



**Příloha č. 1 – Technická specifikace
„Komunikační kampaň pro turistickou sezónu 2022“**

a) Požadavky na část plnění spočívající v nákupu reklamního prostoru na sociálních sítích a kontextové reklamy Google a Seznam:

Objednatel požaduje po dodavateli nákup reklamního prostoru za využití již existujících profilů zadavatele na sociálních sítích a v rámci kontextové reklamy Google a Seznam na podporu cestování do Středních Čech.

Požadavky Objednatele jsou následující: příprava vizuálu, produkce podkladů, příprava technického měření a vyhodnocování kampaně, nákup mediálního prostoru pro realizaci kampaně a závěrečné zhodnocení kampaně, a to v souladu s Poskytovatelem vyplněným a předloženým media plánem, který je v Přílohách č. 6,7 smlouvy. Objednatel nepožaduje plnění profilů za pomoci organických příspěvků.

Primární cílovou skupinou, kterou chce Objednatel oslovit, jsou:

- a) podle místa původu: Česká republika, Slovensko, Polsko, Německo, Rakousko, Nizozemsko
- b) podle věkové kategorie: návštěvníci starší 18 let
- c) podle motivace: lidé se zájmem o cestování nebo o Českou republiku

On-line mediální kampaň bude probíhat jako bannerová kampaň formou RTB, Facebook kampaň včetně Instagramu.

PPC kampaň v sítích Seznam a Google

Video kampaň v síti Google

Cílení: 80% akvizice na zájemce o cestování a 20 % retargeting.

DÍLČÍ ÚKONY PŘEDMĚTU PLNĚNÍ:

- a) příprava vizuálu – grafické ztvárnění reklamy, které musí být v souladu s jednotným komunikačním stylem destinace Střední Čechy, viz Příloha č. 8: Design manuál Střední Čechy
- b) produkce podkladů pro sociální síť a kontextovou reklamu
- c) příprava technického měření a vyhodnocování kampaně – instalace a nastavení nástrojů, zejména Google Analytics
- d) nákup mediálního prostoru pro realizaci marketingové kampaně na účet agentury
- e) závěrečné zhodnocení kampaně – fyzický report obsahující všechna naměřená data o běhu kampaně, jak na straně médií, kde byla reklama uskutečněna, tak na straně Objednatele dle media-plánu
- f) předložení fotodokumentace: Poskytovatel předá Objednateli kompletní export proběhlých kampaní z reklamních systémů. Předání proběhne po ukončení spolupráce online odesláním na mail kontaktní osoby Objednatele: [REDACTED]

TVORBA VIZUÁLU:

Tvorba vizuálu kampaně a podkladů pro online je zahrnuta v ceně dle Smlouvy.

Vizuál kampaně:

- musí být předložen Poskytovatelem po podpisu smlouvy ve 2 odlišných ideových návrzích
- musí graficky a obsahově respektovat vizuální styl Objednatele (viz Příloha č. 8 Design manuál Střední Čechy, Příloha č. 9 Logo manuál Střední Čechy a Příloha č. 4 Povinná publicita NPPCRR)

Podklady pro média ve všech adaptacích podléhají schválení Objednatele.

Náležitosti povinné publicity dle Zásad pro žadatele NPPCRR jsou k dispozici na následujícím odkazu:

<https://www.mmr.cz/cs/narodni-dotace/cestovni-ruch/narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regione/rok-2021-marketingove-aktivity-v-cestovnim-ruchu>

SPECIFIKA ONLINE MÉDII:

Media plán s garantovanými CPC je nedílnou součástí smlouvy. harmonogram bude považovaný za finální plán se závaznými termíny zveřejnění.



MINIMÁLNÍ POŽADAVKY NA OBSAH ZÁVĚREČNÉ ZPRÁVY:

- a) Data z nástroje Google Analytics, do kterého má Objednatel vlastní přístup
- b) Tabulka se všemi realizovanými kampaněmi a u každé kampaně uvedeny hodnoty: CPT, CTR, počet kliků, počet impresí, CPC
- c) Prezentace či dokument s naměřenými výsledky a slovním hodnocením průběhu a závěru kampaně včetně fotodokumentace

- b) **Požadavky na část plnění spočívající v nákupu PR prostoru, tištěných a online médií:**
viz příloha č.7 Smlouvy

Objednatel požaduje po Poskytovateli zpracování a realizaci mediální kampaně pro komunikaci marketingových témat Středočeské centrály cestovního ruchu v tištěných a online médiích zaměřených na životní styl, cestování a v dalších tematických magazínech.

Poskytovatel předloží Objednateli návrh media plánu nejméně 10 kalendářích dní před začátkem realizace kampaně. Poskytovatel je povinen přeprocovat media plán v souladu s předloženými připomínkami Objednatele ve lhůtě, která neohrozí nasazení reklamy v online médiích nejpozději 3 pracovní dny před spuštěním. Kampaně bude realizována na lifestylových webech a v magazínech, které jsou uvedeny v NetMonitoru v případě online magazínu nebo Unii vydavatelů v případě tištěných médií. Plánování, vyhodnocování optimalizace inzerce bude probíhat standardně na měsíční bázi. Poskytovatel má povinnost dodat Objednateli vyhodnocení kampaně a jejich zásahu viz specifikace níže.

Objednatel požaduje kompletní zajištění grafické přípravy tištěné i obsahové inzerce v různých formátech v lifestylových magazínech a magazínech zaměřených na cestování a cestovní ruch jak online, tak offline. V případě tištěných médií tvoří minimálně 80% nakoupené inzerce obsahová forma prezentace. Formáty tištěné inzerce musí být ve formátu minimálně 1/2 strany a více. V případě online médií tvoří 100 % nakoupeného prostoru obsahová forma prezentace.

Poskytovatel má povinnost doručit Objednateli dva výtisky příslušného periodika s uveřejněním inzerátem včetně pozdější analýzy do 15 kalendářích dnů od prvního dne měsíce následujícího po měsíci, ve kterém proběhlo nasazení inzerce v tištěných médiích. V případě online inzerce pak screenshoty + linky na jednotlivé články. Pro účely fakturace musí dodavatel doložit plnění ve formě podepsaného a odsouhlaseného media plánu a podepsané a odsouhlasené postbuy analýzy.

Postbuy analýza musí obsahovat:

Tištěné: (minimálně 6 titulů / minimálně 12 výstupů)

- Rozsah (formát inzerce)
- Konkrétní data uveřejnění
- Konkrétní data pro zaslání podkladu tištěným médiím
- Prodané náklady každého tištěného media s umístěnou inzercí
- Čtenost každého tištěného média s umístěnou inzercí
- Předpokládaný zásah na uživatele

Online: (minimálně 6 online magazinů/minimálně 18 výstupů)

- Rozsah (formát inzerce)
- Čtenost jednotlivých PR článků
- Návštěvnost webu, ve kterém PR článek bude vydán
- Počet prokliků na web www.strednicechy.cz

Objednatel požaduje v rámci navrženého mediaplánu vypustit tituly, které jsou uvedeny v Příloha č. 10 Inzertní plochy a media zakoupené Objednatelem.

Příloha č. 5 – Čestné prohlášení o poddodavatelích
Veřejná zakázka malého rozsahu s názvem:
„Komunikační kampaň pro turistickou sezónu 2022“

Název dodavatele (vč. právní formy)	Media Age s.r.o.
Sídlo / místo podnikání	Tř. Kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno
IČO	269 77 958
DIČ	CZ26977958

Varianta 2:

Prohlašujeme,

že nemáme v úmyslu zadat část veřejné zakázky jiné osobě (poddodavateli).

V Brně dne 8. 5. 2022


Mgr. David Blažek
Jednatel společnosti


Střední Čechy 

REGION S KRÁLOVSKOU TRADICÍ

Název lokace lorem



Lorem ipsum dolor
sit amet lorem

Lorem ipsum dolor



An aerial photograph of a village with a large castle on a hill. A white location pin is overlaid on the image, with a text box containing the text "Název lokace lorem".

Název lokace lorem



8.4 Zprávy o udržitelnosti

Zpráva o udržitelnosti akce (dále jen „ZUA“) se zpracovává za každý rok povinné minimální udržitelnosti akce. Příjemce dotace zašle správci Programu ZUA nejpozději do konce ledna daného roku.

Pozn.: V případě, že ukončení realizace akce dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace akce případně na období leden – červen, předkládá se první Zpráva o udržitelnosti akce v lednu následujícího roku. V případě, že ukončení realizace akce dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace případně na období červenec – prosinec, předkládá se první ZUA až v lednu dalším, tj. po více jak roce.

Předběžný výčet požadovaných dokladů:

- **Zpráva o udržitelnosti akce** (formulář Zpráva o udržitelnosti akce) – obsahuje: údaje o akci, údaje o příjemci a zhotoviteli zprávy, finanční údaje o akci, parametry akce, věcnou část zprávy – údaje dle relevantnosti ve vztahu k akci (popis zajištění udržitelnosti, zhodnocení přínosů, využitelnost výstupů, statistické údaje), přehled kontrol na místě včetně výsledků. *Forma: originál, resp. elektronický originál popř. prostá kopie s viditelným podpisem*
- Přílohy Zprávy o udržitelnosti: fotodokumentace.

- Zašle se do datové schránky MMR do konce ledna daného roku. Zároveň nahrajte do aplikace DIS ZAD (<http://www3.mmr.cz/zad>).
- Předmět datové zprávy: NPPCRR - Marketing - Identifikační číslo (je uvedeno na Rozhodnutí) – Zpráva o udržitelnosti (popř. ZoU)

9. Změny v průběhu realizace akce

Dojde-li v průběhu realizace akce ze závažných důvodů ke změně původně schválených parametrů akce uvedených v Rozhodnutí (rozpočet, projektované parametry akce, termíny realizace apod.), příjemce dotace je povinen tuto skutečnost vždy neprodleně oznámit správci Programu. Zároveň je povinen zaslat žádost o změnu Rozhodnutí včetně nově vyplněných formulářů³⁷ (příloha č. 2 k vyhlášce č. 560/2006 Sb.) v písemné formě včetně řádného zdůvodnění. Změnu může příjemce dotace provést až po obdržení kladného písemného vyjádření od správce Programu. Žádost o změnu Rozhodnutí může být vyhověno jen v případě, že byla správci Programu doručena v průběhu původně schváleného termínu realizace akce v dostatečném předstihu před termínem ukončení akce. Případnou změnu schváleného rozpočtu akce je možné provést pouze v průběhu roku, kterého se navrhovaná změna v rozpočtu týká.

Příklad č. 1: Nelze akceptovat žádost o změnu Rozhodnutí, která byla správci Programu doručena v listopadu 2021, přičemž akce měla být dle závazných parametrů akce uvedených v Rozhodnutí dokončena do konce září 2021.

Příklad č. 2: Žádost o změnu Rozhodnutí - rozpočtu akce v roce 2021 - nebude správcem Programu akceptována v případě, že bude doručena až v roce 2022.

Upozornění: Oznámení o nastalých změnách a žádost o změnu Rozhodnutí nelze nahradit uvedením odchylek (skutečnost X Rozhodnutí) v Průběžné zprávě nebo Závěrečném vyhodnocení akce.

10. Publicita poskytovatele dotace

Výstupy akce (např. kampaně, eventy, informační panely, propagační materiály atd.) realizované v rámci dotací podpořeného projektu musí být viditelně a nesmazatelně označeny informací o přispění veřejných prostředků na jejich pořízení (u relevantních výstupů zároveň minimálně po dobu udržitelnosti akce).

Informace musí obsahovat logo³⁸ Ministerstva pro místní rozvoj a text. *Tam, kde je technicky (prostorově) problematické umístit s logem MMR ČR i příslušný text o poskytnuté podpoře, je možné použít pouze logo.*

³⁷ Postačí Zjednodušený formulář EDS/ISPROFIN [Ministerstvo pro místní rozvoj ČR - Národní program podpory cestovního ruchu v regionech \(2016 - 2020\) \(mmr.cz\)](http://www3.mmr.cz) / Rok 2021 - Marketingové aktivity v cestovním ruchu

³⁸ Je možné uvádět spolu s logem destinace, kraje, města popř. odůvodněných partnerů



Příklad textu:

Projekt (název akce / projektu) byl realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.

Výstup X byl pořízen / vytvořen / realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.

Výstup x byl vytvořen / pořízen v rámci projektu „Y“ realizovaného za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.

Poznámka: *Oficiální logo a Logo manuál je k dispozici na adrese <http://www.mmr.cz>.*

Použití loga MMR ČR včetně uvedení textu **podléhá konečnému písemnému (akceptováno i elektronické) schválení odboru komunikace MMR ČR (nppcrr@mmr.cz)**. Ke schválení zasílejte finální návrhy (platí i v případě marketingových aktivit na sociálních sítích – je třeba zaslat návrh náhledu, umístění loga a textu).

11. Účast v dalších programech

Předmětnou akci nelze spolufinancovat z programů financovaných z prostředků EU. Není možné na akce realizované v rámci podpořeného projektu čerpat podporu poskytnutou Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism. Spolufinancování akce z rozpočtu kraje nebo jiných národních programů je možné.

V případě spolufinancování akce musí být označeny faktury, které budou předkládány k proplacení textem: Proplaceno (k proplacení) z dotace MMR. V případě, že bude vystavena jedna faktura, bude v soupisu prací, které jsou přílohou faktury, vyznačeny položky k proplacení z dotace MMR, z dotace jiného programu a z vlastních prostředků dotace.

V rámci Programu nebudou podporovány aktivity, které jsou podporovány prostřednictvím operačních programů spolufinancovaných EU. Žadatel v rámci čestného prohlášení potvrdí, že aktivity projektu, respektive výdaje nejsou součástí jiného projektu realizovaného žadatelem.

12. Sankce za nedodržení podmínek podprogramu

V případě, že dotace nebyla použita k účelu, na který byla poskytnuta, případně nebyly dodrženy rozhodující projektované parametry včetně termínů uvedených v Rozhodnutí nebo příjemce dotace jednal v rozporu se Zásadami pro žadatele nebo Podmínkami podprogramu, vystavuje se postihům podle § 44 zákona č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla) ve znění pozdějších předpisů. Neoprávněně použité peněžní prostředky státního rozpočtu je příjemce dotace povinen vrátit do státního rozpočtu.

Podle § 15 zákona č. 218/2000 Sb., může být zahájeno řízení o odnětí dotace, došlo-li po vydání Rozhodnutí ke zjištění, že uvedené údaje (termíny přípravy a realizace akce, projektované parametry akce, ukazatele bilance finančních potřeb a zdrojů), na jejichž základě byla dotace poskytnuta, byly neúplné nebo nepravdivé.

Postihy za porušení rozpočtové kázně budou dále specifikovány v Podmínkách čerpání dotace, které jsou nedílnou součástí Rozhodnutí.

Pokud se na základě kontrolního zjištění poskytovatel důvodně domnívá, že příjemce dotace porušil podmínky Programu, poskytovatel podle § 14f zákona č. 218/2000 Sb. o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla) bez zbytečného odkladu písemně vyzve příjemce dotace k provedení opatření k nápravě.

PRÍLOHA č. 7

Príloha č. 7: Média plán - návrh PR tiskenej média a online magazínov
 Názov veřejné zakázky malého rozsahu: Komunikační kampaň pro turistickou sezónu 2022
 Zadavatel: Středočeská centrála cestovního ruchu, příspěvková organizace

Médiatyp* návrh PR tiskenej média - bude hodnoceno (váha 10 %)											
číslo	název tiskenejho titulu (minimálně různých 6 titulů / minimálně 12 výstupů v titulech celkem)	Formát inzerce	Jednotková cena za formát inzerce v Kč bez DPH	červen	červenec	srpen	září	říjen	Celková cena za inzerci za kampaň	Celkový počet formátů inzerce za kampaň (váha 60 %)	Čtenost titulu (váha 40 %)
1.	Tydeník Květy	1/2 str.	21 000,00		14,7				21 000,00	1	160 000
2.	Speciál Týdeník Květy - Česko na cestě II.	1/2 str.	20 000,00			24,8			20 000,00	1	160 000
3.	Glanč	1/2 str.	20 000,00		21,7				40 000,00	2	346 000
4.	Story	1/2 str.	20 000,00			8,8			40 000,00	2	136 000
5.	National Geographic	1/2 str.	20 000,00	3,6				3,10	20 000,00	1	253 000
6.	TV mini	1/2 str.	22 000,00	27,6		22,8			44 000,00	2	664 000
7.	Překvapení	1/2 str.	20 000,00		4,7			10,10	40 000,00	2	384 000
8.	Vlasta	1/2 str.	25 000,00			10,8			25 000,00	1	148 000
n.	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel
Mediatyp* návrh PR online magazínov - bude hodnoceno (váha 10 %)									250 000,00	12,00	2 251 000,00
číslo	název Online magazínu (minimálně 6 online magazínů/ minimálně 18 výstupů v online magazínech celkem)	Jednotková cena za PR článok v Kč bez DPH	Návštevovosť webu	červen	červenec	srpen	září	říjen	Celková cena za inzerci za kampaň	Počet článků (váha 40 %)	Čtenost článků (váha 60 %)
1.	Deník.cz	13 750,00	4,2 mil RU	6,6	4,7	8,8			13 750,00	1	5 700,00
2.	Dotyk.cz	7 000,00	1,2 mil RU	6,6	18,7	8,8			14 000,00	2	4 600,00
3.	National Geographic	6 000,00	50 000 RU	6,6	4,7	8,8			24 000,00	4	4 400,00
4.	Kafe.cz	7 000,00	1,6 mil RU	13,6	4,7	12,9			28 000,00	4	12 800,00
5.	Receptář.cz	10 000,00	2 mil RU	20,6	11,7				20 000,00	2	3 000,00
6.	Ornament.cz	10 000,00	150 000 RU		25,7	15,8			30 000,00	3	2 400,00
7.	Rodina.cz	10 000,00	130 000 RU	13,6				10,10	20 000,00	2	1 600,00
8.	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel
n.	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel	vyplní dodavatel
celkem (max 150 000,00 Kč bez DPH)									149 750,00	18,00	34 500,00

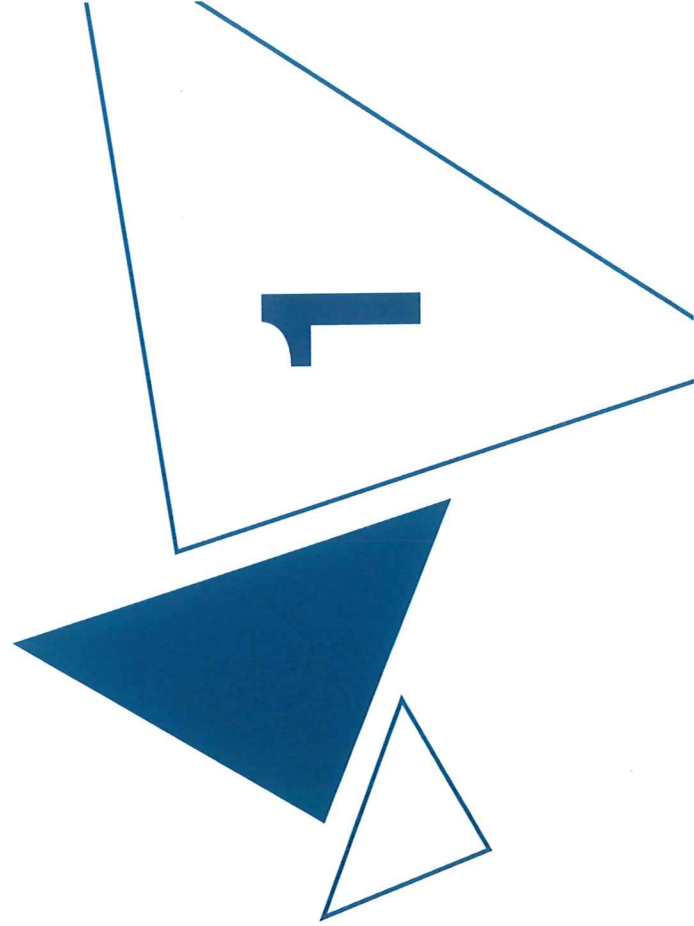
* V zadávací dokumentaci Příloha č. 4 Technická specifikace je specifikace parametrů, které musí splňovat jednotlivé mediotypy

Střední Čechy

DESIGN MANUÁL

- 1 Jednotný vizuální styl
- 2 Logotyp
- 3 Barevnost logotypu
- 4 Zakázané varianty loga
- 5 Fonty
- 6 Tiskoviny a aplikace
- 7 Reklamní předměty

OBSAH



JEDNOTNÝ
VIZUÁLNÍ
STYL



JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL

Základním prvkem jednotného vizuálního stylu je logo společnosti. Stylizace křivek, kresby symbolu koruny poukazuje na korunu, která symbolizuje Střední Čechy královské.

Jednoduché ikonické řešení loga umožňuje univerzálnější použití ve velkých i malých velikostech, v tisku i na elektronických zařízeních.

Logo používáme samotné nebo ve variantách s přívlastkem např. královské, rodinné, aktivní.

Zvolení vhodné verze záleží primárně na použití.

Dodržování jednotného vizuálního stylu je důležitou součástí jednotné vizuální identity, bez které se funkční a srozumitelná komunikace s veřejností nemůže obejít.

K základním prostředkům patří název (instituce, firmy, produkt), logo (symbol, značka), barvy, písmo a způsob jejich použití na různých materiálech či předmětech.

Ke správnému dodržování těchto pravidel má sloužit tento základní manuál.

Střední Čechy



Střední Čechy
královské



Střední Čechy
aktivní



Střední Čechy
rodinné



JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL

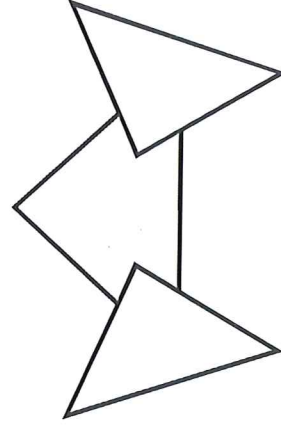
LOGO / ZNAK

základní varianta

Černobílá varianta logotypu tvoří stejný symbol koruny a nápis Střední Čechy, to vše vyvedeno v černé a bílé barvě.

Samozřejmým předpokladem je maximální kvalita použitého loga.

Střední Čechy



LOGO / ZNAK / ČERNOBÍLÉ PŘEDVEDENÍ

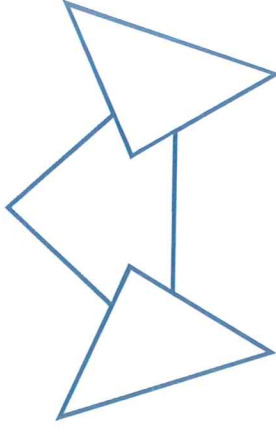
LOGO / ZNAK

základní varianta

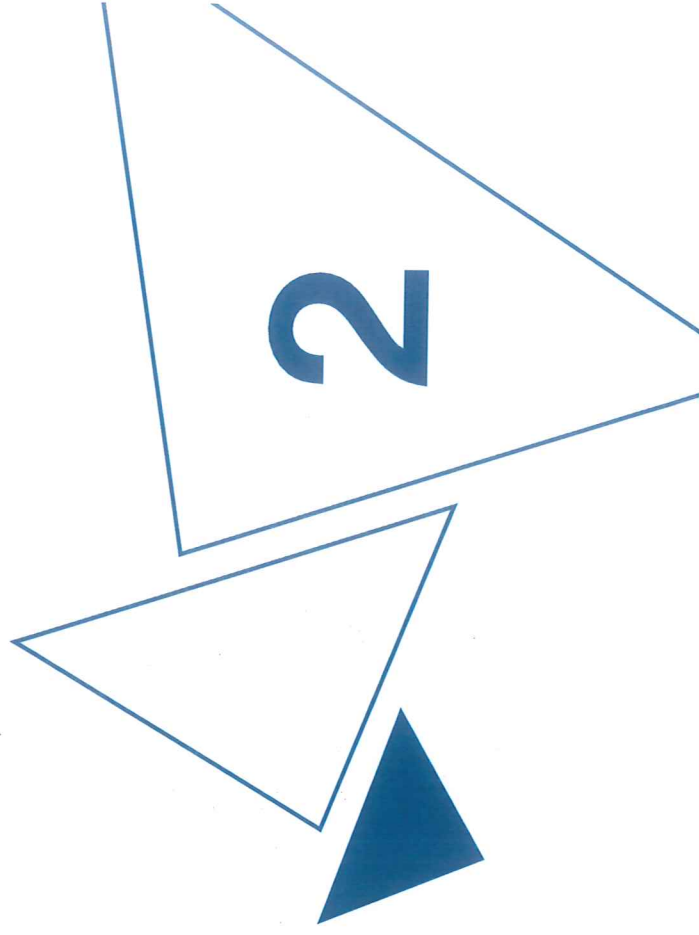
Základní variantu logotypu tvoří symbol koruny. Aby tento prvek správně charakterizoval a prezentoval Střední Čechy královské, musí být dodržovány následující podmínky:

- je přesně modifikována barva, velikost a umístění
 - musí se používat při každé komunikaci s veřejností
- Samozřejmým předpokladem je maximální kvalita použitého loga.

Střední Čechy

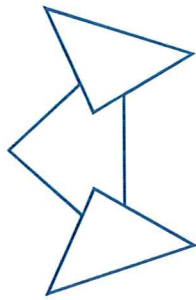


LOGO / ZNAK / BAREVNÉ PŘEDVEDENÍ



LOGO / ZNAK / BAREVNÉ PŘEDVEDENÍ

LOGOTYP



LOGO
základní barevná varianta

Střední Čechy

LOGOTYP / ZÁKLADNÍ BAREVNÁ VARIANTA

LOGOTYP

Logotyp používáme v základně variantě, která se může lišit popiskem přívlastku u textu. Zvolení vhodné verze záleží primárně na použití, do kterého logotyp umísťujeme.

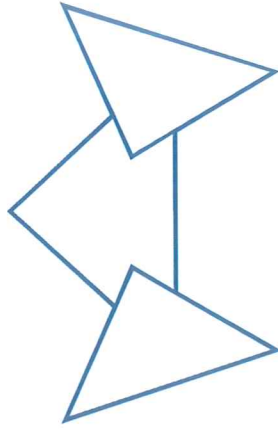
Samozřejmým předpokladem je maximální kvalita použitého logotypu.

Střední Čechy
královské

Střední Čechy
aktivní

Střední Čechy
rodinné

Střední Čechy



LOGOTYP

LOGO
další barevné varianty

barevné provedení

černobílé provedení

negativní varianty

Střední Čechy

Střední Čechy

Střední Čechy

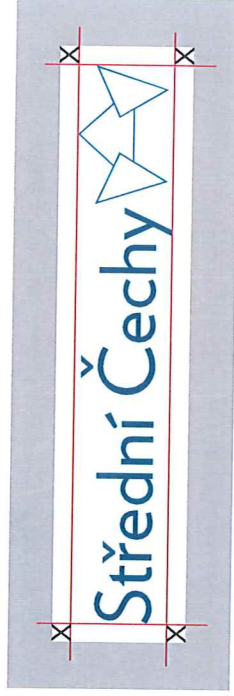
Střední Čechy

LOGOTYP / DALŠÍ BAREVNÉ VARIANTA

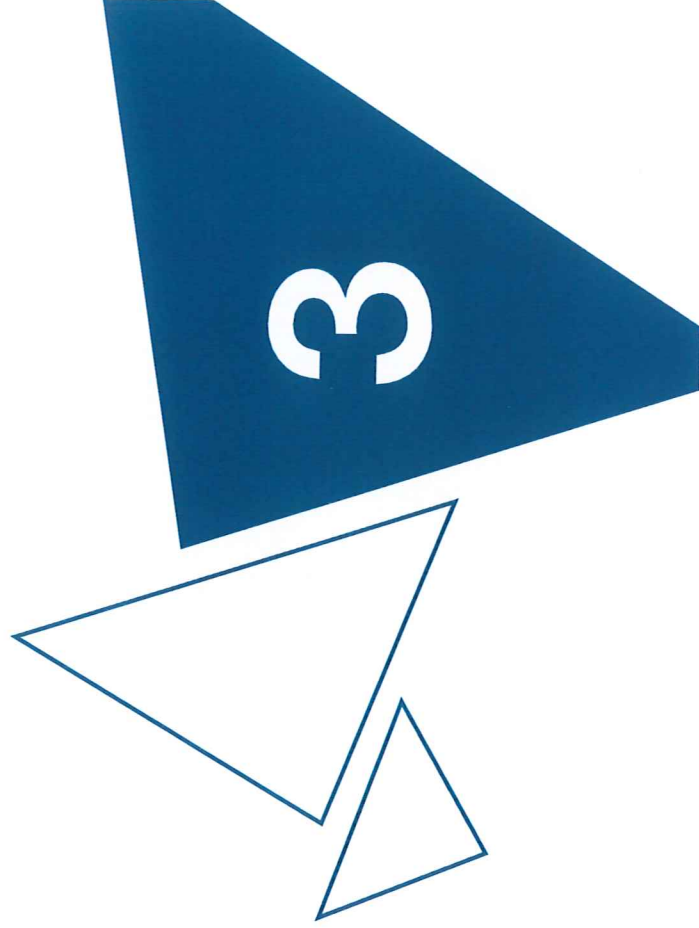
LOGO ochranná zóna

Ochranná zóna je minimální velikost plochy v bezprostřední blízkosti logotypu, do které nesmí zasahovat text ani jiné grafické prvky, ilustrace či fotografie. Respektování této zóny zaručuje čitelnost a dostatečnou působivost loga.

Ochranná zóna je definována poměrově pomocí jednotky x, jejíž velikost odpovídá výšce znaku koruny. Velikost ochranné zóny je 1/5 x.



LOGOTYP / DALŠÍ BAREVNÉ VARIANTY



LOGOTYP anglická verze

jednobarevné provedení loga v anglickém jazyce

Central Bohemia

LOGOTYP / ANGLICKÁ VERZE

BAREVNOST základní barva

Základní barva je součástí jednotného vizuálního stylu, a tudíž představuje důležitý nástroj působení na pozitivní vnímání značky, tedy i image společnosti.



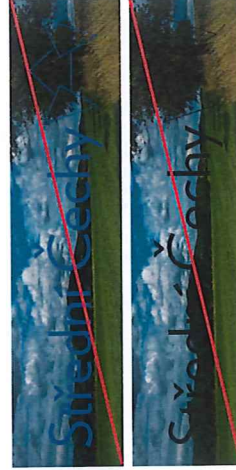
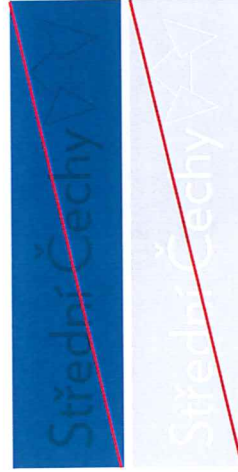
Královská modrá:

CMYK: 100 / 92 / 00 / 01
RGB: 6 / 3 / 141
PANTONE: 2738 C
HTML: 06038D
RAL: 5002
FOLIE AVERY: ULTRAMARINE BLUE 520

BAREVNOST LOGOTYPU

BAREVNOST barevné podklady zakázané

Na této straně jsou uvedeny příklady některých nesprávných použití, které jsou nepřipustné.



BAREVNOST LOGOTYPU / PODKLADY ZAKÁZANÉ

BAREVNOST zlatá barva

Barva je součástí jednotného vizuálního stylu, a tudíž představuje důležitý nástroj působení na pozitivní vnímání značky, tedy i image společnosti.



Zlatá:

CMYK: 6 / 27 / 100 / 12
RGB: 201 / 151 / 0
PANTONE: 117 C
HTML: C99700
RAL: 1005
FOLIE AVERY: GOLD 547

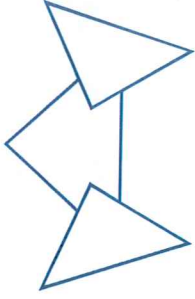
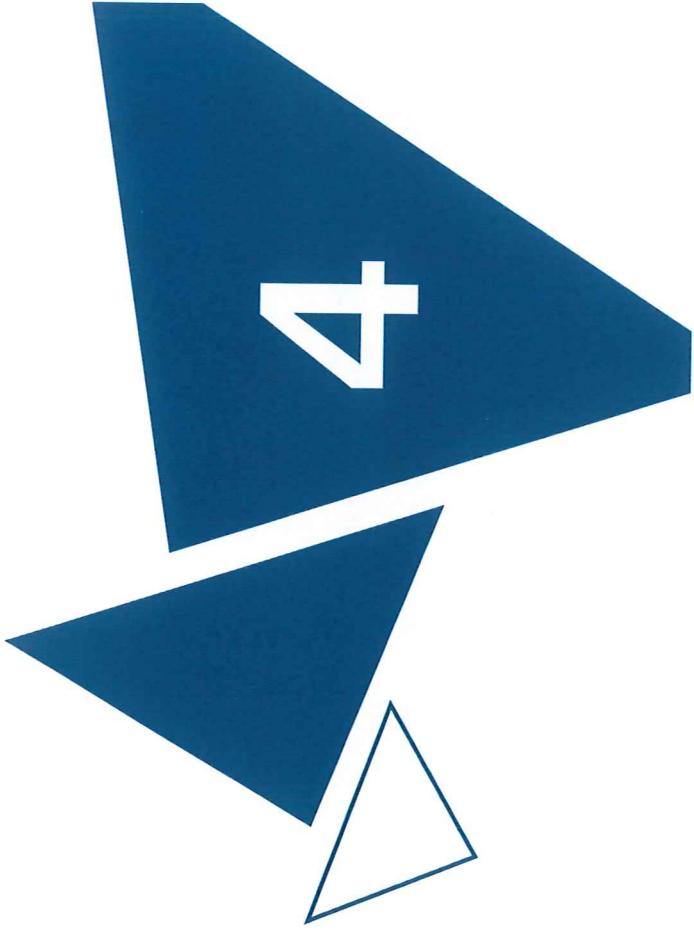
BAREVNOST LOGOTYPU

BAREVNOST barevné podklady povolené

Na této straně jsou uvedeny příklady některých správných použití.



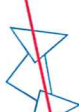
BAREVNOST LOGOTYPU / PODKLADY POVOLENÉ



ZAKÁZANÉ ROTACE LOGA

Tato strana znázorňuje nesprávné rotace loga, které jsou nepřipustné.

Střední Čechy 

~~Střední Čechy ~~

~~Střední Čechy ~~

~~Střední Čechy ~~

ZAKÁZANÉ DEFORMACE LOGA


Tato strana znázorňuje nesprávné deformace a přizpůsobení loga, které jsou nepřipustné.

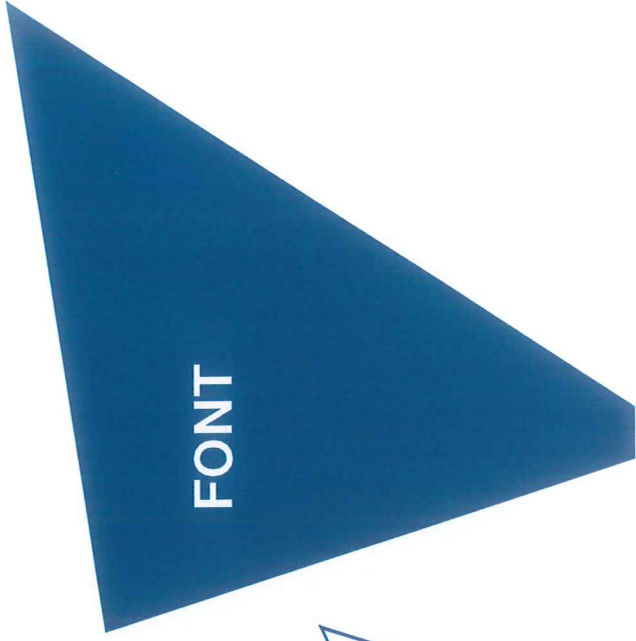
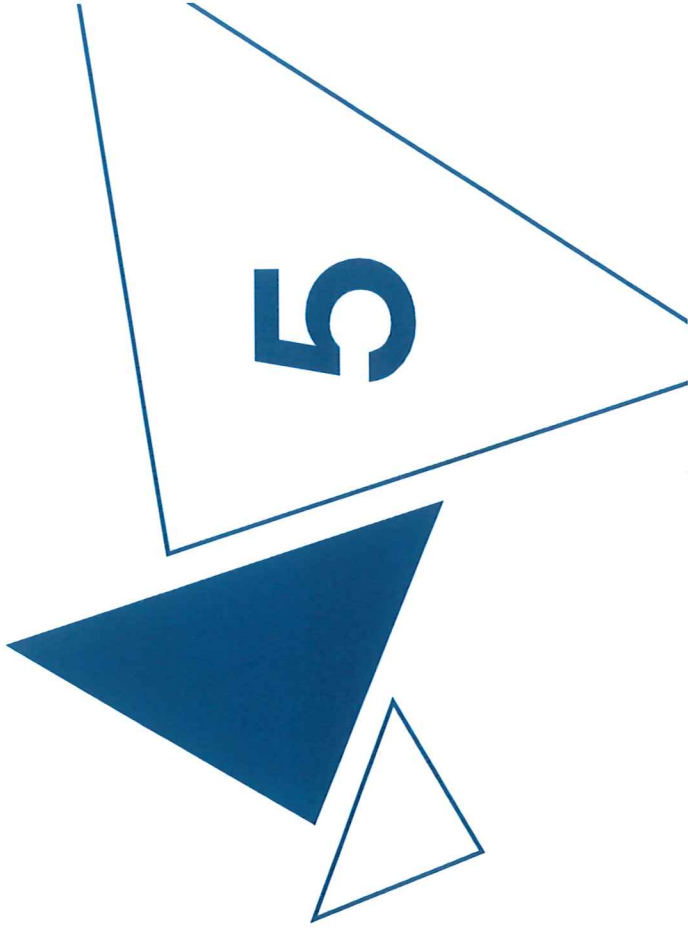
~~Střední Čechy ~~

~~Střední Čechy ~~

~~Střední Čechy ~~

~~Střední Čechy ~~

~~Střední Čechy ~~



ZÁKLADNÍ FONTY korporátní písma

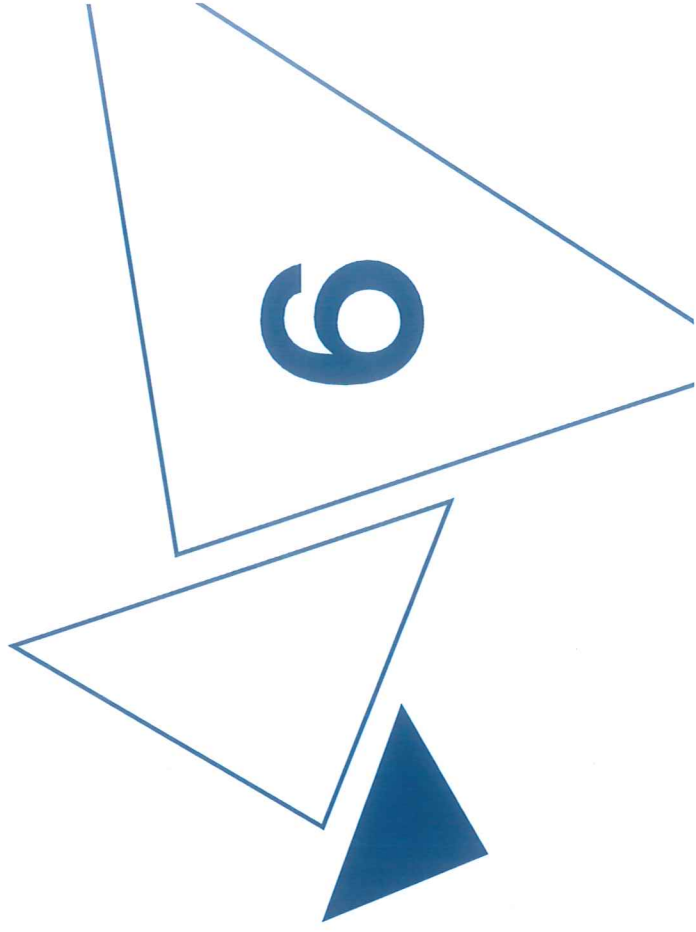
Základní písmo společnosti, stejně jako logotyp a barevnost, slouží zejména k jejímu odlišení a lepší identifikaci u cílového subjektu. Písmo se stává důležitým prvkem, který napomáhá pozorovatelům rozpoznat danou společnost. Základním písmem společnosti je bezpatkové písmo Verlag.

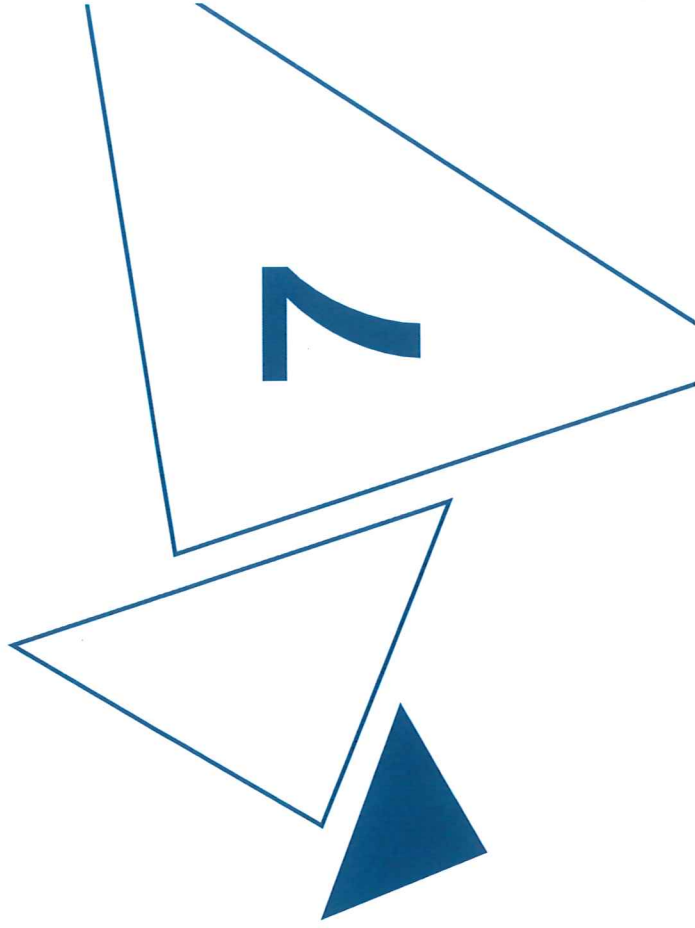
PÍSMO VERLAG BOOK korporátní písmo použité v logu

Základní písmo, které je použito v logotypu.

Verlag Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890?!,&*





REKLAMNÍ PŘEDMĚTY



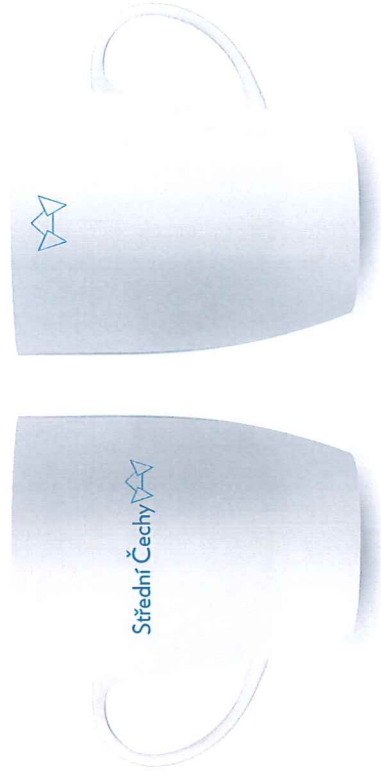
PROPISKA / TUŽKA

Reklamní předměty jsou pouze orientační,
jde o znázornění možnosti použití loga.



HRNEK

Reklamní předměty jsou pouze orientační,
jde o znázornění možnosti použití loga.



USB DATOVÝ NOSIČ

Reklamní předměty jsou pouze orientační,
jde o znázornění možnosti použití loga.



REKLAMNÍ PŘEDMĚTY

TEXTIL

Reklamní předměty jsou pouze orientační,
jde o znázornění možnosti použití loga.



REKLAMNÍ PŘEDMĚTY



Logo manuál destinační logo destinace Střední Čechy

1. Kdy používat logo „Střední Čechy“, „Střední Čechy královské“ či anglickou verzi loga?

Logo „Střední Čechy“ používáme k obecné propagaci či spolupráci s destinací Střední Čechy (např. plakát na akce, obecné tištěné materiály apod.). Logo s přívlastkem „královské“ používáme v souvislosti s tematikou a komunikačním tématem Středočeské centrály cestovního ruchu „Střední Čechy královské“ - tedy královská města, hradiště, hrady, zámky atd. Anglickou verzi loga používáme na tištěné materiály v jiných než českých jazykových mutacích a na mezinárodní akce.

Střední Čechy 

Střední Čechy 
královské

Central Bohemia 

2. Barva loga a barevné varianty na různých barevných podkladech

Královská modrá:

CMYK: 100 / 92 / 00 / 01

RGB: 6 / 3 / 141

PANTONE: 2738 c

HTML: 06038D

RAL: 5002

FOLIE AVERY: ULTRAMARINE BLUE 520

Střední Čechy 

Střední Čechy 

Střední Čechy 

Střední Čechy 



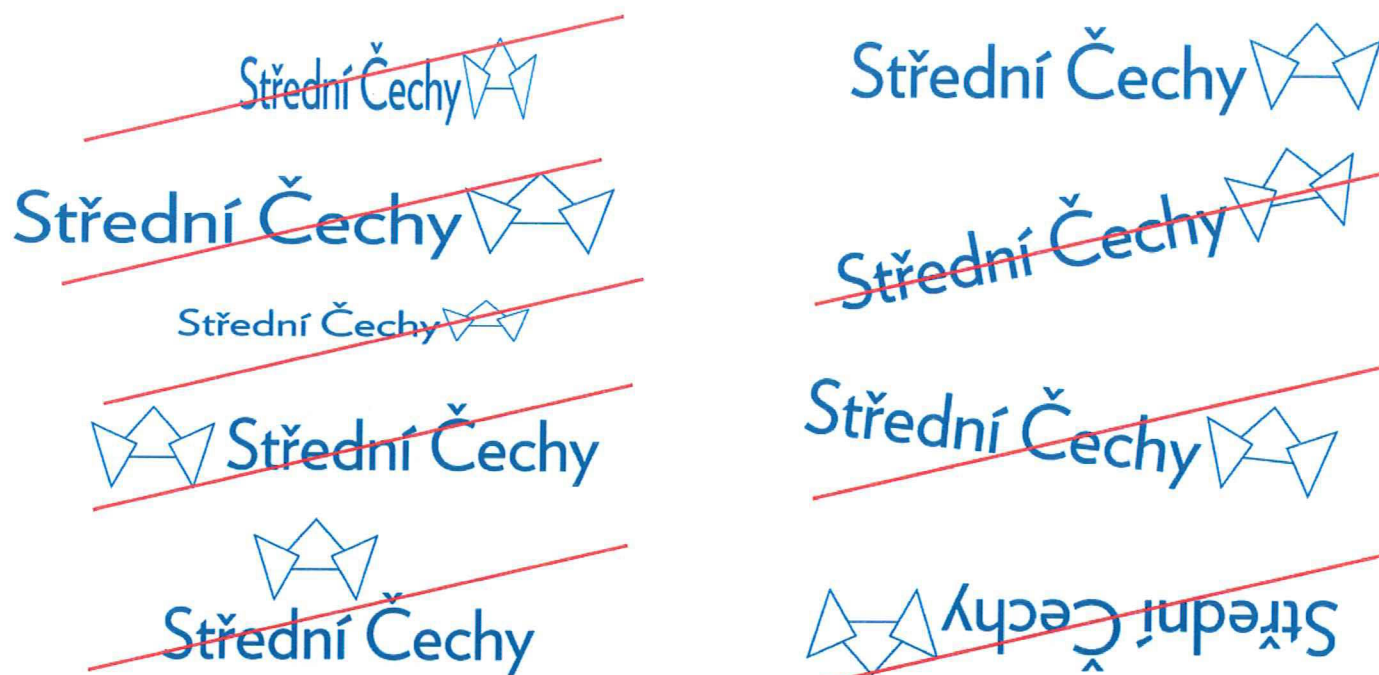
3. Ochranná zóna loga

Ochranná zóna je minimální velikost plochy v bezprostřední blízkosti logotypu, do které nesmí zasahovat text ani jiné grafické prvky, ilustrace či fotografie. Respektování této zóny zaručuje čitelnost a dostatečnou působivost loga. Ochranná zóna je definována poměrově pomocí jednotky x, jejíž velikost odpovídá výšce znaku koruny. Velikost ochranné zóny je 1/5 x.



4. Zakázané deformace loga

Ochranná zóna je minimální velikost plochy v bezprostřední blízkosti logotypu, do které nesmí zasahovat text ani jiné grafické prvky, ilustrace či fotografie. Respektování této zóny zaručuje čitelnost a dostatečnou působivost loga. Ochranná zóna je definována poměrově pomocí jednotky x, jejíž velikost odpovídá výšce znaku koruny. Velikost ochranné zóny je 1/5 x.



5. Font

PÍSMO VERLAG BOOK

korporátní písmo použité v logu

Základní písmo, které je použito v logotypu.

Verlag Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Prague MOON

Titul:	Formát	Číslo vydání:	Datum dodání podkladů
PragueMOON	PR 2 strany	březen - duben	25.02.2022
PragueMOON	PR 2 strany	květen - červen	25.04.2022
PragueMOON	PR 2 strany	červenec - srpen	25.06.2022
PragueMOON	PR 2 strany	září - říjen	02.09.2022

Mafra

Titul:	Formát	Dodání podkladů (max)	Číslo vydání:
Mafra, a.s./ONA DNES	Formát: 1/3 strany –š. 210 x v. 114 spad 5 mm + bezpečná vzdálenost textu od okraje inzerátu 8 mm	07.03.2022	21. března 2022 – redakční speciál Zelené číslo
Mafra, a.s./Magazínú Víkend	Formát: 1/3 strany –š. 210 x v. 114 spad 5 mm + bezpečná vzdálenost textu od okraje inzerátu 8 mm	09.05.2022	21. května 2022 – redakční speciál Letní dovolená
Mafra, a.s./Magazín s lesklou obálkou ve formátu A4 pod názvem "Tipy na výlety	Formát 1/1 š. 210 x 285 mm spad 5 mm + bezpečná vzdálenost textu od okraje inzerátu 8 mm	02.06.2022	8. července 2022
Mafra, a.s./Celostátní volnočasovém Magazínú – Náš kraj, který je vložen	Formát: 1/1 š. 210 x v. 285 mm spad 5 mm	07.09.2022	24. září 2022

V případě obsahového PR plnění

Magazínú - 1/3 strany - max. 1900 znaků včetně mezer + 1 fotka
Magazínú Létó - 1/1 - 4000 znaků včetně mezer + 2 fotky
Magazínú Náš kraj-1/1 - 4000 znaků včetně mezer + 2 fotky

RF Hobby

Titul:	Číslo vydání:	Datum dodání podkladů	Rozsah:
EpochalniSvet.cz	9/22	30.09.2022	PR článek - do 2500 znaků
EpochaNaCestach.cz	5/22	31.05.2022	PR článek - do 2500 znaků
EpochaNaCestach.cz	6/22	30.06.2022	PR článek - do 2500 znaků
EpochaNaCestach.cz	8/22	31.08.2022	PR článek - do 2500 znaků
Epocha	14/22	22.06.2022	1/1 - standardní
Epocha	18/22	17.08.2022	volně vkládání do 200 g
Epocha na cesty	1/22	21.04.2022	1/1 - standardní
Epocha na cesty	1/22	21.04.2022	1/1 - standardní
History Revue	7/22	16.06.2022	1/4 k - samostatná čtvrtina klasicky
History Revue	10/22	14.09.2022	1/4 k - samostatná čtvrtina klasicky
Knihovničky	10/22	18.05.2022	1/1 - standardní
Knihovničky	10/22	18.05.2022	1/1 - standardní
Knihovničky	10/22	18.05.2022	1/1 - standardní
Křížovky - Kafičko - Ke kafičku	4/22	07.11.2022	1/1 - standardní
Křížovky - Moje šťastná hvězda	3/22	12.05.2022	1/1 - standardní
Můj čas na kafičko	6/22	02.05.2022	1/1 - standardní
Paní domu	7/22	06.06.2022	1/1 - standardní
Speciální Edice	1/23	09.12.2022	1/1 - standardní
Speciální Edice	1/23	09.12.2022	1/1 - standardní

Vltava Labe Media

Titul:	Formát	Podklady do	Termín vydání
SPECIÁL ČESKO: NA CESTĚ	PR článek 1/1 2x	27.02.2022	16.03.2022

Babínet

Titul:	Formát	Číslo vydání:	Rozsah:
Babínet	PR článek	Březen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Duben	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Květen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Květen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Červen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Červen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Červenec	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Červenec	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Srpen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Srpen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Září	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto
Babínet	PR článek	Říjen	doporučený počet znaků 1000 - 1500 + 3x foto

Lonely Planet

Titul:	Formát	Podklady do	Termín vydání	Technické specifikace
Lonely Planet	PR článek 1/1		04.03.2022	25.03.2022
Lonely Planet	PR článek 1/1		05.05.2022	26.05.2022

2 500 – 3 000 znaků vč.mezer; 10 fotek s vysokým rozlišením s popisy, logo, webové stránky
2 500 – 3 000 znaků vč.mezer; 10 fotek s vysokým rozlišením s popisy, logo, webové stránky

Lonely Planet	PR článek 1/1	06.07.2022	26.07.2022	2 500 – 3 000 znaků vč.mezer; 10 fotek s vysokým rozlišením s popisy, logo, webové stránky
Lonely Planet	PR článek 1/1	06.09.2022	27.09.2022	2 500 – 3 000 znaků vč.mezer; 10 fotek s vysokým rozlišením s popisy, logo, webové stránky

České Dráhy časopis

Titul:	Formát	Dodání podkladů do	Vychází
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	04.02.2022	03.03.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	04.03.2022	30.03.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	01.04.2022	27.04.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	06.05.2022	01.06.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	06.05.2022	01.06.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	03.06.2022	29.06.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	01.07.2022	27.07.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	01.07.2022	27.07.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	05.08.2022	31.08.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	02.09.2022	29.09.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	30.09.2022	26.10.2022
České dráhy	Tip na výlet/ 800 - 1000 znaků + 1 foto	28.10.2022	23.11.2022

A11

Titul	Formát	poznámka	Datum vydání
A11	Inspirace Velikonoce 1/2	Náklad 50 000ks výtisků	21.03.2022
A11	Inspirace GRIL 1/2		23.05.2022
A11	Náš region komplet Léto 1/1	Náklad 2 240 000ks i online	23.06.2022
A11	Náš region komplet Podzim 1/1		22.09.2022
A11	Premium Guide PIVO 1/1	Náklad 25 000ks – jedná se o ročenku Pivovarů po celé ČR	25.04.2022
A11	Mladý svět – Víno 1/2	Náklad 40 000ks – zaměřeno na vinobraní	22.09.2022

Cyklo

Titul:	Formát	Termín dodání podkladů
Magazín ZÁŽITKOVÉ EVROPSKÉ CYKLOTRASY	PR článek	Leden

Moje Země

Titul:	Formát	Číslo vydání:
Moje Země	PR článek 4 strany	č. 1/22 vychází 3. 2. 2022
Moje Země	PR článek 6 strany	č. 2/22 vychází 7. 4. 2022
Moje Země	Velká extra příloha 20 stran	č. 3/22 vychází 2. 6. 2022
Moje Země	PR článek 4 strany	č. 4/22, vychází 4. 8. 2022
Moje Země	PR článek 2 strany	č. 5/21 2, vychází 6. 10. 2022

Turista

Titul:	Formát	Poznámka	Dodání podkladů do
Turista	příloha o rozsahu 12 stran formát časopisu tj. 172 x 244 m (š x v)	500 kusů pro nás, náklad 10 000	7/2022 - 28.4.2022
Turista	PR články / 4 strany		5/2022 -3.3.2022

PETIT

Titul:	Formát	Číslo vydání:	Podklady do:
Léto v Čechách a na Moravě	PR článek - 10x kratky text tip + 10 x foto - cca 5000 znaků	Červen	09.05.2022
Léto v Čechách a na Moravě	PR článek	Červen	09.05.2022
SME ženy/cestovatelska sekce Stredni Cechy	PR článek - cca 2.800 znaku včetne mezer a max 4 fotky	Květen	30.05.2022

celkový přehled

RF HOBBY
FIESTIS - Praguje MOON
Babinet Group
Petit Press a.s. /SME
Líde a Hory /Turista
Pomo Media Group s.r.o. (ČSFD)
MOJE ZEMĚ ČESKO s.r.o.
Mafra, a.s.
A11 /Náš region
CZECH NEWS CENTER a. s.
Vltava Labe Media a. s. /NG, Denik
České dráhy
Lonely planet
Máme rádi Česko
Magazín ZÁŽITKOVÉ EVROPSKÉ CYKLOTRASY