



## **2. Úvodní ustanovení**

- 2.1. Účelem této Smlouvy je zajištění informačně-propagační kampaně k mezinárodní urbanisticko-dopravně-architektonické dvoufázové soutěži o návrh s názvem „Nové hlavní nádraží Brno“, k jejím výsledkům, přínosům, benefitům a dále služeb s touto kampaní souvisejících, a to v souladu s cíli a s ohledem na bariéry uvedenými v příloze č. 1 této Smlouvy.
- 2.2. Smlouva je uzavřena na základě výsledků výběrového řízení veřejné zakázky s názvem „Informačně-propagační kampaň Nové hlavní nádraží Brno“. Jednotlivá ustanovení této Smlouvy tak budou vykládána v souladu se zadávacími podmínkami této veřejné zakázky a nabídkou Agentury podanou v rámci uvedeného výběrového řízení.
- 2.3. Agentura prohlašuje, že se v dostatečném rozsahu seznámila s veškerými požadavky Objednatele na realizaci této Smlouvy, přičemž si není vědoma žádných překážek, které by jí bránily v poskytnutí sjednaného plnění Objednateli tak, aby byl zajištěn účel této Smlouvy.

## **3. Předmět smlouvy**

- 3.1. Předmětem smlouvy je závazek Agentury zajistit na svůj náklad a nebezpečí služby zejména v následujících oblastech:
  - 3.1.1. vytvoření komunikační strategie kampaně (včetně harmonogramu),
  - 3.1.2. vytvoření hlavního reklamního sdělení – claimu,
  - 3.1.3. vytvoření celkového on-line a off-line komunikačního plánu (včetně harmonogramu),
  - 3.1.4. správa, community management a placený obsah na sociálních sítích (zejména Facebook a Instagram),
  - 3.1.5. zajištění místa pro placený obsah v jednotlivých typech sdělovacích prostředků (masmédií) včetně přípravy takového obsahu (inzerce),
  - 3.1.6. vytvoření podrobných rozpočtů placeného obsahu (inzerce) dle požadavků Objednatele,
  - 3.1.7. identifikace možných krizových situací či sporných témat a příprava komunikační strategie reagující na takové situace (krizová komunikace) včetně zajištění realizace takové strategie,
  - 3.1.8. zajištění komunikace kampaně pro zahraničí, a to zejména v anglickém jazyce,
  - 3.1.9. reporting (min. 1x za kalendářní měsíc). Součástí reportu bude analytické vyhodnocení komunikační strategie, doporučení pro další postup, návrhy na případné úpravy komunikační strategie a s tím související návrhy úpravy rozpočtu, plánu inzerce atp.,
  - 3.1.10. další související reklamní a marketingové činnosti.
- 3.2. Předmět Smlouvy je dále specifikován v příloze č. 1 této Smlouvy.

- 3.3. Agentura se zavazuje, že veškeré služby dle shora uvedených ustanovení a příloh budou poskytovány proaktivně, v součinnosti a na základě pokynů Objednatele a za dodržení aktuální vizuální identity a brandu Objednatele.
- 3.4. Objednatel se zavazuje poskytnout Agentuře součinnost a udílet pokyny nezbytné k realizaci předmětu Smlouvy.
- 3.5. Smluvní strany se zavazují, že zejména pro účely ujasnění zadání, průběžných konzultací k návrhu předmětu Smlouvy a dodržování termínu plnění budou konány pracovní výbory (dále jen „PV“), a to nejméně 3 PV, v pravidelných termínech dle vzájemné dohody mezi Objednatelem a Agenturou. První vstupní PV se uskuteční do 10 kalendářních dnů ode dne účinnosti Smlouvy. PV budou probíhat buď v sídle Objednatele nebo prostřednictvím obecně používaných elektronických nástrojů komunikace v online prostředí, a to dle požadavku Objednatele. Účast na PV může být zrušena kteroukoliv Smluvní stranou telefonicky nebo prostřednictvím e-mailu, nejpozději však v předchozí pracovní den do 17:00 hod.

#### **4. Cena a platební podmínky**

- 4.1. Celková cena za zpracování předmětu smlouvy činí:  
400.000 Kč (slovy: čtyři sta korun českých) bez DPH,  
484.000 Kč (slovy: čtyři sta osmdesát čtyři tisíc korun českých) s DPH,  
a to při DPH ve výši 21 % (dále jen „Cena“).
- 4.2. Objednatel bude hradit Agentuře Cenu dle položkového rozpočtu, který tvoří přílohu č. 2 této Smlouvy, a to následujícím způsobem:
  - 4.2.1. Cena za služby Agentury (Agenturní fee) bude hrazena ve dvou splátkách na základě daňového dokladu (faktury) vystaveného za I. a II. etapu nejdříve k datu 1.12.2021 a za III. etapu nejdříve k datu 1.6. 2022.
  - 4.2.2. Cena za nákup mediálního prostoru bude hrazena vždy po Objednatelem odsouhlaseného příslušného podrobného rozpočtu placeného obsahu (inzerce) a na základě toho vystaveného daňového dokladu (faktury).
- 4.3. Sjednaná cena v sobě zahrnuje veškeré náklady Agentury (včetně všech nákladů na realizaci předmětu Smlouvy, tj. i náklady na výrobu, materiál či jakékoliv služby třetích osob) či poplatky, které Agentuře vzniknou v souvislosti s řádným plněním předmětu Smlouvy. Cena v sobě zahrnuje i náklady na veškerá plnění, která nejsou výslovně uvedena v této Smlouvě, ale jejich provedení je ke splnění účelu Smlouvy nezbytné.
- 4.4. Objednatel je povinen zaplatit Agentuře příslušnou splátku Ceny na základě řádně vystaveného a odsouhlaseného daňového dokladu (faktury), a to se splatností 21 dnů ode dne doručení faktury Objednateli. Agentura doručí fakturu na e-mail kontaktní osoby uvedený v záhlaví této Smlouvy.
- 4.5. Řádným vystavením faktury se rozumí vystavení faktury Agenturou, jenž má veškeré náležitosti daňového dokladu požadované právními předpisy, zejména zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o DPH“).

- 4.6. V případě, že faktura nebude vystavena řádně v souladu se zákonem o DPH a nebude obsahovat předepsané náležitosti, je Objednatel oprávněn vrátit ji Agentuře k doplnění. Obdobně je Objednatel oprávněn vrátit Agentuře fakturu s vyúčtováním v případě, že vyúčtování nebude obsahovat náležitosti dle odst. 4.2 této Smlouvy. V obou těchto případech se zastaví plynutí lhůty splatnosti a nová lhůta splatnosti začne běžet doručením opravené faktury, příp. faktury s opraveným vyúčtováním.

## **5. Termín plnění**

- 5.1. Smlouva je uzavřena na dobu určitou, a to nejpozději do 30. 06. 2022 ode dne nabytí účinnosti Smlouvy.

## **6. Místo plnění**

- 6.1. Místem předání výstupů plnění dle této Smlouvy je sídlo Objednatele, pokud se Smluvní strany nedohodnou jinak.

## **7. Práva a povinnosti Smluvních stran, odpovědnost za vady**

- 7.1. Agentura je povinna vykonávat činnosti na základě této Smlouvy řádně a včas, přičemž je povinna v průběhu realizace předmětu Smlouvy dodržovat obecně závazné předpisy a normy, postupovat s náležitou odbornou péčí a chránit zájmy Objednatele.
- 7.2. Agentura je povinna v průběhu plnění informovat Objednatele o skutečnostech, které mohou mít vliv na realizaci předmětu Smlouvy.
- 7.3. Agentura na sebe přebírá nebezpečí změny okolností ve smyslu § 1765 Občanského zákoníku.
- 7.4. Agentura je povinna si počínat v průběhu plnění tak, aby v tomto průběhu nezpůsobila Objednateli ani žádné třetí osobě škodu a aby nepoškodila dobré jméno Objednatele.
- 7.5. Agentura je povinna upozornit Objednatele na nevhodnost, neúplnost nebo protiprávnost jeho pokynů, přijatých opatření nebo poskytnutých podkladů, a to bez zbytečného odkladu poté, co danou skutečnost zjistí.
- 7.6. Agentura je povinna vrátit veškeré věci, které jí Objednatel předal k zabezpečení realizace předmětu Smlouvy nebo které vznikly Agentuře v důsledku a v souvislosti s realizací předmětu Smlouvy, a to na jeho žádost a bez zbytečného odkladu po skončení realizace předmětu Smlouvy.
- 7.7. Agentura je povinna poskytovat Objednateli na jeho žádost veškeré informace o průběhu realizace předmětu Smlouvy, zejména pravdivě a úplně odpovídat na dotazy Objednatele přímo s touto realizací související.
- 7.8. Každá smluvní strana určuje kontaktní osobu pro komunikaci. Pokud se Smluvní strany nedohodnou jinak, bude Objednatel s Agenturou komunikovat prostřednictvím kontaktních osob uvedených v záhlaví této Smlouvy.
- 7.9. Výstupy z poskytnutého plnění, které vzniknou v průběhu a v souvislosti s plněním, se stávají okamžikem jejich předání Objednateli jeho vlastnictvím. Agentura nesmí poskytnout žádný z těchto výstupů třetí straně bez předchozího písemného souhlasu Objednatele. Agentura se ve smyslu článku 10 této Smlouvy zavazuje poskytnout

Objednateli neomezené licence k užití autorských děl vzniklých realizací předmětu Smlouvy.

- 7.10. Objednatel je oprávněn požadovat po Agentuře poskytnutí služeb či realizaci jiného plnění ve lhůtách přiměřených jejich povaze. To se netýká naléhavých případů, kterými se pro účely této Smlouvy rozumí situace, kdy Objednatel potřebuje bezodkladně poskytnout službu a jejím neposkytnutím Objednateli hrozí vážná újma na jeho právech, či právem chráněných zájmech.
- 7.11. Předmět Smlouvy musí být realizován způsobem a za podmínek stanovených touto Smlouvou. Nejsou-li touto Smlouvou výslovně upraveny podmínky a způsob realizace předmětu Smlouvy (kvalita či kvantita plnění), je Agentura povinna řídit se pokyny Objednatele.
- 7.12. Objednatel nabývá vlastnické právo ke všem předmětům určeným pro realizaci předmětu Smlouvy, které Agentura nabude nebo zhotoví nebo na jeho pokyn zhotoví třetí osoba za účelem realizace předmětu Smlouvy, a to k okamžiku jeho nabytí nebo zhotovení Agenturou nebo zhotovením třetí osobou na pokyn Agentury.
- 7.13. Agentura je povinna písemně oznámit Objednateli záměr přihlásit kampaň do soutěží.
- 7.14. Agentura se zavazuje předat Objednateli kvalitativní analýzu kampaně nejpozději do 30 dnů po ukončení realizace předmětu Smlouvy.
- 7.15. Jakékoliv odchýlení se Agentury od podmínek této Smlouvy nebo pokynů Objednatele je vadou předmětu Smlouvy a znamená podstatné porušení Smlouvy.
- 7.16. Objednatel je oprávněn zjištěné vady předmětu Smlouvy reklamovat u Agentury kdykoliv v průběhu realizace předmětu Smlouvy. Zjištěné vady je Agentura povinna neprodleně odstranit.
- 7.17. Agentura uhradí Objednateli v plné výši jakoukoliv újmu, včetně újmy nemajetkové, kterou Agentura Objednateli v jakékoliv souvislosti s plněním této Smlouvy způsobí. Agentura uhradí náklady vzniklé při uplatňování práv z odpovědnosti za vady předmětu Smlouvy.

## **8. Smluvní pokuta**

- 8.1. Agentura je povinna zaplatit smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč za každý případ porušení povinnosti jednat v souladu s povinností stanovenou touto Smlouvou nebo v souladu s pokynem Objednatele.
- 8.2. Agentura je dále povinna Objednateli zaplatit smluvní pokutu za porušení níže uvedených ustanovení této Smlouvy:
  - 8.2.1. Za každé jednotlivé nedostavení se na PV (vyjma zrušení účasti dle odst. 3.5. Smlouvy) je Agentura povinna zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000,- Kč.
  - 8.2.2. Za každé jednotlivé porušení povinností uvedených v čl. 10 této Smlouvy týkajících se ochrany důvěrných informací, je Agentura povinna zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 80.000,- Kč.

- 8.2.3. Neodstraní-li Agentura vadu předmětu Smlouvy ani do 14 dnů ode dne uplatnění reklamace této vady Objednatel, zaplatí Objednateli smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč za každý den prodlení.
- 8.3. V případě škody vzniklé Objednateli porušením povinnosti Agenturou, je tato povinná škodu Objednateli uhradit.
- 8.4. Objednatel je oprávněn smluvní pokutu, případně vzniklou náhradu škody, na které mu v důsledku porušení závazku Agentury vznikl právní nárok, započíst proti kterékoliv úhradě, která přísluší Agentuře dle příslušných ustanovení Smlouvy.
- 8.5. Smluvní pokuty sjednané dle tohoto článku jsou splatné do 15 dnů od výzvy Objednatele k jejich úhradě, a to na účet Objednatele uvedený v záhlaví této Smlouvy. Objednatel je oprávněn započíst splatnou smluvní pokutu proti jakékoli pohledávce Agentury vůči Objednateli.
- 8.6. Ustanovením tohoto článku o smluvní pokutě není dotčeno právo domáhat se náhrady škody a nemajetkové újmy.
- 8.7. Poruší-li Objednatel povinnost uhradit fakturu ve lhůtě splatnosti, je povinen uhradit Agentuře zákonný úrok z prodlení ve výši podle právních předpisů.

## **9. Práva duševního vlastnictví**

- 9.1. Agentura poskytne Objednateli výhradní licenci ke všem předmětům vytvořeným v rámci nebo v souvislosti s plněním předmětu Smlouvy, které mohou požívat ochrany práv duševního vlastnictví (dále jen „Díla“ nebo jednotně „Dílo“), a to licenci neomezenou věčně, časově a místně.
- 9.2. Objednatel je oprávněn upravovat či jinak měnit Díla, jejich název či části, spojit Díla s jinými autorskými díly či zařadit do autorského díla souborného.
- 9.3. Součástí licence je oprávnění Objednatele zcela nebo zčásti poskytnout tuto licenci třetí osobě (podlicence).
- 9.4. Odměna za poskytnutí licence je zahrnuta v Ceně dle čl. 3 této Smlouvy.
- 9.5. Bude-li výsledkem nebo součástí příslušného Díla i zaměstnanecké či kolektivní dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, postupuje Agentura jako zaměstnavatel či osoba, pod jejímž vedením je Dílo vytvářeno a uváděno na veřejnost, ke dni vytvoření Díla právo výkonu majetkových práv autora k Dílu na Objednatele, přičemž výše odměny za takové postoupení je zahrnuta již v Ceně.
- 9.6. Agentura dále prohlašuje, že autor příslušného Díla svolil k jeho zveřejnění, úpravám nebo jiným změnám, spojení Díla s jiným dílem, zařazení do díla souborného, dokončení svého zaměstnaneckého díla, jakož i k tomu, aby Agentura uváděla zaměstnanecké dílo na veřejnost pod svým názvem a dále že autor souhlasil s dalším postoupením výkonu těchto práv na Objednatele a z Objednatele na třetí osoby.
- 9.7. Agentura se zavazuje, že při vypracování Děla neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv duševního vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví. Agentura se zavazuje, že Objednateli uhradí veškeré

náklady, výdaje, škody a majetkovou i nemajetkovou újmu, v případě uplatnění práv třetí osobou vůči Objednateli v souvislosti s porušením povinnosti Agentury dle předchozí věty.

## **10. Ochrana důvěrných informací**

- 10.1. Smluvní strany se zavazují, že bez souhlasu druhé Smluvní strany po dobu účinnosti Smlouvy a dále i po skončení účinnosti Smlouvy nebudou poskytovat třetím osobám jakékoli informace, které druhá Smluvní strana označila za důvěrné. Povinnost Objednatele poskytovat informace dle právních předpisů o svobodném přístupu k informacím tímto není dotčena.
- 10.2. Smluvní strany se zavazují, že veškeré oboustranně poskytované informace v souvislosti s plněním podle této Smlouvy budou považovat za důvěrné a mimo rámec nezbytný pro plnění této Smlouvy o nich budou zachovávat mlčenlivost. S výjimkou případů, kdy Objednatel poskytuje informace na základě právních předpisů.
- 10.3. Smluvní strany se zavazují při plnění Smlouvy postupovat v souladu s právními předpisy v oblasti ochrany osobních údajů, zejména s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a zákonem č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů.
- 10.4. Smluvní strany se zavazují, že důvěrné informace získané od druhé Smluvní strany nebo při spolupráci s ní nevyužijí k vlastní výdělečné činnosti a ani neumožní, aby je k výdělečné činnosti využila třetí osoba.

## **11. Ukončení smlouvy**

- 11.1. Smlouva může zaniknout následujícími způsoby:
  - 11.1.1. uplynutím doby jejího trvání,
  - 11.1.2. písemnou dohodou Smluvních stran,
  - 11.1.3. výpovědí učiněnou jednou ze Smluvních stran,
  - 11.1.4. odstoupením od Smlouvy.
- 11.2. Objednatel má právo odstoupit od této Smlouvy v případě jakéhokoliv podstatného porušení Smlouvy Agenturou. Objednatel je oprávněn odstoupit od Smlouvy ohledně celého plnění i v případě, že Agentura již zčásti plnila. Objednatel je dále oprávněn odstoupit od této Smlouvy v dalších případech stanovených Občanským zákoníkem či jiným právním předpisem.
- 11.3. Objednatel je oprávněn Smlouvu vypovědět s výpovědní lhůtou dvou (2) měsíců, která počíná běžet od prvního dne měsíce následujícího po měsíci, kdy byla výpověď doručena druhé straně. Agentura je oprávněna Smlouvu vypovědět s výpovědní lhůtou tří (3) měsíců, která počíná běžet od prvního dne měsíce následujícího po měsíci, kdy byla výpověď doručena druhé straně.

- 11.4. Smluvní strany se dále dohodly, že v případě odstoupení od Smlouvy budou zejména ujednání o odpovědnosti za vady předmětu Smlouvy, odpovědnosti za škodu a nemajetkovou újmu, o sankcích a o autorských právech trvat i po zániku závazků ze Smlouvy.
- 11.5. V případě odstoupení od této Smlouvy či její výpovědi se Agentura zavazuje předat Objednateli veškerou dokumentaci, týkající se předmětu této Smlouvy, a to nejpozději do 10 pracovních dnů ode dne zániku Smlouvy, nedohodnou-li se Smluvní strany jinak.

## **12. Závěrečná ustanovení**

- 12.1. Právní vztahy vzniklé z této Smlouvy nebo s touto Smlouvou související se řídí, pokud z této Smlouvy nevyplývá něco jiného, ustanoveními Občanského zákoníku a právním řádem České republiky. V případě, že by se stalo některé ustanovení Smlouvy neplatným, zůstávají ostatní ustanovení i nadále v platnosti, ledaže právní předpis stanoví jinak. Práva a povinnosti smluvních stran z této Smlouvy přecházejí na jejich právní nástupce.
- 12.2. Tuto Smlouvu lze měnit, doplňovat nebo rušit pouze písemně, a to číslovanými dodatky, podepsanými oběma smluvními stranami.
- 12.3. Smluvní strany se zároveň zavazují, že všechny informace, které jim byly svěřeny druhou Smluvní stranou, nezpřístupní třetím osobám pro jiné účely, než pro plnění závazků stanovených touto Smlouvou.
- 12.4. Tato Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, z nichž každý stejnopis má platnost originálu. Agentura a Objednatel obdrží po jednom vyhotovení.
- 12.5. Smluvní strany se dohodly, že žádná z nich není oprávněna postoupit svá práva a povinnosti, vyplývající z této Smlouvy, bez předchozího písemného souhlasu druhé Smluvní strany, ledaže je ve Smlouvě stanoveno jinak. K přechodu práv a povinností na právní nástupce stran se souhlas nevyžaduje.
- 12.6. Smlouva nabývá účinnost dnem jejího uveřejnění v registru smluv ve smyslu zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (dále jen „**zákon o registru smluv**“), ve znění pozdějších předpisů.
- 12.7. Smluvní strany výslovně souhlasí s uveřejněním této Smlouvy v registru smluv dle zákona o registru smluv. Objednatel zajistí zveřejnění Smlouvy zasláním správcí registru smluv.
- 12.8. Plnění předmětu této Smlouvy v době mezi podpisem a před nabytím účinnosti této Smlouvy, tedy před zveřejněním v registru smluv, se považuje za plnění podle této Smlouvy a práva a povinnosti z něj vzniklé se řídí touto Smlouvou.
- 12.9. Zhotovitel podpisem této Smlouvy souhlasí s poskytnutím informací o Smlouvě v rozsahu zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.
- 12.10. Smluvní strany dále prohlašují, že si Smlouvu, včetně jejích příloh pečlivě přečetly, všem ustanovením Smlouvy rozumí, že nebyla uzavřena v tísní ani za jinak

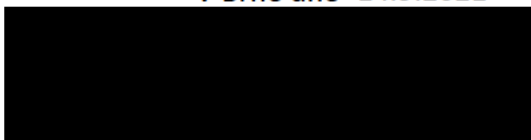


jednostranně nevýhodných podmínek. Na důkaz svého souhlasu učiněného vážně a svobodně Smlouvu vlastnoručně podepisují.

Přílohy

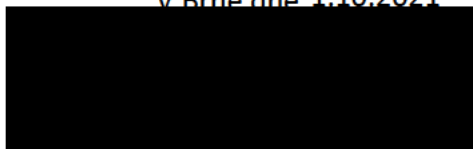
- Příloha č. 1 – Podrobná specifikace předmětu zakázky
- Příloha č. 2 – Položkový rozpočet

V Brně dne 14.9.2021

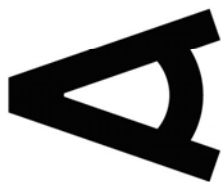


za Kancelář architekta města Brna, p. o.  
doc. Ing. arch. Michal Sedláček, ředitel

V Brně dne 1.10.2021



za Ogilvy, s.r.o.  
Ondřej Obluk, jednatel  
Roman Valla, jednatel



Kancelář  
architekta  
města Brna

## **Příloha č. 1 – Technická specifikace**

Předmětem plnění veřejné zakázky je zajištění informačně-propagační kampaně mezinárodní urbanisticko-dopravně-architektonické dvoufázové soutěže o návrh „Nové hlavní nádraží Brno“. Dodavatel bude zajišťovat přípravu strategie projektu a umístění off-line i on-line reklamy s využitím předaných nosičů, případně podílení se na jejich vzniku.

Cílem informačně-propagační kampaně je komunikace sdělní, že město Brno je o krok dále ve výstavbě nového nádraží a mezinárodní odbornou porotou byl vybrán návrh, který nachází všestranně kvalitní řešení dopravního uzlu a bude komfortní pro cestující, stane se součástí městské urbanistické struktury a obrazu města a současně nabídne atraktivní a veřejné prostranství ve své blízkosti.

### **Informace o soutěži:**

Předmětem soutěže byl návrh nového hlavního nádraží města Brna včetně zastřešení a podoby nástupišť, návrhu dispozic vnitřních prostor, umístění hlavní výpravní haly, podoby fasád drážních objektů, vzhledu drážního tělesa, návrhu mostních konstrukcí a souvisejících veřejných prostranství v podrobnosti urbanisticko-dopravní-architektonické studie.

Součástí vítězného návrhu je také nalezení optimální polohy a podoby autobusového nádraží, přestupního terminálu MHD, odstavných parkovišť, stanovišť taxi služby a úschovny kol. Návrh musí zohlednit jak jejich napojení na městskou dopravní síť, tak i jejich vzájemné vazby zejména s ohledem na kvalitu pěších přesunů a pěšího prostupu drážním tělesem a v neposlední řadě vazby na urbanistickou strukturu nové čtvrti.

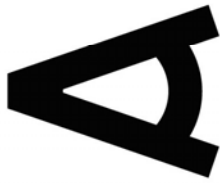
Návrh také zahrnuje kompletní řešení přednádražního a zanádražního prostoru.

Jako místo ležící na evropské železniční dopravní síti TEN-T bude stavba svým významem i účelem značně přesahovat hranice města a bude zároveň důležitým dopravním terminálem pro všechny druhy veřejné hromadné dopravy. Tato významná veřejná budova se stane nejen novou vstupní branou do města Brna, ale i těžištěm nové čtvrti jižně od historického jádra města.

Veškeré informace týkající se soutěže jsou dostupné zde: <https://kambrno.cz/novenadrazi/>

### **Co je na tomto „projektu“ jedinečné?**

Výsledný projekt byl vybrán na základě soutěže s mezinárodním zastoupením s renomovanými architektonickými studiemi odbornou porotou s uznávanými architekty. Brno má šanci stát se městem s významnou a kvalitní architektonickou stavbou mezinárodního přesahu. Brněnské nádraží stane novou branou do města a pozitivním impulzem pro vznikající čtvrť Trnitá na nábřeží řeky Svratky



### **Hlavní benefity:**

Nové nádraží nabídne větší kapacitu, komfort pro cestující a modernizaci vlakové dopravy i MHD. Bude umístěno na mostním tělese ve výšce sedmi metrů nad zemí a nebude tvořit bariéru mezi severní a jižní částí nové čtvrti Trnitá. Budova nebude prostorovou bariérou, a nebude tak vytvářet rozdíly mezi kvalitní „přednádražní“ a zanedbanou „zanádražní“ čtvrtí, jak je tomu v současnosti. Stane se klíčovým dopravním uzlem s možností rychlého přestupu mezi vlakovou, autobusovou a městskou hromadnou dopravou. Zajistí také velmi dobrou dostupnost Prahy či Vídně.

Spolu s nádražím se navrhuje zjednodušení brněnské železniční sítě, tím dojde k uvolnění rozsáhlých ploch kolejí v centru města. Zrušením současného nádraží a přeložením hlavního nádraží do míst stávajícího dolního nádraží se uvolní plochy pro parky a rekreaci. Vybraná varianta bude mít méně železničních tratí, to znamená i méně hlukové zátěže, což umožní větší výstavbu bytů.

Odstranění železničních náspů umožní podél ulice Uhelná vytvořit pás parků lemovaný bytovými domy, vznikne tak zelená stezka, která bude sloužit jako cyklistické a pěší propojení historického jádra města s řekou Svratkou. Tím se zároveň naplno využije v současnosti upozaděný rekreační potenciál nábřeží řeky a bude možné plnohodnotně dokončit Okružní třídu.

Sloučením nákladní a osobní dopravy do jednoho koridoru se omezí roztržitost města a sníží se množství hluku, vibrací a prachu podél zrušené osobní trati. Železniční uzel s nádražím u řeky tak má vyšší potenciál pro bydlení a může pojmout více obyvatel v nově postavené čtvrti a větší podíl obyvatel by tak bydlel blíže historickému jádru města. Dojde tak k omezení automobilové dopravy, protože méně obyvatel bude nuceno hledat bydliště v okrajových částech města.

Hlavní nádraží v poloze u řeky (ve variantě Ab) upřednostnila 30. května 2018 Centrální komise Ministerstva dopravy.

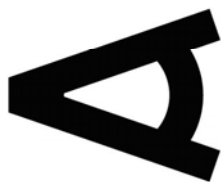
Hlavní sdělení jsou tato:

- Nové hlavní nádraží svým významem zcela zásadně ovlivní rozvoj města Brna.
- Bude klíčovým dopravním uzlem s možností rychlého přestupu mezi vlakovou, autobusovou a městskou hromadnou dopravou.
- Nádraží se stane vstupní branou do Brna.
- Nádraží je z centra velmi dobře dostupné, není daleko a poloha u řeky je polohou nejvhodnější.
- Bude se jednat o nejmodernější nádraží ve střední Evropě.

Problematika výstavby nového hlavního nádraží Brno je obecně veřejností vnímána dosti rozporuplně až negativně. Prostřednictvím této informačně-propagační kampaně chceme dosáhnout změny tohoto postoje směrem k pozitivnímu nazírání.

### **Souhrnně jsou hlavní cíle definovány:**

1. Informovat veřejnost o podobě nového hlavního nádraží Brno.
2. Vytvořit pozitivní image nového hlavního nádraží Brno jako klíčového dopravního uzlu města Brna a nejmodernějšího nádraží ve střední Evropě.



Kancelář  
architekta  
města Brna

3. Nádraží se skutečně postaví, termín dokončení realizace v roce 2032 - 2035.
4. Citlivě propagovat KAM jako nezávislého organizátora urbanisticko-dopravně-architektonické soutěže a hybatele v této problematice a zaměřit se na zkušenosti autorů vítězného návrhu.

Dodavatel bude se Zadavatelem spolupracovat na vytvoření komunikační strategie, případně na tvorbě jednotlivých nosičů a následně zajistí umístění vzhledem k cílům kampaně a cílové skupině.

#### **Cílová skupina:**

Obyvatelé Brna a jeho městských částí, kteří zde bydlí, pracují a kteří do Brna dojíždějí za prací, studiem či zdravotní/sociální péčí apod. Cílová skupina bude s vybraným Dodavatelem specifikována v rámci osobních schůzek, aby zvolná forma vhodně cílila na zvolenou CS / dílčí CS.

Dílčí CS:

- odborná veřejnost,
- aktivní lidé,
- studenti,
- ortodoxní dle způsobu dopravy,
- rodiny s dětmi,
- starousedlíci,
- ekologové,
- cestující do Brna.

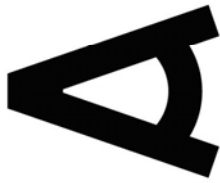
#### **Hlavní přínosy pro cílové skupiny:**

- hlavní nádraží jako brána do města,
- větší kapacita,
- dříve než za hodinu v Praze,
- všechny druhy dopravy na jednom místě,
- komfort,
- modernizace vlakové dopravy,
- zjednodušení železniční sítě,
- plochy a parky pro rekreaci,
- výstavba bytů v Nové čtvrti Trnitá,
- omezení automobilové dopravy.

#### **Potenciální bariéry v komunikaci projektu**

##### **a) Vnímání Kanceláře architekta města Brna**

- a. Širší cílové skupině nejsme příliš známí.
- b. Častou námitkou vybrané skupiny lidí bývá, že KAM je zaujatý, podléhá tlaku developerů, upřednostňuje zájmy developerů na úkor veřejnosti, nepodporuje zeleň ve městě apod.



**b) Odpor části veřejnosti vůči přesunu nádraží**

- a. Analýza a definice hlavních bariér a důvodů, proč veřejnost byla proti přesunu. Tyto podklady budou předány po zahájení prací vítěznému dodavateli.

**c) "Slabé"/ kontroverzí stránky vítězného projektu**

- a. Definice potenciálních hrozeb a jak na ně případně můžeme reagovat.

**Harmonogram:**

**I. etapa (srpen–říjen 2021)** – spočívá zejména ve vytvoření strategie, hlavního reklamního sdělení a podrobného harmonogramu umístění off-line a on-line reklamy dle jednotlivých distribučních kanálů, využití již existujících nosičů (spoty, video atd.). Propagace přednášek autorů 4 vítězných návrhů, vernisáže a výstavy k soutěži.

**II. etapa (listopad–prosinec 2021)** – spočívá zejména ve umístění off-line i on-line reklamy dle jednotlivých distribučních kanálů, využití již existujících nosičů dle vytvořené strategie v I. etapě.

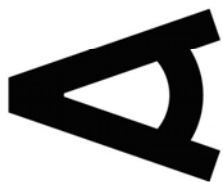
**III. etapa (leden–červen 2022)** – spočívá zejména ve umístění tzv. „připomínací“ reklamy dle jednotlivých distribučních kanálů a vytvořené strategie v I. etapě, využití již existujících nosičů.

**Předmětem veřejné zakázky je:**

- vytvoření komunikační strategie pro daný projekt a cílovou skupinu,
- vytvoření hlavního reklamního sdělení – claimu,
- Vytvoření celkového on-line a off-line komunikačního plánu (tj. vč. harmonogramu),
- Zajištění on-line komunikace (PPC, sociální média, případně spolupráce s KAM),
- umístění jednotlivých výstupů dle specifikace předmětu (přílohy č. 1 poptávky),
- správa, community management a placený obsah na sociálních sítích,
- inzerce – zajištění místa pro placený obsah v médiích v jednotlivých formátech, inzerce obsahuje i čas věnovaný přípravě podkladů pro placené sdělení,
- vytvoření rozpočtu na placený obsah,
- krizová komunikace – identifikace možných krizových situací, plán, který na tyto situace dokáže reagovat,
- komunikace do zahraničí – propagace projektu v anglickém jazyce,
- spolupráce s KAM a projektovým týmem,
- proaktivní přístup a použití nových nástrojů (např. influencers, dodavatel bude pracovat samostatně a předkládat návrhy aktuálně navrhovaných postupů zadavateli),
- reporting (min. 1x za měsíc). Součástí reportu bude analytické vyhodnocení, zhodnocení informačně-propagační strategie, doporučení pro další postup, návrhy na případné úpravy strategie, kampaně a návrhy na úpravu rozložení rozpočtu,
- dodržování stanovené korporátní identity KAM.

**Distribuční kanály:**

- grafické výstupy – OOH, direct marketing (letákové akce),
- textové výstupy – tisk (noviny, časopisy),
- spoty bez zvuku – reklamní obrazovky prostředků MHD, vlaků ČD a jiných dopravců, např.



Kancelář  
architekta  
města Brna

- Student Agency, autobusové dopravy, zdravotnických zařízení apod.,
- spoty se zvukem – sociální sítě Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Youtube, QR kód,
  - video – před projekcí v kině apod., sociální sítě, QR kód, webové stránky kambrno.cz a další webové stránky Statutárního města Brna a Správy železnic.
  - on-line reklama – Google ads, Sklik, Facebook, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Youtube apod.

**Zadavatelem poskytnuté podklady budou doplněny vítěznému dodavateli po zahájení prací.**

# Ogilvy, s.r.o.

Prívozní 2A/1064, 170 00 Praha 7, IČO: 25120158, DIČ: CZ25120158

zapsaná v obchodním rejstříku, vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 51364

Brno, 27.08.2021

Reg.č.:

Kancelář architekta města Brna, p.o.

Zelný trh 331/13

602 00 Brno

Česká republika

IČ: 05128820

Bankovní převod po splnění předmětu smlouvy 14 dní po dodání

Předmět: Informačně-propagační kampaň Nové hlavní nádraží Brno

Platnost rozpočtu:

2 týdny

Položka	Množ.	Mn.j.	Cena CZK/ks	Celkem (bez DPH)	Celkem (bez DPH)	DPH
<b>I. &amp; II. ETAPA (ZÁŘÍ-PROSINEC 2021)</b>						
Agenturní fee	4,00	měs.	25 000,00		100 000,00	21
Nákup mediálního prostoru	4,00	měs.	22 500,00	90 000,00		21
<b>III. ETAPA (LEDEN-ČERVEN 2022)</b>						
Agenturní fee	6,00	měs.	25 000,00		150 000,00	21
Nákup mediálního prostoru	6,00	měs.	10 000,00	60 000,00		21
<b>Celkem bez DPH</b>				<b>150 000,00 CZK</b>	<b>250 000,00 CZK</b>	<b>21</b>
<b>Celkem bez DPH za agenturní fee a nákup mediálního prostoru</b>					<b>400 000,00 CZK</b>	<b>21</b>

Tomáš Čařourek, Ogilvy, s.r.o.

Datum vystavení 31.08.2021

Kancelář architekta města Brna, p.o.

Schváleno \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . \_\_\_\_

Kreativní síť Ogilvy jako součást globální komunikační společnosti WPP používá k zefektivnění mediálních nákupů online oproti konkurečním agenturám Google marketingové platformy, např. Google Display & Video 360, které společnost Google poskytuje pouze vybraným partnerským subjektům. V rámci PR, respektivě persvazivní komunikace navrhujeme nosná obsahová témata a řešení, které generují podstatně větší organický dosah naší komunikace, namísto využívání placeného obsahu (placeným obsahem pouze doplňujeme celkový PESO model).