést veškeré činnosti, služby a výkony, kterých je třeba k řádnému provedení a dokončení díla, zároveň se zavazuje, že zhotovené plnění nebude mít žádné právní vady a jeho užití nebudou bránit žádné právní překážky.

V.

Čas a místo plnění a místo předání

1. Místem plnění je celé území České republiky.
2. Místem předání všech částí plnění je sídlo objednatele.
3. Zadavatel se zavazuje předat spolu s plněním i všechny doklady nebo jiné dokumenty, které objednatel potřebuje k užívání plnění.
4. Zhotovitel se zavazuje předat veškerá plnění do 120 dnů ode dne zveřejnění této smlouvy v Registru smluv. Zhotovitel je oprávněn předat plnění kdykoliv během dohodnuté lhůty, je však v takovém případě povinen alespoň dva pracovní dny dopředu vyzvat objednatele k převzetí díla s výjimkou, že čas předání díla připadne na poslední den lhůty.

VI.

Cena a způsob úhrady

1. Smluvní strany se dohodly na ceně dohodnutého plnění provedeného řádně a včas dle této smlouvy a zadávacích podmínek takto:

cena bez DPH (základ pro určení výše daně) činí:	184 000,00	Kč
sazba DPH:	21	%
výše DPH:	38 640,00	Kč
Cena celkem včetně DPH:	222 640,00	Kč

2. Cena je sjednána jako nejvýše přípustná, která nesmí být překročena.
3. Výše sjednanou cenu je možné překročit pouze v případě změny (zvýšení) sazby DPH, a to tak, že poskytovatel připočítá ke sjednané ceně bez DPH daň z přidané hodnoty v procentní sazbě odpovídající zákonné úpravě účinné k datu uskutečnění zdanitelného plnění. Pokud dojde ke snížení sazby DPH k datu uskutečnění zdanitelného plnění, připočte poskytovatel ke sjednané ceně bez DPH daň z přidané hodnoty v procentní sazbě odpovídající zákonné úpravě účinné k datu uskutečnění zdanitelného plnění.

4. Cena dle čl. VI.1. smlouvy zahrnuje veškeré náklady zhotovitele vzniklé v souvislosti s plněním předmětu smlouvy, zejména doprava po celé České republice, odměny za poskytnutí práv duševního vlastnictví, odměny hercům a komparsistům, úhrady za užití míst natáčení, nahrávacího studia, náklady na techniku, nosiče a další.
5. Cena za uvedené plnění bude uhrazena objednatelem po řádném dokončení a předání plnění, resp. po podpisu předávacího protokolu objednatelem.
6. Podkladem pro zaplacení je faktura – daňový doklad, který musí obsahovat veškeré náležitosti účetního a daňového dokladu stanovené platnými právními předpisy. Podkladem pro vystavení faktury je příslušný předávací protokol o předání plnění.
Faktura bude mít zejména tyto náležitosti:
 - a) označení a číslo,
 - b) označení smluvních stran,
 - c) důvod fakturace, přesné označení služby – přesněji bude na faktuře text: „.....důvod fakturace.... za účelem realizace projektu „*Strategie integrace cizinců ve městě Brně II*“, financovaného ze státního rozpočtu Ministerstva vnitra České republiky na výdaje realizované v rámci projektů obcí na podporu integrace cizinců na lokální úrovni v roce 2019 a popis práce,
 - d) označení bankovního ústavu a číslo účtu, na který má být placeno,
 - e) den odeslání faktury a lhůta splatnosti,
 - f) datum uskutečnění zdanitelného plnění,
 - g) částka k úhradě,
 - h) příloha – předávací protokol.
7. Objednatel neposkytuje zálohy. Lhůta splatnosti faktury je 30 dnů ode dne jejího doručení objednateli.
8. Objednatel je oprávněn před uplynutím data splatnosti vrátit fakturu, pokud neobsahuje požadované náležitosti, přílohu nebo obsahuje nesprávné cenové údaje. Oprávněným vrácením faktury přestává běžet lhůta její splatnosti. Zhotovitel vystaví objednateli novou fakturu se správnými údaji, popř. doplní přílohu podle odst. 6 tohoto článku a dnem jejího doručení objednateli začíná běžet nová 30 denní lhůta splatnosti.

VII.

Mlčenlivost

1. Zhotovitel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná o:
 - a) informace, které jsou veřejně přístupné,
 - b) případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.
2. Zhotovitel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 1 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu smlouvy. Za porušení povinnosti mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá zhotovitel, jako by porušil povinnost sám.
3. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VIII.
Vlastnické právo a právo užití

1. Objednatel nabude vlastnické právo k veškerým výstupům, které vzniknou realizací předmětu smlouvy, okamžikem předání a převzetí díla v souladu s čl. IV této smlouvy.
2. V případě, že výsledkem činnosti zhotovitele je dílo podléhající ochraně dle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, získává objednatel veškerá práva související s ochranou duševního vlastnictví vztahující se k dílu, a to v rozsahu nezbytném pro jeho řádné užívání po celou dobu trvání příslušných práv. Objednatel od zhotovitele zejména získává k takovému dílu nejpozději dnem jeho předání veškerá majetková práva, a to formou níže uvedeného licenčního ujednání (licence).
3. Licence je udělena jako výhradní ke všem známým způsobům užití takového díla a k účelu, který vyplývá z této smlouvy a zadávacích podmínek, jako neodvolatelná, neomezená územním či množstevním rozsahem a způsobem užití, přičemž objednatel není povinen ji využít. Licence je udělena na dobu trvání majetkových práv k takovému dílu.
4. Zhotovitel prohlašuje, že je oprávněn v uvedeném rozsahu licenci objednateli poskytnout.
5. Smluvní strany se dohodly, že odměna za poskytnutí licence je součástí ceny uvedené v čl. VI.1. této smlouvy.

IX.
Další práva a povinnosti smluvních stran

1. Zhotovitel je povinen realizovat plnění včas a v řádné kvalitě, při realizaci plnění bude postupovat s náležitou odbornou péčí a profesionálně.
2. Zhotovitel odpovídá v průběhu realizace díla za škody způsobené porušením svých povinností podle této smlouvy.
3. Zhotovitel je povinen v průběhu realizace díla počínat si tak, aby v rámci své činnosti nezpůsobil objednateli škodu nebo nepoškodil dobré jméno objednatele.
4. Zhotovitel je povinen průběžně informovat objednatele o všech změnách, které by mohly v průběhu prací na díle nebo po dokončení díla zhoršit jeho pozici, dobytost pohledávek nebo práv z odpovědnosti za vady. Zejména je zhotovitel povinen oznámit objednateli změny jeho právní formy, změny v osobách statutárních zástupců, úpadek, vstup do likvidace, změnu adresy pro doručování, změnu čísla bankovního účtu apod.
5. Zhotovitel se zavazuje umožnit všem subjektům oprávněným k výkonu kontroly uvedeného projektu, z jehož prostředků je dodávka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich uchování (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů).

6. Vzhledem k veřejnoprávnímu charakteru objednatele zhotovitel prohlašuje, že souhlasí se zveřejněním smluvních podmínek obsažených v této smlouvě v rozsahu a za podmínek vyplývajících z příslušných právních předpisů (zejména zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů).
7. Objednatel je povinen v případě předchozí dohody se zhotovitelem zajistit možnost natáčení v prostorách Centra pro integraci cizinců JMK nebo zajistit účast klientů Centra pro integraci cizinců JMK na natáčení v místech a termínech požadovaných zhotovitelem. Zhotovitel je povinen termíny natáčení, na nichž má zajistit součinnost objednatel, oznámit objednateli minimálně 5 pracovních dnů před uvedeným termínem.

X.

Práva z vadného plnění, záruka za jakost

1. Zhotovitel poskytuje objednateli záruku za jakost plnění. Vadou plnění se pro účely této smlouvy rozumí rozpor mezi sjednanými podmínkami provedení plnění a skutečným stavem plnění. Záruka počíná po předání plnění objednateli.
2. Záruční doba činí 12 měsíců a počíná běžet ode dne předání a převzetí předmětu díla.
3. Smluvní strany se dohodly, že za včasné oznámení vad díla považují oznámení vad kdykoli v záruční době.
4. Objednatel je oprávněn uplatnit práva z vady plnění (reklamovat) písemně a bezprostředně po zjištění vad. V reklamaci objednatel vady popíše, případně uvede, jak se projevují.
5. Smluvní strany se dohodly, že v případě vady plnění, kterou objednatel uplatní v záruční době, má objednatel především právo požadovat na zhotoviteli její bezplatné odstranění v přiměřené lhůtě, kterou objednatel zhotoviteli za tímto účelem stanoví. Objednatel má vůči zhotoviteli dále tato práva z odpovědnosti za vady:
 - a) na poskytnutí přiměřené slevy z ceny plnění odpovídající rozsahu reklamovaných vad,
 - b) na odstoupení od smlouvy, kdy vady či nedodělky jsou takového charakteru, že ztěžují či dokonce brání v užívání předmětu plnění,
 - c) právo na zaplacení nákladů na odstranění vad v případě, kdy si objednatel vady či nedodělky opraví nebo odstraní sám nebo použije třetí osoby k jejich odstranění.
6. Zhotovitel je povinen v návaznosti na objednatel uplatněnou vadu zahájit práce na odstranění zjištěné vady, a to i v případě, že svoji odpovědnost za takto uplatněnou vadu neuzná. V případě, že zhotovitel za uplatněné vady neručí, budou mu následně vzniklé náklady objednatel uhrzeny do 30 dnů od doručení jejich písemného uplatnění zhotovitelem.
7. Záruční doba se prodlužuje o dobu potřebnou k odstranění zjištěné vady.

XI.

Sankce, odstoupení od smlouvy

1. Nesplní-li zhotovitel svůj závazek dokončit a předat plnění ve sjednaném rozsahu a čase plnění, je objednatel oprávněn požadovat po zhotoviteli zaplacení smluvní pokuty ve výši 0,2 % z celkové ceny plnění za každý započatý den prodlení. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo objednatele na náhradu škody.

2. Nesplní-li zhotovitel v dohodnutém termínu svůj závazek odstranit řádně uplatněné vady a nedodělky vytknuté při převzetí předmětu plnění či jeho části nebo v průběhu záruční doby, je objednatel oprávněn požadovat smluvní pokutu ve výši 0,05 % ceny plnění za každý i započatý den prodlení až do úplného odstranění vad. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo objednatele na náhradu škody.
3. Bude-li objednatel v prodlení s úhradou faktury-daňového dokladu, je zhotovitel oprávněn účtovat objednateli úrok z prodlení ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý i započatý den prodlení po termínu splatnosti až do doby zaplacení dlužné částky.
4. Smluvní pokuty a úroky z prodlení podle tohoto článku jsou splatné do 30 dnů ode dne, kdy povinná strana obdrží od strany oprávněně písemnou výzvu k zaplacení smluvní pokuty nebo úroku z prodlení, která bude obsahovat jejich vyčíslení.
5. Zaplacením smluvních pokut dle této smlouvy není dotčeno právo objednatele na náhradu škody vzniklé mu v příčinné souvislosti s jednáním, nejednáním či opomenutím zhotovitele.
6. Od této smlouvy lze odstoupit v případě podstatného porušení povinností jednou smluvní stranou, jestliže je takové porušení povinnosti označeno za podstatné touto smlouvou nebo zákonem.
7. Smluvní strany se dohodly, že za podstatné porušení smlouvy považují zejména nedodržení dohodnutého předmětu plnění a nedodržení doby plnění.
8. Je-li zřejmé již v průběhu plnění díla, že právní, technické, finanční či organizační změny na straně zhotovitele budou mít podstatný vliv na plnění této smlouvy, může objednatel od smlouvy odstoupit.
9. Objednatel si vyhrazuje právo od smlouvy odstoupit, pokud zjistí, že zhotovitel při podání nabídky na veřejnou zakázku, na základě které je realizováno plnění dle této smlouvy, uvedl nepravdivá prohlášení nebo informace za účelem získat veřejnou zakázku nebo jiný majetkový prospěch.
10. Odstoupení je účinné dnem doručení písemného oznámení o odstoupení druhé smluvní straně. V pochybnostech se má za to, že písemné oznámení odeslané s využitím provozovatele poštovních služeb, bylo doručeno třetí pracovní den po jeho odeslání některou ze smluvních stran. Smluvní strany se dohodly, že odstoupením se tato smlouva od počátku ruší.
11. Odstoupením od této smlouvy nejsou dotčena ustanovení týkající se smluvních pokut, úroků z prodlení a ustanovení týkající se těch práv a povinností, z jejichž povahy vyplývá, že mají trvat i po odstoupení.

XII.

Závěrečná ujednání

1. Není-li v této smlouvě uvedeno jinak, je k úkonům podle této smlouvy jménem objednatele oprávněna kontaktní osoba, popř. jiný pověřený úředník Krajského úřadu Jihomoravského kraje. Toto ustanovení se nevztahuje na podpis dodatků k této smlouvě.
2. Tato smlouva a práva i povinnosti z ní vzniklá i výslovně touto smlouvou neupravená se řídí platnými a účinnými právními předpisy, zejména zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve

znění pozdějších předpisů, a zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

3. Objednatel vylučuje možnost jakýchkoliv odchylek ve smyslu ustanovení § 1740 odst. 3 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
4. Vztahuje-li se důvod neplatnosti jen na některé ustanovení této smlouvy, je neplatným pouze toto ustanovení, pokud z jeho povahy nebo obsahu anebo z okolností, za nichž bylo sjednáno, nevyplývá, že jej nelze oddělit od ostatního obsahu smlouvy.
5. Smluvní strany si nepřejí, aby nad rámec výslovných ustanovení této smlouvy byla jakákoliv práva a povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi stranami či zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu plnění této smlouvy, ledaže je ve smlouvě výslovně sjednáno jinak. Smluvní strany si současně potvrzují, že si nejsou vědomy žádných doposud mezi nimi zavedených obchodních zvyklostí či praxe.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, z nichž každá smluvní strana obdrží po jednom.
7. Tuto smlouvu lze ukončit dohodou smluvních stran. Dohoda o ukončení smluvního vztahu musí být písemná, jinak je neplatná.
8. Tuto smlouvu je možno měnit pouze na základě dohody smluvních stran formou písemných číslovaných dodatků podepsaných oběma smluvními stranami.
9. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu poslední stranou.
10. Smlouva podléhá uveřejnění v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv). Smluvní strany se dohodly, že návrh na uveřejnění smlouvy v registru smluv podá objednatel.
11. Nedílnou součástí této smlouvy je Příloha č.1: BRIEF na kampaň k 10. výročí Centra pro cizince JMK.
12. Smluvní strany prohlašují, že se s obsahem smlouvy seznámily, souhlasí s ním a po přečtení prohlašují, že byla sepsána dle jejich pravé, dobrovolné a svobodně projevené vůle v souladu s veřejným pořádkem a dobrými mravy, na důkaz čehož připojují na konec smlouvy své podpisy.

V Brně dne 3.8.2019

V Brně dne 24.7.2019

.....
Jihomoravský kraj
objednatel

.....
zhotovitel

BRIEF k veřejné zakázce malého rozsahu „Marketingová kampaň k 10. výročí Centra pro cizince JMK“

1. Úkol agentury

- návrh hlavní „headline“ marketingové kampaně, sloganu či názvu kampaně, který ji bude provázet v české a anglické mutaci,
- návrh komunikační a mediální strategie pro marketingovou kampaň v celkovém rozsahu max. 5 stran A4,
- návrh ústředního reklamního videospotu a jeho výroba (natočení, sestřihání, ozvučení, grafická úprava a další postprodukční práce), s doplněním jazykových mutací – český a anglický jazyk. Spoty budou jednoduché a vtipné, zároveň však nesmí porušit dobré jméno zadavatele. Spoty budou natáčeny v exteriéru/interiéru, nepředpokládá se natáčení ve speciálních lokacích, ani účinkování známých osobností. Délka spotu bude max. 3 min., budou v nich vystupovat max. 3 veřejně neznámí interpreti a případně další kompars. Nebudou použity žádné speciální efekty, nicméně videospot může být se souhlasem zadavatele zčásti či celý animovaný. Zadavatel po předchozí dohodě s dodavatelem zajistí možnost natáčení v prostorách Centra pro cizince JMK či účast jeho klientů na natáčení. Spot bude vysílán dle návrhu komunikační a mediální strategie uvedené v bodě b). Videospot by měl mít ideálně také virální charakter,
- rozpracování sloganu či názvu kampaně do grafických návrhů tištěných materiálů a on-line dle návrhu komunikační a mediální strategie uveden v bodě b),
- zajištění fotodokumentace, reportáží a „instastories“ z marketingové kampaně a následných doprovodných akcí,
- zajištění pěti konzultací v průběhu realizace navržené komunikační a mediální kampaně zadavatelem.

2. Background – výchozí situace

V roce 2009 (konkr. 1.4.2009) inicioval Jihomoravský kraj jako **jediný územně samosprávný celek** vznik Jihomoravského regionálního centra na podporu integrace cizinců (dále jen „Centrum pro cizince JMK“). Již deset let je tak Centrum pro cizince JMK nástrojem integrační politiky na regionální a lokální úrovni, a to ve spolupráci se strategickými partnery – **Statutární město Brno**, Diecézní Charita Brno, Organizace pro pomoc uprchlíkům, Základní a mateřská škola Brno, Staňkova. Od zahájení své činnosti (duben 2009) **do 31.12.2018 poskytlo Centrum bezplatné služby více jak 10 tis. klientů**. Centrum pro cizince je součástí struktury Krajského úřadu Jihomoravského kraje.

Centrum pro cizince Jihomoravského kraje (JMK) je tím pravým místem pro cizince, ale i odborníky a širokou veřejnost s rozsáhlou nabídkou služeb podporující společné soužití v regionu. Naší prioritou je **poskytnutí služeb a kvalifikované podpory** prostřednictvím individuálního přístupu, přátelského prostředí, ochoty a otevřenosti. Jsme **profesionálové** se srdcem na dlani, kteří rozumí svým klientům a jejich potřebám.

Co nabízíme:

- **Profesionální bezplatný informační servis**
- **Doprovody na úřady a instituce**
- **Pomoc s výukou českého jazyka**
- **Služby vysoce kvalifikovaných právníků a sociálních poradců**

- Širokou škálu odborných kurzů, přednášek, workshopů
- Kurzy pro nově příchozí k lepší orientaci v ČR a Jihomoravském kraji
- Aktivity pro děti a rodiny
- Prostor pro setkávání a poznávání ... a mnohé další

Všechny naše služby jsou poskytovány bezplatně.

Kampaň bude hrazena z projektu financovaného z Ministerstva vnitra ČR. Cílem kampaně je tedy především **zvýšit informovanost a povědomí veřejnosti (rezidentů) o tom, že je Jihomoravský kraj krajem s výrazným ekonomickým potenciálem (druhý s největším HDP na obyvatele po Praze), a to mj. díky rostoucímu počtu podnikatelských subjektů v oblasti počítačové technologie, telekomunikací, vývoje softwaru a ostatních hi-tech oborů.** V těchto oborech a firmách z velké části působí pracovníci ze zahraničí, kterým Jihomoravský kraj ve spolupráci s městem Brnem poskytuje služby prostřednictvím Centra pro cizince JMK (viz výše). A právě i díky těmto pracovníkům – cizincům kraj „ekonomicky roste“.

Hlavní myšlenkou kampaně tak bude, že na rozvoji kraje se podílíme všichni (majorita i cizinci) a díky úspěšné a účinné integrační politice (integrace je oboustranný proces, jehož podmínkou je vůle k integraci a pochopení vzájemného přínosu pro všechny zainteresované strany) podpoříme ekonomický růst a vysokou kvalitu života v regionu potažmo městě Brně. Kampaň by měla komunikovat myšlenku společného soužití v jednom regionu jako regionu pro všechny, podpořit vzájemné poznávání, setkávání a rozvoj vzájemných vztahů mezi majoritou a cizinci.

K tomu, aby kampaň dokonale zafungovala je potřeba cizincům, aktérům integrace a většinové společnosti přiblížit jednotlivé služby a aktivity konkrétně. Proto bude součástí kampaně i **pásmo aktivit v podobě festivalu** situovaných do jednoho termínu (měsíc září/říjen 2019) – jakési dny cizinců, a to něco ve způsobu „Dny zdraví“. Aktivity budou v podobě např. dnů otevřených dveří, výstav, workshopů, seminářů, dílčích akcí pro rodiny s dětmi, organizovaných prohlídek, ochutnávek v místních restauracích apod. Na aktivitách se budou podílet různé subjekty – primárně to bude Centrum, město Brno, ale i další subjekty z řad neziskových, kulturních a vzdělávacích organizací, zaměstnavatelé apod. Vznikne tak mozaika různorodých aktivit reflektujících výše popsanou kampaň. Kampaň a pásmo aktivit vyvrcholí **závěrečnou open air společenskou akcí** v prostorách Löw Beer vily pro zástupce majority, cizinců, ale i veřejné správy a dalších aktérů.

3. Key issues kampaně

Jaký je základní „problém“, který potřebujeme „vyřešit“

1. Nízké povědomí majority o tom, že v jednom regionu a městě žijí různí lidé a sdílejí společnou identitu („žijeme zde spolu a hledejme, co nás spojuje“)
2. Nízké povědomí o tom, jak cizinci přispívají k růstu regionu obecně („společně tvoříme kraj“, „společně rosteme...“)
3. Nízké povědomí o tom, co cizinci v nové domovině prožívají, s jakými přístupy a problémy se potýkají
4. Nízké povědomí majority o tom, že k úspěšné integraci cizinců pomáhá Centrum a jeho služby
5. Nízké povědomí o Centru u odborné veřejnosti a politiků
6. Zkreslené představy o Centru jako o službách pro nízkokvalifikované či sociálně slabé s nízkou kvalitou služeb (co je zdarma, není kvalitní)

7. Negativní pohled na problematiku „cizinců“ a financování služeb ze strany Jihomoravského kraje pro tuto skupinu (proč podporovat cizince a ne např. seniory, děti apod.)
8. Nízké povědomí majority o spolupráci Jihomoravského kraje a statutárního města Brna v oblasti integrace cizinců

4. Communication objectives

Co má komunikace za cíl?

1. Komunikovat myšlenku, že za rozvojem regionu stojíme my všichni (majorita i cizinci)
2. Komunikovat myšlenku společného soužití v jednom regionu jako regionu pro všechny, podpořit vzájemné poznávání, setkávání a rozvoj vzájemných vztahů mezi majoritou a cizinci.
3. Vzbudit zájem veřejnosti o problematiku integrace, zejména u majority z vyšší a střední třídy, věková kategorie 35+, s pozitivním přístupem k cizincům, cestování, multikulturní společnosti.
4. Zvýšit prestiž Centra jako místa s vysoce kvalifikovanými službami
5. Komunikovat myšlenku „jsme tu pro vás“ již 10 let (pro cizince i majoritu).
6. Zapojit veřejnost (cizince i majoritu) do doprovodných aktivit.
7. Vytvořit povědomí o tom, že aktivitu přináší JMK ve spolupráci se Statutárním městem Brnem.
8. Komunikovat dvojjazyčně (čeština, angličtina).
9. Eliminovat možnost využití aktivity k populistickým reakcím.

5. Communication message.

Co chceme veřejnosti sdělit?

1. **Jsme region na vysoké ekonomické úrovni**
2. **Jsme region, který roste díky úsilí všech**
3. **Jsme jedno místo ke společnému soužití všech**
4. **Hledejme to, co nás spojuje**
5. **Jsou tu služby Centra již 10 let!** Děláme celou škálu služeb a je to aktivita Jihomoravského kraje s aktivním zapojením Statutárního města Brna.
6. **Odvzdušněný“ styl s nepříliš velkým množstvím zahrnujících informací, úderný, dvojjazyčný text (sdělení), který svým specifickým a podtextovým sdělením tvrdí: Chceme vypadat jako caregiver pro Čechy a cizince, ale zároveň jako heroes pro politiky.**

6. Communication channels

1. Lokální tištěná a zvuková média (tisk, rádio, rozhlas, vývěsní skříně, úřední desky, lokální vývěsní plochy)
2. Digital media (web page JMK a Centra pro cizince, pořadatelů jednotlivých aktivit, FB/Insta)
3. Další dle aktuální situace a domluvy mezi agenturou a JMK.

7. Evaluation

Jaké máme nástroje pro měření úspěšnosti?

realizace: data FB analýzy, Google analytics, textové reakce a komentáře, dokumentace marketingových výstupů (videa, reportáže, instastories, fotky, tištěné materiály).

PR dopad: monitoring článků a reakcí na soc. sítích, nárůst/pokles zájmu ze strany cizinců (počet klientů), nárůst/pokles počtu osob se zájmem o zasílání informací o Centru apod

8. Mandatories

Povinné prvky

Povinná publicita: informace o tom, že je kampaň *hrazena z projektu „Strategie integrace cizinců ve městě Brně II“, financovaného ze státního rozpočtu Ministerstva vnitra České republiky na výdaje realizované v rámci projektů obcí na podporu integrace cizinců na lokální úrovni v roce 2019.*

Logo Centra pro cizince JMK (ke stažení [zde](#)), JMK (ke stažení [zde](#)), Města Brna (ke stažení [zde](#)) a Ministerstva vnitra ČR (ke stažení [zde](#)) uvedené na jednotlivých materiálech, z kreativy musí vyplývat, že se primárně jedná o **akci Jihomoravského kraje ve spolupráci s městem Brnem.**