



## Smlouva o dílo (dále jen „Smlouva“)

### Středočeská centrála cestovního ruchu, příspěvková organizace

Se sídlem: Husova 156/21, Praha 1 Staré Město  
Zastoupený: Mgr. Zuzanou Vojtovou, ředitelkou organizace  
Bankovní spojení: PPF banka a.s.  
Číslo účtu: 2023240006/6000  
IČO: 06097758  
DIČ: CZ06097758  
Kontaktní osoba: ██

(dále jen „objednatel“, nebo „SCCR“)  
na straně jedné

a

### Czech News Center a. s.

Se sídlem: Komunardů 1584/42, Holešovice (Praha 7), 170 00  
Zastoupený: Ing. Michal Heisig  
Bankovní spojení: Unicredit bank  
Číslo účtu: 01441000/2700  
IČO: 02346826  
DIČ: CZ02346826  
zapsaný v OR: B 19490/MSPH Městský soud v Praze  
Kontaktní osoba: Ing. Michal Heisig

(dále jen „dodavatel“)  
na straně druhé

(objednatel a dodavatel společně dále jen „smluvní strany“)

uzavírají v souladu s ustanovením § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“) tuto smlouvu o dílo (dále také jen „Smlouva“) s přihlédnutím k ustanovení § 131 a násl. zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, v platném znění (dále jen „zákon“):

### Preambule

1. Tato Smlouva je uzavírána v návaznosti na výběrové řízení k veřejné zakázce malého rozsahu s názvem: „Výběr exkluzivního mediálního partnera na realizaci inzertní a PR spolupráce pro potřeby SCCR“ (dále jen jako „veřejná zakázka“). Tato smlouva je uzavírána plně v souladu se zadávacími podmínkami a nabídkou dodavatele předloženou v rámci výše uvedeného výběrového řízení.

2. Práva a povinnosti smluvních stran jsou tedy určeny nejen touto Smlouvou, ale i zadávací dokumentací veřejné zakázky, se kterou se dodavatel při podání své nabídky podrobně seznámil, a je mu tedy zřejmé, co konkrétně, v jakém rozsahu a kvalitě objednatel požaduje. S vědomím všech těchto skutečností dodavatel svou nabídku v rámci výběrového řízení na veřejnou zakázku sestavil a stanovil cenu za poskytované plnění. Cenová nabídka dodavatele předložená v zadávacím řízení na veřejnou zakázku tvoří přílohu č. 2 této Smlouvy (dále jen „nabídka dodavatele“).

## I.

### Předmět a účel Smlouvy

1. Předmětem této Smlouvy je závazek dodavatele naplánovat a zajistit pro objednatele PR propagaci Středních Čech v rámci domácího cestovního ruchu, a to jako součást kampaně Střední Čechy královské (dále jako „dílo“). Podrobná specifikace díla vyplývá z tzv. technické specifikace veřejné zakázky, která tvořila přílohu č. 4 zadávací dokumentace k veřejné zakázce a tvoří i přílohu č. 1 této Smlouvy. Dodavatel se v rámci podání nabídky ve výběrovém řízení na veřejnou zakázku s požadavky objednatele důkladně seznámil a v souladu s těmito požadavky vytvořil již v rámci své nabídky tzv. mediální plán s cenovou nabídkou a PR strategii pro objednatele od června 2020 do prosince 2020. Mediální plán s cenovou nabídkou tvoří přílohu č. 2 této Smlouvy a PR strategie přílohu č. 3 této Smlouvy. Objednatel si vyhradil právo odsouhlasit jak mediální plán, tak PR strategii předloženou dodavatelem.
2. Dodavatel bere na vědomí, že zájmem objednatele je dosažení zejména následujících cílů PR propagace:
  - a) podpora a nastartování domácího cestovního ruchu s důrazem na budování a profilování jednotné destinační značky,
  - b) zvýšení povědomí o rozmanitosti Středočeského kraje a nabídce jednotlivých oblastí a zejména o běžící kampani na podporu Středních Čech,
  - c) zvýšení návštěvnosti regionu Střední Čechy,
  - d) prodloužení délky pobytu a zvýšení podílu opakovaných návštěv domácích návštěvníků,
  - e) využití ambasadorů při komunikaci s cílovými skupinami.
3. Dodavatel je povinen vytvořenou PR kampaň podpořit všemi v současné době dostupnými PR nástroji. Dodavatel bude postupovat podle PR strategie a mediálního plánu, který musí objednatel odsouhlasit.
4. Dodavatel bude předkládat objednateli ke konci každého měsíce monitorovací zprávu, která bude obsahovat popis aktivit, jejich finanční zhodnocení, fotodokumentaci, zhodnocení propagace a kvantifikaci ukazatelů typu:
  - počet oslovených osob v tištěných, TV a online médiích
  - u on-line propagace ukazatel celkové návštěvnosti stránek, konverze, počet shlédnutí stránek, průměrná doba návštěvy atp.

Dodavatel vyhotoví po ukončení celé kampaně závěrečnou zprávu, která bude obsahovat zhodnocení shora uvedených ukazatelů za celou dobu trvání kampaně.

5. Objednatel se zavazuje zaplatit dodavateli odměnu za vytvoření díla.
6. Dodavatel se zavazuje zpracovat dílo v souladu se svou nabídkou a zadávacími podmínkami veřejné zakázky.
7. Dodavatel prohlašuje, že se seznámil se všemi podklady, které mu byly objednatelem poskytnuty v rámci výběrového řízení k veřejné zakázce a je si vědom, že nemůže v průběhu plnění předmětu této Smlouvy uplatnit nároky na úpravu smluvních podmínek (zadání) a zavazuje se plnit tuto Smlouvu dle předaných podkladů, v souladu s obecně závaznými právními předpisy a pokyny objednatele.

## II.

### Místo plnění a doba plnění

1. Místem plnění je Česká republika. Veškeré výstupy bude dodavatel povinen předávat objednateli na adrese jeho sídla, nebude-li dohodnuto něco jiného.
2. Dodavatel je povinen započít s plněním díla bez zbytečného odkladu po uzavření této Smlouvy dle navrženého mediaplánu a PR strategie.

## III.

### Cena a platební podmínky

1. Celková cena plnění za celý předmět plnění (včetně poskytnuté licence) v rozsahu této Smlouvy a jejích příloh se sjednává v souladu s přílohou č. 2 této smlouvy – nabídkou dodavatele ve výši 797 655,- Kč (slovy: sedm set devadesát sedm tisíc šest set padesát pět korun českých) bez DPH, tj. 965 163,- Kč (slovy: devět set šedesát pět tisíc sto šedesát tři korun českých) s DPH (dále jen „cena“).
2. Celková cena v souladu s článkem III. odst. 1 této smlouvy je konečná a nepřekročitelná a zahrnuje veškeré náklady dodavatele související s plněním dle této smlouvy. Objednatel neposkytuje jakékoli zálohy. Překročení ceny je možné pouze za předpokladu, že v průběhu realizace dojde ke změnám sazeb daně z přidané hodnoty. V takovém případě bude Cena upravena podle sazeb daně z přidané hodnoty platných v době vzniku zdanitelného plnění. Překročení ceny v jiných případech je nepřípustné.
3. Úhrada ceny bude provedena v českých korunách, a to bezhotovostním převodem na základě dokončení jednotlivých dílčích úkonů dodavatele. Dodavatel má právo na zaplacení vždy po schválení monitorovací zprávy na konci každého měsíce.
5. Fakturace proběhne na základě odsouhlasených dokumentů potvrzujících řádné a včasné plnění dodavatele. Splatnost faktury činí 30 dnů od jejího doručení objednateli. Faktura musí mít veškeré náležitosti dle platných právních předpisů. Přílohou faktury bude seznam fakturovaných plnění s uvedením jejich ceny. V případě, že faktura neobsahuje tyto náležitosti nebo obsahuje nesprávné údaje, je objednatel oprávněn fakturu vrátit dodavateli a ten je povinen vystavit fakturu novou nebo ji opravit. Po tuto dobu lhůta

splatnosti neběží a začíná plynout až okamžikem doručení nové nebo opravené faktury. Dodavatel je povinen doručit fakturu objednateli vždy alespoň dvacet pět (25) dnů před datem splatnosti.

6. Pokud před uhrazením některé z vystavených faktur vyjdou najevo vady příslušných částí předmětu této Smlouvy, je objednatel oprávněn takovou fakturu dodavateli vrátit. Po odstranění příslušné vady nebo po jiném zániku odpovědnosti dodavatele za takovou vadu předloží dodavatel objednateli novou fakturu se splatností uvedenou výše.
7. Faktura musí obsahovat minimálně následující náležitosti odpovídající náležitostem daňového dokladu dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů:
  - a) Označení daňového dokladu a jeho pořadové číslo
  - b) Identifikační údaje objednatele
  - c) Identifikační údaje dodavatele
  - d) Označení banky a čísla účtu, na který má být provedena úhrada ceny
  - e) Popis poskytnutého plnění
  - f) Datum vystavení a datum odeslání faktury
  - g) Datum uskutečnění zdanitelného plnění
  - h) Datum splatnosti
  - i) Rozpad ceny tak, aby byla uvedena výše částky bez DPH, výše sazby DPH a částka za DPH a celková částka s DPH
  - j) Podpis, popřípadě jméno osoby, která fakturu odeslala elektronickou cestou

#### IV.

#### Další práva a povinnosti smluvních stran

1. Dodavatel se touto Smlouvou zavazuje zajistit plnění dle přílohy č. 1 této smlouvy v souladu s předloženým mediaplánem a navrženou PR strategií.
2. Dodavatel se zavazuje při plnění předmětu Smlouvy aktivně spolupracovat s objednatelem, jakož i dalšími subjekty určenými objednatelem.
3. Dodavatel je povinen zajistit, aby v souvislosti s realizací díla nebylo jakkoli poškozeno dobré jméno objednatele.
4. Dodavatel se zavazuje, že neužije výstupy spojené s provedením díla k jiným účelům, než ke splnění svých povinností z této Smlouvy a neposkytne výstupy spojené s provedením díla k užití žádné třetí osobě bez předchozího písemného souhlasu objednatele. Dodavatel se též zavazuje, že informace a veškeré podklady poskytnuté objednatelem použije pouze pro zpracování díla a nebude jej dále poskytovat třetím stranám.
5. Dodavatel je vázán mlčenlivostí, o všech skutečnostech, s nimiž se při plnění závazků z této Smlouvy seznámí. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na osoby, které dodavatel užije k provedení díla, je však povinen je mlčenlivostí zavázat, přičemž za porušení této povinnosti je odpovědný, jako by ji porušil sám.

6. Dodavatel se při plnění díla zavazuje dodržovat veškeré obecně závazné právní předpisy, zejména se zavazuje, že se svým jednáním nedopustí nekalé soutěže a že činností dle této Smlouvy nebude zasahováno do práv třetích osob.
7. Dodavatel se zavazuje řídit se pokyny, které mu budou průběžně udělovány objednatelem v souladu s touto Smlouvou, ledaže jsou takové pokyny v rozporu se zákonem nebo nevhodné; v takovém případě je dodavatel povinen na jejich nezákonnost či nevhodnost objednatele neprodleně písemně upozornit.
8. Objednatel je kdykoliv v průběhu trvání této Smlouvy oprávněn kontrolovat provádění plnění předmětu této Smlouvy a plnění povinností dodavatele vyplývajících z této Smlouvy. Za tímto účelem je dodavatel povinen na základě předchozí výzvy poskytnout objednateli veškerou požadovanou součinnost, poskytnout požadované informace atp. Oprávněným výkonem těchto práv ze strany objednatele nesmí dojít k nadměrnému zásahu do práv a oprávněných zájmů dodavatele.
9. V průběhu plnění Smlouvy si objednatel vyhrazuje právo zúžit předmět této Smlouvy. O takové změně bude smluvními stranami uzavřen dodatek, ve kterém bude sjednána nová cena díla, odpovídající zúženému předmětu díla.
10. Každé prodlení při provádění Smlouvy kteroukoliv stranou nebude neplněním závazku ani nebude důvodem k vyrovnání škod kteroukoliv stranou, jestliže takovéto zdržení nebo neplnění je způsobeno mimořádnou nepředvídatelnou a neodvratitelnou překážkou, která vznikla nezávisle na jeho vůli. Odpovědnost však nevylučuje překážka, která vznikla v době, kdy povinná strana byla již v prodlení s plněním své povinnosti, nebo vznikla v důsledku z jejích hospodářských poměrů. Za takové překážky se považují takové neodvratitelné události, které ta smluvní strana, která se jich dovolává, při uzavírání Smlouvy nemohla předvídat, a které jí brání, aby splnila své smluvní povinnosti, jako např. válka, živelné katastrofy, pandemie, generální stávky, důvody vyplývající z právních předpisů (např. technologické přestávky, nečinnost orgánů veřejné moci, rozhodnutí nadřízených orgánů) apod.
11. Strana, která se dovolává vyšší moci je povinna neprodleně, nejpozději však do tří kalendářních dnů druhou stranu vyrozumět o vzniku okolností vyšší moci a takovou zprávu ihned písemně potvrdit. Stejným způsobem vyrozumí druhou smluvní stranu o ukončení okolností vyšší moci. Na požádání předloží smluvní strana, která se dovolává vyšší moci, věrohodný důkaz o této skutečnosti.
12. Pokud trvání zásahu či okolnosti vyšší moci nepřesáhne, byť přerušováno, v souhrnu 30 dnů, plnění této Smlouvy nebude prodlouženo o dobu trvání takového zásahu. Pokud toto trvání přesáhne, byť přerušováno, v souhrnu 30 dnů, situace se bude řešit vzájemnou dohodou mezi smluvními stranami. V případě, že stav vyšší moci bude trvat déle než 2 měsíce, má druhá strana právo odstoupit od Smlouvy.
13. Dodavatel není oprávněn ani částečně postoupit jakákoli svá práva či povinnosti z této Smlouvy, nebo Smlouvu samotnou, na třetí osobu, bez předchozího písemného souhlasu objednatele.

## V.

### Doba trvání Smlouvy

1. Tato Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti jejím zveřejněním v registru smluv.
2. Tato Smlouva je uzavřena na dobu určitou, a to **do 31. prosince 2020**.
3. Objednatel je oprávněn tuto Smlouvu i bez uvedení důvodu vypovědět. Výpovědní doba činí 1 měsíc a počne plynout okamžikem doručení výpovědi dodavateli.

## VI.

### Sankce a zánik Smlouvy

1. Bude-li dodavatel v prodlení s dodržováním termínů dle navrženého mediaplánu, zavazuje se dodavatel zaplatit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 % z celkové ceny plnění bez DPH, s jehož dodáním je dodavatel v prodlení, a to za každý započatý den prodlení. Smluvní pokutou není dotčen nárok objednatele na náhradu případné škody.
2. Bude-li dodavatel porušovat své povinnosti dle této Smlouvy, a v tomto porušování bude pokračovat i poté, co ho objednatel písemně vyzve k nápravě, je dodavatel povinen zaplati objednateli za každé takové porušení 100.000,- Kč. Smluvní pokutou není dotčen nárok objednatele na náhradu případné škody.
3. Bude-li objednatel v prodlení se zaplacením ceny předmětu plnění dle této Smlouvy, zavazuje se objednatel zaplatit dodavateli úrok z prodlení ve výši 0,02 % z dlužné částky za každý započatý den prodlení.
4. Smluvní pokuta je splatná do 15 dnů od dne doručení písemné výzvy oprávněné strany, která bude zaslána na adresu povinné strany uvedené v hlavičce této Smlouvy. Pro účely této Smlouvy smluvní strany uvádí, že výzva k zaplacení smluvní pokuty se považuje za doručenu třetím kalendářním dnem od jejího odeslání oprávněnou stranou.
5. Zaplacením smluvní pokuty se povinná strana nezbavuje povinnosti splnit svůj závazek utvrzený smluvní pokutou.
6. Smluvní strana dotčená porušením povinností dle této Smlouvy druhou smluvní stranou je oprávněna od této Smlouvy jednostranně odstoupit pro podstatné porušení této smlouvy. Za podstatné porušení této Smlouvy bude považováno zejména, nikoli výlučně:
  - a. nezaplacení ceny za plnění dle této Smlouvy objednatelem po dobu delší než 60 dní od okamžiku uplynutí lhůty splatnosti uvedené v příslušné faktuře,
  - b. nedodání požadovaného plnění dodavatelem řádně a včas a v souladu s touto Smlouvou, a to ani, pokud dodavatel nedodal toto plnění v objednatel

- poskytnuté dodatečné lhůtě, případně též neplnění předmětu této Smlouvy dodavatele v souladu s jeho povinnostmi,
- c. opakované porušení povinností dodavatele vyplývajících z této Smlouvy, anebo
  - d. porušení povinností dodavatele v důsledku, kterého hrozí nebo vzniká objednateli škoda a dodavatel neprovede nápravu,
  - e. skutečnost, že nebyla schválena částka z krajského rozpočtu, či jiných zdrojů, která je potřebná k úhradě za plnění dle této Smlouvy,
  - f. je-li to stanoveno touto Smlouvou.
7. Odstoupení musí být učiněno písemně. Účinky odstoupení nastávají následující den po doručení odstoupení. Odstoupení od Smlouvy se nedotýká nároku na náhradu škody vzniklé porušením této Smlouvy ani nároku na zaplacení smluvních pokut.
8. Závazky smluvních stran vzniklé v důsledku odstoupení od Smlouvy budou vypořádány následujícím způsobem. V případě odstoupení od Smlouvy je dodavatel povinen neprodleně předat objednateli plnění v aktuálně rozpracovaném stavu. Pro případ odstoupení od Smlouvy z důvodů na straně objednatele má dodavatel nárok na poměrnou část ceny odpovídající rozsahu jím provedeného plnění. V případě odstoupení od Smlouvy z důvodů na straně dodavatele má dodavatel nárok na náhradu nutných nákladů, které prokazatelně vynaložil na provedení plnění.
9. V případě předčasného ukončení této Smlouvy je dodavatel povinen poskytnout objednateli nezbytnou součinnost tak, aby objednateli nevznikla škoda.

## VII.

### Vady díla a sankční ustanovení

1. Dodavatel prohlašuje, že je oprávněn k uzavření této Smlouvy, že dílo vytvoří jako původní, že bude jeho jediným autorem a že jeho práva k dílu nejsou a nebudou nijak (právně ani fakticky) omezena. Dodavatel dále prohlašuje, že jím vytvořené dílo bude z právního pohledu bezvadné.
2. Neodpovídá-li dílo požadavkům a specifikacím objednatele, může objednatel vyzvat dodavatele, aby dílo přepracoval, a stanovit mu k tomu přiměřenou lhůtu, kterou je dodavatel povinen dodržet. Neodpovídá-li dílo požadavkům a specifikacím objednatele ani po opakovaném upozornění dodavatele na odstranění vad díla, nebo neodevzdá-li dodavatel dílo v termínu dohodnutém touto Smlouvou či ani po dodatečné výzvě ze strany objednatele, je objednatel oprávněn od této Smlouvy odstoupit.

## VIII.

### Závěrečná ustanovení

1. Pro případ sporu vzniklého mezi smluvními stranami se v souladu s ustanovením § 89a zákona č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, ve znění pozdějších předpisů, sjednává jako místně příslušný obecný soud podle sídla objednatele.
2. Skutečnosti uvedené v této Smlouvě nebudou Smluvními stranami považovány za obchodní tajemství ve smyslu ustanovení občanského zákoníku.
3. Smluvní strany se dohodly, že s ohledem na novou právní úpravu ochrany osobních údajů dle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů), které nabývá účinnosti dne 25. 5. 2018, je objednatel oprávněn vyzvat dodavatele k uzavření této Smlouvy, na jehož základě dojde k úpravě příslušných ustanovení této Smlouvy tak, aby byly zcela v souladu s výše uvedeným nařízením a příslušnou národní legislativou navazující na výše uvedené nařízení vztahující se k ochraně osobních údajů. Dodavatel je povinen objednateli poskytnout veškerou součinnost potřebnou pro uzavření dodatku dle tohoto odstavce.
4. Smluvní strany prohlašují, že si tuto Smlouvu podrobně přečetly, rozumějí jí a na důkaz vůle řídit se všemi jednotlivými ujednáními připojují své podpisy.
5. Tato Smlouva podléhá zveřejnění dle zák. č. 340/2015 Sb., o registru smluv. Smluvní strany souhlasí s tím, že tato Smlouva bude zveřejněna ve svém plném znění. Zveřejnění zajistí objednatel.
6. Nedílnou součástí této Smlouvy jsou její přílohy:

Příloha č. 1 – Technická specifikace předmětu plnění

Příloha č. 2 – Mediální plán a cenová nabídka

Příloha č. 3 – PR strategie

V Praze dne 8. 10. 2020

V Praze dne 31. 8. 2020

  
Mgr. Zuzana Vojtová  
ředitelka organizace  
Objednatel

  
Ing. Michal Heisig  
Obchodní ředitel  
Dodavatel, Czech News Center





## Příloha č. 4 – Technická specifikace

### „Výběr exkluzivního mediálního partnera na realizaci inzertní a PR spolupráce pro potřeby SCCR“

Zadavatel má zájem využít potenciálu sledované kampaně na podporu Středních Čech (dále SČ) se širokým zásahem veřejnosti za účelem propagace SČ z pohledu domácího cestovního ruchu. Cílem kampaně je zvýšení povědomí o regionu Středních Čech založené na kampani spojené s ambasadory podporující domácí cestovní ruch. Pro tyto účely hledá zadavatel partnera, který je schopen zajistit silnou mediální pozornost v tištěných a online médiích formou kvalitního PR.

Účelem je zviditelnit Střední Čechy na pozadí běžící online a outdoorové kampaně, maximálně využít potenciálu spolupracujících ambasadurů, zvýšit povědomí o turistickém potenciálu a podpořit návštěvnost Středních Čech z jiných krajů České republiky.

Dodavatel nabídne PR kampaň pro zadavatele v období od srpna do prosince 2020 s podporou všech v současné době dostupných PR nástrojů – inzerce, advertoriály, redakční články, TV a tištěné rozhovory se zástupci organizace SCCR a ambasadory, redakční tipy, články ve všech celostátních médiích, zpravodajských denících, online kanálech, které budou odpovídat cílovým skupinám nastavené komunikace a vybranými ambasadory.

#### Minimální požadavky Zadavatele na zajištění PR kampaně na podporu Středních Čech:

Dodavatel zpracuje mediální plán SČ, přičemž dodrží minimální požadavky Zadavatele a případně uvede další návrhy prezentace dle svého uvážení v souladu s touto zadávací dokumentací. Uvede přesný rozsah prezentace, tj. rozpis možností propagace a zviditelnění SČ Zadavatele z pohledu turistického potenciálu a specifikuje počty a umístění reklamních a prezentačních prvků Zadavatele v rámci výše uvedené akce.

O průběhu propagace bude měsíčně předkládána monitorovací zpráva. Po ukončení celé kampaně bude sepsána závěrečná zpráva, která bude obsahovat popis aktivit, jejich finanční zhodnocení, fotodokumentaci, zhodnocení propagace a kvantifikaci ukazatelů typu:

- počet oslovených v tištěných, TV a online médiích
- u on-line propagace ukazatel celkové návštěvnosti stránek, konverze, počet zhlédnutí stránek, průměrná doba návštěvy atp.

Zadavatel dále požaduje:

1. Pravidelná PR spolupráce formou krátkých TV, tištěných a online zpráv, redakční články, tipy redakcí a další na období od srpna do prosince 2020  
Minimálně 15 výstupů měsíčně zastoupených v médiích s přesahem do online médií, minimálně 8 rozhovorů v TV za období srpen – prosinec

- Zpravodajská média 50 % a jejich supplementy
- Lifestyle média 50 %

2. Kreativní mediální zpracování ambasadurů – advertoriály, soutěže, redakční tipy.

Zadavateli jde především o oslovení široké veřejnosti, která by na základě celé plánované kampaně měla mít chuť strávit minimálně 2-3 dny ve Středních Čechách. Vybraná média a kanály by měly pokrývat celou Českou republiku. Jejich výběr bude ověřován na základě statistik uvedených na stránkách [www.abccr.cz](http://www.abccr.cz) v případě tištěných titulů, na stránkách [www.netmonitor.cz](http://www.netmonitor.cz) v případě online titulů a z údajů od ATO (Asociace televizních organizací) v případě sledovanosti TV.

## Příloha č. 4 – Technická specifikace

Níže Zadavatel předkládá technickou specifikaci veřejné zakázky v podobě Komunikačního briefu 2020.

### Východiska projektu

SCCR zodpovídá za podporu rozvoje domácího i příjezdového cestovního ruchu na regionální úrovni Středočeského kraje. Je jediným vlastníkem destinační značky Střední Čechy královské a jejich jazykových mutací.

V souladu se svým marketingovým plánem volí pro každý rok 1 **komunikační téma**.

Pro období 2020 s přesahem do roku 2021 bylo zvoleno téma:

- **Střední Čechy jsou místem, kde je krásné nejen žít, ale i cestovat, aktivně odpočívat a poznávat českou historii.**

Toto téma bude zastřešeno jednotným kreativním konceptem, které bude následně využito v komunikační kampani vedené na

- Billboardech a CLV (není součástí požadavku na plochy od dodavatele)
- On line kampani
- Vlastních komunikačních kanálech a na sociálních sítích
- PR komunikaci
- Vlastní Tour propagující Střední Čechy a její turistické oblasti, která bude prezentovat SČ v Praze, městech Středních Čech, krajských městech ČR
- Využívající významné osobnosti sportu, kultury jako ambasadory Středočeského kraje

Úkolem dodavatele je navrhnout kreativní PR kampaň. Koncept musí respektovat positioning značky a jednotný vizuální styl.

Cílem integrované marketingové kampaně je:

- **podpora a nastartování domácího ruchu** s důrazem na budování a profilování jednotné destinační značky Střední Čechy královské
- zvýšení povědomí o rozmanitosti SČ kraje a nabídce jednotlivých oblastí
- zvýšení návštěvnosti regionu SČ díky domácímu cestovnímu ruchu
- prodloužení délky pobytu a zvýšení podílu opakovaných návštěv domácích návštěvníků
- využití ambasadourů při komunikaci s cílovými skupinami

### Cílové skupiny

Pro komunikaci byly zvoleny **tři segmenty archetypů cílových skupin**:

- **Požitekáři:**
  - „**Lidé cestující bez dětí**“ a „**Rodiny s dětmi**“
    - Aktivní lidé ve věku cca. 35 – 54 let, vysokoškolsky vzdělaní, vyšší střední třída (bonitní klientela), mají informační přehled, jsou zcestovalí a hlavním zdrojem informací je internet.
    - Na dovolené hledají především pasivní odpočinek s cílem dopřát si a nešetřit. Nejčastěji cestují s rodinou, sami nebo s přáteli.
  - „**Aktivní seniři**“
    - Movitější turisté ve věku cca. 55+ let, pro něž není cestování o počtu navštívených míst.
    - Vyhledávají spíše autenticitu zážitku a prožitku. Vybírají si nevšední, autentické destinace, které nabízejí nevšední zážitky.

## Příloha č. 4 – Technická specifikace

### Značka

Pracujeme s destinační značkou **Střední Čechy královské**. Nosným prvkem značkové strategie je princip **storytellingu**, který zachytí **zážitek, atmosféru, emoce a pocit autenticity**. Z předchozích kampaní se osvědčil prvek zobrazení reálných lidí, jako nositelů příběhů a emocí.

Osobnost značky: Autentická, poklidná, inspirativní, neopakovatelná, hedonistická

Hodnoty značky: Dosažitelnost, bezpečnost, poměr kvalita/cena, otevřenost, tolerance, vyspělost

Symbols: Historická města, kulturní památky, tajemná zákoutí, lokality UNESCO, světové osobnosti, poctivá gastronomie, malebná krajina a hory, lázeňská vřídla, relaxační rezorty

Úkolem agentury je navrhnout kreativní koncept, který posílí pozitivní vnímání nové značky v souladu s definovanými atributy značky.

### Marketingová témata pro kampaň

Pro rok 2020 byla zvolena tato témata:

- Do míst za poznáním – královská města a místa, zámky, hrady
- Do míst za zábavou a zážitky – výstavy, galerie, muzea, kulturní události, značené stezky
- Pohodová cykloturistika – rodiny s dětmi, požitkáři na kolech
- Za zdravím a odpočinkem – pěší výlety, pobyty

Dodavatel navrhne, zpracuje a zajistí implementaci PR a rozhlasové kampaně s ohledem na komunikaci marketingových témat pro všechny produkty pod jednou kreativní ideou. Navržená strategie a koncept musí být globálně akceptovatelné všemi cílovými skupinami.

### Sdělení a tonalita kampaně

#### Přijďte prožít své příběhy a zažijte to nejlepší, co Střední Čechy nabízí.

Sdělení kampaně musí pokrývat všechny produkty pro celé období 2020 uvedené v zadávací dokumentaci.

Celá komunikace by měla být postavena na současných zážitcích. Do příběhů chceme vtáhnout i samotné návštěvníky. Střední Čechy by pro ně neměly být pouhým místem návštěvy, ale prostorem pro inspiraci a poznávání.

Očekávanou reakcí je **vyvolat motivaci k návštěvě Středních Čech** a akci: „Tam chci jet a užít si to.“

Tonalitu kampaně požadujeme výraznou a přitažlivou, dostatečně viditelnou, nápaditou, která zaujme, ale zároveň respektuje poslání a principy značky.

#### Potřebné dokumenty k tvorbě kampaně

- Loga + logomanual: <https://www.centralbohemia.cz/cs/uzitecne-info/ke-stazeni.html>
- Střední Čechy královské: <https://www.centralbohemia.cz/cs/destinace/stredni-cechy-kralovske/>
- Destinační Facebook: <https://www.facebook.com/DestinaceStredniCechy/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/visitcentralbohemia/>

## Příloha č. 4 – Technická specifikace

### Média mix

- Kampaň bude probíhat převážně v tištěných, online, TV kanálech a na sociálních sítích, billboardy, CLV (není součástí požadavku na plochy od dodavatele, uvedeno pro kompletní přehled marketingového mixu). Při tvorbě strategie a PR konceptu je potřeba toto zohlednit.

Časově je kampaň naplánována na období červen a září pro outdoor. Sociální sítě a online kampaň budou komunikovány od června do konce roku 2020 průběžně.