



## PROVÁDĚCÍ DOHODA O POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB č. 1


### Smluvní strany

#### Česká republika – Ministerstvo vnitra

se sídlem: Nad Štolou 936/3, 170 34 Praha 7 – Letná  
Kontaktní adresa: nám. Hrdinů 3, 140 21 Praha 4  
zastoupená: Ing. Romanem Vrbou, ředitelem odboru eGovernmentu  
IČO: 00007064  
bankovní spojení: Česká národní banka  
č. ú.: 3605881/0710  
zástupce pro věcná jednání:   
tel.:   
e-mail:   
(dále jen jako „objednatel“)

**a**

#### Media Age s.r.o.

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 49453  
se sídlem: **tř. Kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno**  
Kontaktní adresa: **tř. Kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno**  
zastoupená: **Mgr. Davidem Blažkem, jednatel**  
IČO: **269 77 958**  
DIČ: **CZ26977958**  
bankovní spojení: **SberbankCZ a.s., č. ú.: 4200111053/6800**  
zástupce pro věcná jednání:   
(dále jen jako „poskytovatel“)

(objednatel a poskytovatel dále jednotlivě též jen „Strana“ nebo společně „Strany“)

uzavírají v souladu s ustanovením § 1746 odst. 2 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „OZ“) a v souladu s článkem III. rámcové dohody o poskytování služeb ze dne **24. 6. 2020** (dále jen „Dohoda“) tuto prováděcí Dohodu o poskytování služeb (dále jen jako „**prováděcí dohoda**“)



## I.

### Předmět prováděcí Dohody

1. Předmětem této prováděcí Dohody je povinnost poskytovatele na svůj náklad a nebezpečí poskytnout objednateli dle podmínek dále stanovených v této prováděcí smlouvě následující služby:

dodání Komunikační strategie pro rok 2020, která bude součástí propagační kampaně v období 2020 - 2021, jejímž cílem je zvýšit povědomí občanů o existenci moderních nástrojů eGovernmentu, zlepšit celkový obraz nástrojů eGovernmentu a zajistit informovanost o způsobech využívání a mechanismech vybraných elektronických nástrojů při řešení konkrétních životních situací. Bližší specifikace je obsažena v příloze této prováděcí Dohody (dále také jen „**specifikace služeb**“),.

2. Poskytovatel je povinen objednateli služby poskytnout včetně veškeré dokumentace, která je nezbytná k tomu, aby služby mohly sloužit svému účelu.
3. Povinností objednatele je služby převzít a zaplatit objednateli cenu dle této prováděcí Dohody

## II.

### Místo a doba plnění

1. Místem poskytování služeb je hlavní město Praha.
2. Poskytovatel se zavazuje poskytnout služby nejpozději do **30. 11. 2020**.

## III.

### Cena služeb a platební podmínky

1. Maximální cena služeb je stanovena nabídkou poskytovatele a činí **4 795 850 Kč** bez DPH. Cena s DPH činí **5 802 978,50 Kč**. Cena bude uhrazena na základě skutečně odpracovaných hodin a výstupů v souladu s podmínkami stanovenými Dohodou.
2. Maximální cena dle předchozího odstavce je konečná a zahrnuje veškeré náklady poskytovatele související s poskytováním služeb a výstupů dle této prováděcí Dohody, přičemž nemusí být uhrazena v plné výši .

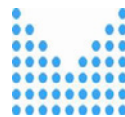
## IV.

### Závěrečná ustanovení

1. Práva a povinnosti Stran touto Dohodou neupravená se řídí Dohodou, pokud si Strany v této prováděcí smlouvě nedohodly jinak.
2. Bude - li v této prováděcí smlouvě použit jakýkoli pojem, aniž by byl touto prováděcí Dohodou zvlášť definován, potom bude mít význam, který mu dává Dohoda.
3. Tato prováděcí dohoda nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma Stranami a účinnosti nejdříve po jejím zveřejnění v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv, přičemž uveřejnění prováděcí Dohody se zavazuje učinit objednatel.



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

4. Práva a povinnosti Stran touto prováděcí Dohodou neupravená se řídí příslušnými ustanoveními zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
5. Tato dohoda je podepsána elektronicky.
6. Nedílnou součástí této Dohody je její Příloha č. 1 - Specifikace služeb.

V Praze dne

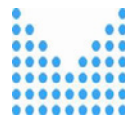
V Praze dne

.....

Ing. Roman Vrba,  
ředitel odboru eGovernmentu



Mgr. David Blažek  
jednatel Media Age s.r.o.



## **Příloha č.1 - Specifikace předmětu plnění**

Předmětem plnění této Prováděcí dohody č. 1 je dodání Komunikační strategie pro rok 2020, která bude součástí propagační kampaně v období 2020 - 2021, jejímž cílem je zvýšit povědomí občanů

o existenci moderních nástrojů eGovernmentu, zlepšit celkový obraz nástrojů eGovernmentu a zajistit informovanost o způsobech využívání a mechanismech vybraných elektronických nástrojů při řešení konkrétních životních situací.

Všechny strategické dokumenty budou respektovat potřeby eGovernmentu a budou založeny na nejnovějších trendech v oblasti komunikace.

Součástí plnění je pravidelná konzultace se zadavatelem.

### **Předmět plnění sestává z níže uvedených částí:**

**Část 1** – Akční plán propagace eGovernmentu: Manažerské shrnutí, časová osa akčního plánu, PR strategie, úprava kreativního konceptu

**Část 2** - Příprava Mediaplánu pro rok 2020

**Část 3** - PR komunikace v roce 2020

**Část 4** – Správa a obsah sociálních sítí + PPC kampaní

**Část 5** - Tvorba klíčových vizuálů a spotů + komunikační kampaň

**Část 6** - Projektové práce a řízení, mediální strategie včetně koordinace a konzultací



## Druh a popis předmětu plnění části 1 - Akční plán propagace eGovernmentu:

Předmětem plnění této části je:

1. Vytvoření strategického dokumentu, který bude respektovat potřeby eGovernmentu a bude založen na nejnovějších trendech v oblasti komunikace. Tento dokument nazvaný *Akční plán propagace eGovernmentu* bude zahrnovat tyto části:
  - a. Manažerské shrnutí,
  - b. Úprava kreativního konceptu,
  - c. Časová osa akčního plánu,
  - d. Návrh PR strategie.
  
2. Akční plán propagace eGovernmentu bude rozdělen na 2 části:
  - I. Analytická část, která bude rozdělená do logických celků z pohledu přístupu ke strategickým oblastem,
  - II. Návrhová část.

Každá oblast bude zpracována s ohledem na současné trendy, platnou legislativu a na informace, které byly součástí zadávací dokumentace veřejné zakázky č. j. MV-122730-5/OPF-2019.

- I. Analytická část bude pokrývat a rozvíjet minimálně tyto oblasti:

### **a. Manažerské shrnutí strategie**

Situační analýza, SWOT analýza českého eGovernmentu, analýza cílových skupin, návrh komunikační strategie, komunikace s třetími stranami a projektové řízení.

- II. Návrhová část bude pokrývat a rozvíjet minimálně tyto oblasti:

### **a. Úprava kreativního konceptu**

#### **Archetypy**



Návrh jasně definovaného komunikačního stylu pro všechny kanály a témata, výběr archetypů, díky kterým bude kampaň srozumitelná, ale zároveň stručná a autentická.

### **Hlavní sdělení**

Vytvoření konceptu hlavní zprávy cílové skupině, zdůraznění přínosů a rozpracování ideálního využití ve formě seznamu situací a míst, kde je vhodné toto sdělení propagovat.

### **Návrh klíčových vizuálů**

Návrh vizuálů, které budou reprezentovat a vystihovat benefity a vhodná řešení situací a ukazovat hlavní aktéry návrhů tak, aby se s nimi ztotožnila cílová skupina a korespondovaly tak i s navrženými archetypy komunikace.

### **Ideové návrhy TV spotů**

Návrh TV spotů pro účely televizní reklamy, ale také propagace na sociálních sítích, přímo vycházejících z klíčových vizuálů.

### **Ideové návrhy formátů pro online propagaci**

Návrh jednotlivých formátů (respektive jejich velikostí) pro online propagaci, přímo vycházejících z klíčových vizuálů.

## **b. Harmonogram akčního plánu**

Shrnutí cílů, návrh a časová osa konkrétních kroků pro rok 2020 rozpracovaná pro každý měsíc.

## **c. PR strategie**

Analýza aktuálního stavu, včetně SWOT analýzy z pohledu PR (analýza zaměřená na výstupy směrem k veřejnosti), návrh PR strategie (cíle, nástroje), návrh pravidelného tiskového servisu pro všechny typy



médií, aktualizace komunikačních témat, vytvoření konkrétního PR plánu pro rok 2020.

## Druh a popis předmětu plnění části 2 - Příprava Mediaplánu pro rok 2020

Předmětem plnění této části je:

1. Vytvoření Návrhu mediálního plánu pro rok 2020, který bude podkladem pro vypsání výběrového řízení. Dokument bude rozdělen do logických celků z pohledu přístupu ke strategickým oblastem. Každá oblast bude zpracována s ohledem na současné trendy, platnou legislativu a na informace, které byly součástí zadávací dokumentace.

Návrh mediálního plánu bude pokrývat a rozvíjet minimálně tyto oblasti:

**a. Cílová skupina**

Návrh cílové skupiny vycházející z hlavních cílů kampaně.

**b. Definice médií**

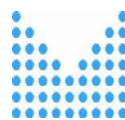
Stručný návrh mediálních taktik a strategie komunikace, včetně návrhu médií (TV a online) a odůvodnění pro jejich použití.

**c. Implementační plán, včetně načasování a definování nákladů na kampaň**

Mediální plán obsahující detailní popis dodavatele a umístění propagace, zvolený formát, termín a odhadovanou cenu s ohledem na zvolené období a cílovou skupinu. TV plán představuje přehledné možnosti inzerce ve vysílacích médiích (TV) v České republice včetně jejich afinit. Online plán obsahuje rozložení jednotlivých formátů v rámci online médií v České republice a jejich využití v konkrétních platformách - Display + Mobil, Video, RTB (Real Time Bidding).

**d. Slovníček pojmů**

Vysvětlení použitých pojmů pro mediální plánování pro lepší a hlubší porozumění předloženého návrhu.



### **Druh a popis předmětu plnění části 3 - PR komunikace v roce 2020**

Předmětem plnění této části je:

1. Realizace kontinuální PR komunikace, která bude pro rok 2020 jedním z hlavních pilířů kampaně, jakožto jediného nástroje, který umožňuje jít v komunikaci více do hloubky a působit tak na zvolenou cílovou skupinu. Jedná se o jeden z hlavních edukačních nástrojů propagace.
2. Realizace PR s ohledem na současné trendy a aktuální situaci (např. s ohledem na COVID-19), platnou legislativu a na informace, které byly součástí zadávací dokumentace.

PR komunikace bude pokrývat a rozvíjet minimálně tyto oblasti:

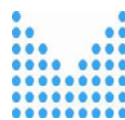
#### **a. Návrh témat, včetně textové podoby PR materiálů**

Minimálně 2 - 4 různých témat bude dodáno zadavateli dle harmonogramu (vždy obecné a konkrétní se zaměřením na naši cílovou skupinu). Přehled témat bude průběžně doplňován s ohledem na aktuální situaci, např. nová funkcionalita, mimořádná opatření aj. Zahrnuje také návrhy textové podoby PR materiálu (např. redakční tipy, soutěže, rozhovory a reportáže), sběr veškerých podkladů a informací, textové a editorské práce. Témata budou prezentována výhradně v pozitivním duchu a budou eliminována negativní témata a formulace jako “na co si dát pozor”, pokuty apod. V rámci standardního PR servisu bude zpracována dodavatelem také komunikace ad hoc témata a témata reagující na společenskou situaci. Veškerá témata budou zpracována včetně gramatické a stylistické jazykové korektury. Po finálním schválení zadavatelem bude poskytovatel témata distribuovat médiím.

#### **b. Realizace spolupráce s influencersy, opinion makers, micro-influencers**

Dodavatel bude realizovat aktivity pro oslovení mladších zástupců cílové skupiny, které není možné zasáhnout přes obvyklá média, a průběžně bude předkládat a vytipovávat vhodné influencersy pro spolupráci.





Průběh spolupráce: využití konkrétních životních situací ve formě stories na Instagramu. Cílem spolupráce je ukázat výhody a možnosti, které mladým občanům eGovernment nabízí.

Scénáře budou schváleny zadavatelem se zachováním autenticity a spontánnosti influencerů.

### c. Organizace tiskových konferencí a neformálních setkání

Strategie pro rok 2020 nepočítá s organizací konkrétních tiskových konferencí. V případě, že se objeví nosné téma/situace/mediální příležitost pro realizaci tiskové konference nebo zadavatel výslovně bude mít zájem, agentura obratem připraví konkrétní návrh.

V případě komunikace dílčích úspěchů/významných novinek/technologického posunu atd. poskytovatel připraví komornější formát setkání (užší setkání - snídaně, brunch pro vybrané novináře). Veškeré produkční a přípravné práce bude realizovat poskytovatel za úzké koordinace se zadavatelem.

Náklady na realizaci mediálních událostí a aktivit (mediaevents) jsou dvojího typu:

- a) produkční náklady (pronájmy, catering apod.) budou čerpány z rozpočtu zakázky na mediální události (eventy).
- b) související PR činnosti (scénář, příprava podkladů atd.) jsou součástí standardního PR servisu, nebudou tedy účtovány zvlášť

### d. Tvorba a aktualizace medailistu, media lobbying a media monitoring

Poskytovatel vytvoří seznam médií a novinářů vhodných pro oslovení v rámci propagace eGovernmentu (Media list). V rámci PR servisu bude agentura zpracovávat pravidelný monitoring médií, který bude u každého výstupu znázorňovat také hodnotu AVE (Advertising Value Equivalency). Základní monitoring (přehled výstupů) bude připravován s měsíční periodicitou, v případě potřeby pak častěji. Kompletní monitoring včetně přepisu textu nebo jednotlivých scanů bude připravován po ukončení každé komunikační etapy (čtvrtletně) a bude součástí závěrečné hodnotící zprávy pro každou etapu.



**e. Realizace PR strategie, komunikace s třetími stranami a projektové řízení**

V průběhu kampaně budou probíhat neformální setkání s novináři, blogery a influencery – součástí vyhodnocení bude reporting o těchto setkáních ve formě samostatného dokumentu. Součástí reportingu každé etapy bude přehled aktivit (activity report) zahrnující všechny činnosti realizované v rámci pravidelného PR servisu, dále bude jeho součástí také přehled všech témat, která byla v daném období komunikována. Aktivit report bude dodáván v samostatném dokumentu.

**Druh a popis předmětu plnění části 4 - Správa a obsah sociálních sítí a PPC kampaní**

Předmětem plnění této části je:

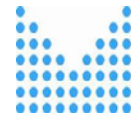
1. Zajištění tvorby obsahu a správy na sociálních sítí Facebook a Twitter, včetně minikampaní na sociálních sítích, pro účty:
  - a. Facebook Portál občana <https://www.facebook.com/portalobcana>,
  - b. Facebook eObčanka <https://www.facebook.com/eobcanka>,
  - c. Twitter Portál občana <https://twitter.com/portalobcana>.
  
2. Zajištění tvorby a obsahu pro PPC kampaň v rámci Google Ads s Sklik, včetně malých image kampaní, pro účty:



3. Průběžná tvorba redakčních plánů pro PPC a sociální sítě uvedené výše.
4. Tvorba grafických materiálů a jednotlivých příspěvků dle komunikační strategie.
5. Efektivní vyhodnocení kampaně.
6. Konzultace související s poskytnutím předmětu plnění.
7. Vyhodnocení kampaní FB, Google ads, Sklik, pravidelný reporting po skončení jednotlivých kampaní.

**Druh a popis předmětu plnění části 5 - Tvorba klíčových vizuálů a spotů + komunikační kampaň**

Předmětem plnění této části je:



1. Tvorba kreativní strategie pro komunikační kampaň
2. Kompletní copywriting výstupu
3. Zajištění obecných grafických prací

Zajištění kompletního grafického zpracování, úprav a implementace klíčových vizuálů do požadovaných online a offline formátů dle konkrétní potřeby zadavatele, vycházející z Akčního plánu. U tiskových materiálů se bude se jednat především o: tiskové materiály s nástroji eGovernmentu pro veřejnost a pro úřady, postery pro úřady, příprava výukového videa Portál občana, materiály pro Aktivace kontaktních míst 2020.

4. Povinnost spolupráce dodavatele s dalšími dodavateli zadavatele při realizaci dílčích plnění (např. digitální služby, tiskařské služby), a to v souvislosti s požadavky zadavatele ve smyslu úspěšného naplnění cílů této veřejné zakázky. Náklady na tisk materiálů zajišťuje MV.
5. Realizace konceptu 3 spotů v délce 20s pro použití v TV a jejich kompletní produkční zajištění.
6. Realizace delšího reklamního spotu na YouTube a Facebooku, a dále 6 tematických šestisekundových bumperů a jejich kompletní produkční zajištění.
7. Focení klíčových vizuálů dle kreativního konceptu.

Na veškeré grafické materiály se vztahuje licence 360 dní od jejich publikování.

#### **Druh a popis předmětu plnění části 6 - Projektové práce a řízení, mediální strategie, včetně koordinace a konzultací:**

Předmětem plnění této části je:

1. Adaptace mediální strategie 2020, včetně konzultace.
2. Průběžná komunikace, řízení jednotlivých částí kampaní.
3. Koordinace aktivit v rámci zakázky.
4. Průběžná tvorba reklamních textů (copywriting), včetně zajištění obecných prací při zpracování a úpravy do požadovaných online a offline formátů dle potřeb zadavatele.
5. Průběžná tvorba grafického obsahu, včetně zajištění obecných grafických prací (zpracování a úpravy do požadovaných online a offline formátů dle potřeb zadavatele).
6. Pravidelné konzultace se zadavatelem, včetně zpracování připomínek.
7. Reporting:



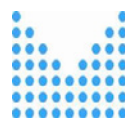
- a. Samostatný dokument Vyhodnocení neformálních setkání s novináři, blogery a influencery.
- b. Samostatný dokument obsahující Přehled aktivit a témat zahrnující všechny činnosti realizované v rámci pravidelného PR servisu.
- c. Samostatný dokument Vyhodnocení kampaně za rok 2020.

### **Harmonogram plnění částí 1 - 6:**

Služby budou poskytovány do 30. 11. 2020. Agentura se zavazuje k řádnému a včasnému poskytování služeb, které jsou blíže specifikovány výše, dle harmonogramu:

Název části	Termín poskytnutí
1) Akční plán propagace eGovernmentu	30. 7. 2020
2) Příprava Mediaplánu pro rok 2020	30. 7. 2020
3) PR komunikace v roce 2020	průběžně po dobu trvání Dohody
4) Správa a obsah sociálních sítí a PPC kampaní	průběžně po dobu trvání Dohody
5) Tvorba klíčových vizuálů a spotů + komunikační kampaň	11. 9. 2020
6) Projektové práce a řízení, mediální strategie, včetně koordinace a konzultací	průběžně po dobu trvání Dohody

### **Fakturační milníky částí:**



Termín	Plnění	Cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	Cena v Kč včetně DPH
14. 8. 2020	Akční plán propagace eGovernmentu (část 1)	276 250,00	58 012,50	334 262,50
14. 8. 2020	Příprava Mediaplánu pro rok 2020 (část 2)	75 000	15 750	90 750
30. 9. 2020	Tvorba klíčových vizuálů a spotů (část 5)	2 400 000	504 000	2 904 000
Průběžné měsíční výkazy do konce plnění Dohody	PR komunikace (část 3), Správa soc. sítí + PPC (část 4), Projektové práce a řízení, Mediální strategie (část 6)	2 044 600,00	429 366,00	2 473 966,00
<b>Celkově</b>		<b>4 795 850,00</b>	<b>1 007 128,50</b>	<b>5 802 978,50</b>