

Smlouva o dílo
(dále jen „Smlouva“)
Č. 0223/06097758/2021

Středočeská centrála cestovního ruchu, příspěvková organizace

Se sídlem: Husova 156/21, Praha 1 Staré Město
Zastoupený: Markem Černochem, pověřeným řízením organizace
Bankovní spojení: PPF banka a.s.
Číslo účtu: [REDACTED]
IČO: 06097758
DIČ: CZ06097758
Kontaktní osoba: Bc. Jakub Kulhánek (email: [REDACTED])

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

a

New Logic Studio s.r.o.

Se sídlem: Táboritská 880/14, Žižkov (Praha 3), 130 00 Praha 3
Zastoupený: Karlem Kášem, jednatelem
Bankovní spojení: RaiffeisenBank
Číslo účtu: [REDACTED]
IČO: 24202207
DIČ: CZ24202207
zapsaný v OR: C 188194 vedená u Městského soudu v Praze
Kontaktní osoba: Karel Káš ([REDACTED])

(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: „**Nastavení, správa a optimalizace digitální reklamní kampaně vedené na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Střední Čechy a kampaně Světové Česko II**“ (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 navrhnout, nastavit, optimalizovat a spravovat digitální reklamní kampaň vedenou na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Střední Čechy a kampaně Světové Česko pro objednatele (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 pro objednatele. Mediální plán tvoří přílohu č. 2 této Smlouvy a cenová nabídka přílohu č. 3 této Smlouvy. Objednatel si vyhradil mediální plán odsouhlasit a v průběhu plnění měnit.
2. Dodavatel bere na vědomí, že zájmem objednatele je dosažení zejména následujících cílů kampaně:
 - a) podpora a nastartování domácího cestovního ruchu s důrazem na budování a profilování jednotné destinační značky Střední Čechy,
 - b) zvýšení povědomí o kampani Světové Česko,
 - c) zvýšení povědomí o rozmanitosti Středočeského kraje a nabídce jednotlivých oblastí,
 - d) zvýšení návštěvnosti regionu Střední Čechy díky domácímu cestovnímu ruchu,
 - e) prodloužení délky pobytu a zvýšení podílu opakovaných návštěv domácích návštěvníků.
3. Dodavatel je povinen provést dílo, tj. vést kampaň na území celé České republiky, a to zejména na sociálních sítích objednatele a v reklamních systémech s maximálním důrazem na safety rules kampaně
 - Facebook Ads
 - Google Display Network
 - Seznam Sklik

Sociální sítě objednatele jsou:

- Facebook.com/DestinaceStredniCechy
- Instagram.com/VisitCentralBohemia

Webové stránky objednatele:

www.strednicechy.cz

4. Dodavatel bude postupovat podle navrženého mediálního plánu, který musí objednatel odsouhlasit. Tento mediaplán se může v průběhu kampaně změnit na základě požadavku objednatele. Kampaně bude spravována na již existujících reklamních účtech objednatele.
5. Součástí plnění na straně dodavatele dle této smlouvy je rovněž organizování soutěží v digitálním prostoru o ubytování, vstupenky a další podobné aktivity, a to v rozsahu dojednávání participace v této soutěži s lokálními poskytovateli služeb a příprava pravidel těchto soutěží.
6. Objednatel dodá dodavateli kreativní koncept pro využití v rámci digitální reklamní kampaně. Bude se jednat zejména o:
 - podklady pro DISPLAY část kampaně dle specifikace reklamních systémů, které zpracuje dodavatel před spuštěním kampaně,
 - kampaňový video obsah,
 - obsah pro podporu spolupráce objednatele s lokálními dodavateli, kteří mohou být zejména z oblastí:
 - ubytování
 - památky - hrady, zámky
 - muzea
 - vinařství
 - cykloturistika
 - agroturistika, zámecké bydlení
 - golf
 - dětské zábavní parky a další.
7. Objednatel se zavazuje zaplatit dodavateli odměnu za vytvoření díla.
8. Dodavatel se zavazuje provést dílo v souladu se svou nabídkou, zadávacími podmínkami veřejné zakázky a touto Smlouvou.
9. 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 online prostor. Veškeré písemné 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.

III.

Cena a platební podmínky

1. Celková cena plnění za celý předmět plnění v rozsahu této Smlouvy a jejích příloh se sjednává v souladu s přílohou č. 3 této smlouvy – cenovou nabídkou dodavatele ve výši 412 369,- Kč (slovy: čtyři sta dvanáct tisíc tři sta šedesát devět korun českých) bez DPH, tj. 498 965,- Kč (slovy: čtyři sta devadesát osm tisíc devět set šedesát pět 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 měsíčně v českých korunách, a to bezhotovostním převodem na základě dokončení jednotlivých dílčích úkonů dodavatele. Dodavatel má právo na zaplacení ceny okamžikem řádného splnění svého závazku nebo jeho dílčí části, tedy okamžikem řádného dodání předmětu plnění dle této Smlouvy. Řádným dodáním je myšlen pravidelný měsíční report schválený Objednavatelem. Po schválení reportu bude vystavena faktura Dodavatelem na dílčí úhradu ve výši odsouhlaseného částečného plnění.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
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. Objednatel si vyhrazuje právo ukončit smluvní vztah i před 31.12.2021 nebo nevyužít celé dohodnuté plnění, a to zejména, nikoli však výhradně, z důvodu naplnění cílů nebo parametrů vedené kampaně.
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 okolností 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 **řádného a úplného provedení a předání díla** nebo do vyčerpání částky ve výši 700.000,- Kč s DPH na odměnu dodavatele dle této Smlouvy, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve.

3. Objednatel je oprávněn tuto Smlouvu i bez uvedení důvodu vypovědět. Výpovědní doba činí 1 měsíc a počne plynout okamžikem doručení výpovědi dodavateli.
4. Objednatel je dále oprávněn ukončit tuto smlouvu výpovědí bez výpovědní doby v případě, že nastanou okolnosti uvedené v čl. IV odst. 9 této Smlouvy.

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 doručenou třetím kalendářním dnem od jejího odeslání oprávněnou stranou.
5. Zaplacením smluvní pokuty se povinná strana nezavazuje 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 povinnosti 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

Příloha č. 3 - Cenová nabídka

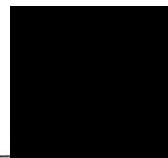
V Praze dne 30.9. 2021

V PRAZE dne 29.9. 2021



Objednatel
Marek Černochoch, pověřen
řazením organizace

STŘEDOČESKÁ
CENTRÁLA
CESTOVNÍHO
RUCHU
Husova 156/21, 110 00 Praha 1
IČ: 06097758 DIČ: CZ06097758



Dodavatel
Karel Káš
jednatel

Logic Studio s.r.o.
U Nikolajky 833/5
150 00 Praha 5
IČ: 202207, DIČ: CZ24202207

Příloha č. 5 – Technická specifikace

Veřejná zakázka malého rozsahu s názvem:

„Nastavení, správa a optimalizace digitální reklamní kampaně vedené na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Střední Čechy a kampaně Světové Česko II“

Předmět plnění:

Předmětem zakázky je správa a optimalizace digitální reklamní kampaně vedené na podporu cestovního ruchu a rozvoj turismu ve Středočeském kraji a kampaně Světové Česko. Úkolem dodavatele bude realizovat kampaň vedenou na území České republiky, a to zejména na účtech na sociálních sítích zadavatele a v reklamních systémech.

- Facebook Ads
- Google Display Network
- Seznam Sklik

Účty na sociálních sítích zadavatele:

- Facebook.com/DestinaceStredniCechy
- Instagram.com/VisitCentralBohemia

Webové stránky Zadavatele:

- www.strednicechy.cz

Kampaň bude spravována na již existujících reklamních účtech Zadavatele.

Kreativní koncept dodá dodavateli Zadavatel. Bude se jednat zejména o:

- podklady pro DISPLAY část kampaně dle specifikace reklamních systémů, které zpracuje dodavatel před spuštěním kampaně
- kampaňový video obsah
- obsah pro podporu spolupráce SCCR s lokálními dodavateli, kteří mohou být zejména z oblastí:
 - ubytování
 - památky - hrady, zámky
 - muzea
 - vinařství
 - cykloturistika
 - agroturistika, zámecké bydlení
 - golf
 - dětské zábavní parky a další.
- Veškeré podklady pro tvoření obsahu na sociálních sítích dodá Zadavatel skrze vlastní fotobanku.

Dodavatel bude v průběhu kampaně domlouvat s lokálními subjekty, jejichž seznam a kontakty dodá zadavatel, možné soutěže o:

- ubytování
- vstupenky
- a další podobné aktivity.

Dodavatel tedy musí v rozpočtu na agenturní práci počítat také se zpracováním případných "PRAVIDEL SOUTĚŽÍ" a všech legislativních náležitostí.

Minimální požadované parametry kampaně jsou následující:

- Minimálně 90 tisíc návštěv (kvalitní a relevantní návštěvnost) na webu www.strednicechy.cz za celé období realizované kampaně;
- maximální podíl nákladů za kreativitu, správu a nastavení analytiky kampaně je 25 % nabídkové ceny;
- minimální množství návštěv webu Zadavatele je 30 000 návštěv v každém měsíci kampaně

- minimálně 60 000 sledujících Facebook profilu ke dni ukončení kampaně;
- minimální měsíční dosah Facebook profilu 1 500 000
- minimální nárůst sledujících Instagram profilu na výsledných 14 000 sledujících ke dni ukončení kampaně;
- minimální měsíční dosah Instagram profilu 500 000 v každém měsíci kampaně.
- minimální počet uveřejněných stories 200 za celé období realizované kampaně.

Optimalizace kampaně, při níž budou sledovány tyto minimální parametry:

- Imprese
- Dosah
- CTR
- Page view
- Doba pobytu na stránce
- Průměrné CPC
- % návštěvníků vstupujících na stránky opakovaně
- Demografické údaje
 - Přehled pohlaví a věkové kategorie
- Geografické údaje
 - Lokalita – Kraj / region

Zadavatel očekává, že díky efektivnímu rozložení kampaně dokáže dodavatel navrhnout kampaň s ještě lepšími parametry, které při její realizaci budou dále optimalizovány jak do kvality, tak i ceny. Cílem bude zajistit flexibilní čerpání svěřeného rozpočtu s ohledem na maximální efektivitu jednotlivých kanálů.

Předpokládaná doba průběhu kampaně je naplánované mezi měsíci **ŘÍJEN – PROSINEC 2021**.

Zadavatel požaduje:

- definovat velikost cílových skupin a možný zásah
- rozdělení rozpočtu mezi reklamní síť a agenturní práci s cílem maximalizace zásahu cílových skupin a minimalizace nákladů na reklamní jednotku (impresi, shlédnutí videa, kliknutí a podobně...)
- technické parametry reklamních formátů podle reklamních systémů a dodavatelem navrženého MEDIAPLÁNU
- průběžnou spolupráci na efektivním průběhu kampaně, tj. před koncem každého měsíce bude zpracován detailní POST PLÁN PRO SOCIÁLNÍ SÍŤ pro měsíc následující, který si mezi sebou Zadavatel a dodavatel schválí
- reporting - dat o výsledku kampaní v pravidelných intervalech, zpočátku jednou týdně, a to zpětně za týden uplynulý, v průběhu trvání kampaně jednou za 14 dní, vše dle potřeb zadavatele. Na konci každého kalendářního měsíce bude předkládána hodnotící zpráva za uplynulý měsíc, která bude po schválení Zadavatelem podkladem pro vystavení faktury dodavatelem.
- možnost měnit i v průběhu trvání smluvního vztahu již dohodnutý mediaplán a/nebo rozvržení vedení kampaně na jednotlivých účtech na sociálních sítích Zadavatele a v reklamních systémech
- možnost napojení na kontrolní systém GAS - jedná se o software na vyhodnocování on-line kampaní zadavatele (odkaz: <https://www.gas-online.cz>). Zadavatel umožní vybranému dodavateli přístup do účtu Zadavatele.

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 komunikační témata.

Pro období 2021 s přesahem do roku 2022 byla zvolena témata:

- Střední Čechy – královský zážitek z cest
- Dost bylo gauče, je na čase cestovat
- Společně s agenturou CzechTourism, kampaň Světové Česko

Úkolem agentury je navržení, nastavení, správa a optimalizace digitální reklamní kampaně vedené na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Střední Čechy a kampaně Světové Česko. Celá kampaň musí respektovat positioning značky a jednotný vizuální styl.

Cílem integrované marketingové kampaně je:

- podpora a nastartování domácího cestovního ruchu s důrazem na budování a profilování jednotné destinační značky Střední Čechy
- Zvýšení povědomí o kampani Světové Česko
- zvýšení povědomí o rozmanitosti Středočeského kraje a nabídce jednotlivých oblastí
- zvýšení návštěvnosti regionu Střední Čechy díky domácímu cestovnímu ruchu
- prodloužení délky pobytu a zvýšení podílu opakovaných návštěv domácích návštěvníků

Cílové skupiny

Pro komunikaci byly zvoleny tři segmenty archetypů cílových skupin:

- „Lidé cestující bez dětí“ a „Rodiny s dětmi“
 - Aktivní lidé ve věku cca 35 – 54 let, 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 senioři“
 - Turisté ve věku cca 55+ let, pro něž není cestování o počtu navštívených míst.

Značka

Pracujeme s destinační značkou **Střední Čechy**. 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

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

Motivy pro klíčové vizuály, které budou součástí kampaně

Agentura bude mít v gesci kreativní přípravu všech dynamických a statických bannerů. Realizaci následně provede s DTP studiem Zadavatele.

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/>
- Světové Česko: <http://brand.czechtourism.cz/signIn>

Požadované výstupy pro hodnocení, které budou součástí nabídky:

Mediační plán dle zadání včetně detailního budgetu/ cenové nabídky

Všechny výstupy musí být zpracovány v českém jazyce.

příloha č. 6 Mediaplán
 název veřejné zakázky: „Nastavení, správa a optimalizace digitální reklamní kampaně vedené na podporu rozvoje cestovního ruchu destinace Střední Čechy a kampaně Světové Česko II“

Zdroj	Mln. měsíční dosah	Mln. počet příspěvků (účastné sítě)	Garantovaný měsíční dosah	Garantovaný počet sledujících po ukončení kampaně
Facebook	1 500 000	20	2 000 000	62 000
Instagram	500 000	30	1 000 000	17 000
Celkem	2 000 000	50	0	0
Dílicí kritérium			1	2

Zdroj	Garantovaný měsíční počet kliknutí	Garantované CPC
Google Ads	10 000	1,90 Kč
Sklik	10 000	2,50 Kč
Celkem	20 000	2
Dílicí kritérium		3

Pozn:
 Červeně vyplněná pole jsou fixně daná pole. Dodavatel je nemění.
 Oranžově a zeleně vyplněná pole vyplňuje dodavatel.

Priloha k účtovnej uzávierke
 v rámci a na účel vyhodnotenia účtovnej uzávierky
 spoločnosti spoločnosť "TASERAN s.r.o." za rok 2014
 v zmysle účtovnej uzávierky spoločnosti spoločnosť "TASERAN s.r.o." za rok 2014

Priloha k účtovnej uzávierke spoločnosti spoločnosť "TASERAN s.r.o." za rok 2014

Zdroj kampane	Medium	Formát	Typ kampane	Nakupná jednotka	Garantovaný počet jednotiek	Garantovaný počet jednotiek	Hrubá cena za jednotku	Gross cena celkem	Aspirujúci odber	Kupujúci cena celkem	Kupujúci cena celkem vč. DPH
Google	Banner	Statická a dynamická reklama	Dynamická reklama	CPC	17 000	11 000	2,27 Kč	31 260,00	13,02%	27 094,05	27 094,05
Skid	Banner	Statická a dynamická reklama	Dynamická reklama	CPC	14 000	8 000	2,90 Kč	17 460,00	12,65%	16 460,00	16 460,00
Facebook	Banner	Statická a dynamická reklama	Dynamická reklama	CPC	13 000	6 500	3,90 Kč	25 370,00	12,65%	22 500,00	22 500,00
Instagram	Banner	Statická a dynamická reklama	Dynamická reklama	CPC	9 000	4 500	3,90 Kč	17 550,00	13,02%	16 000,00	16 000,00
TOTAL					53 000	29 000	7,55 Kč	105 690,00	12,65%	93 214,05	93 214,05

Typ kampane	Garantovaný počet jednotiek	Roční objem
Statická reklama	20 000	40 000%
Dynamická reklama	11 000	20,57%

Typ kampane	Objem v Kč	DPH	Cena vrátane DPH	% rozložená
Statická reklama	395 560	21%	478 617	46,57%
Dynamická reklama	46 718	21%	56 528	53,43%
CELKOM	442 278	21%	535 145	100,00%

Predpokladaná maximálna hodnota veřejné zakázky je 700 000 Kč včetně DPH