**Příloha č. 1**

**Poskytnutí služeb, plnění Akce (Hrady CZ, České hrady.cz, Moravské hrady.cz 2022) – 15. 7. - 3. 9. 2022.**

**Prezentace Objednatele**

**(Kudyznudy.cz, #VisitCzechRepublic)**

1. **Prezentace loga Objednatele:**

(Prezentace brandu v místě Akce, na POS materiálech Akce, na veškerých propagačních materiálech v místě Akce, online na kanálech Akce atd.).

* Na plakátech ve formátu A1, A2, CLV, celkový náklad 89.000 ks.
* Na letácích ve formátu DL v celkovém nákladu 170.000 (distribuovány v několika

vlnách v jednotlivých regionech konání Akce např. infocentra, ubytovací zařízení, stravovací a kulturní zařízení atd.).

* V tištěném programu festivalu pomocí inzerce o velikosti 1/8 strany a celkovém

nákladu 50.000 ks. (Distribuce probíhá v jednotlivých zastávkách Akce, tedy v osmi regionech ČR).

- Prezentace loga Objednatele na Billboardech Akce – euroformát výlep 240 ploch, celá ČR

* Logo Objednatele na partnerských plachtách, které mají rozměr 3 x 8m. Plachty jsou

umístěny na levé a pravé straně stage Akce – 2ks.

* Prezentace loga Objednatele na bannerech rozmístěných na strategických místech

v jednotlivých areálech Akce.

- Prezentace loga Objednatele na banneru o velikosti 2 x 1 m u vstupního terminálu Akce.

- Na online kanálech Akce.

1. **Online prezentace:**

(SoMe, využití oficiálních kanálů sociálních médií Akce/organizátora Akce apod. Posty, prezentace příspěvků Objednatele, web, PR článek, PR v rámci online médií, prezentace spotů CzT, newsletter, soutěže na SoME, sdílení příspěvků).

 **počet fans (sledujících)** 125 001 - 150 000

* FB profil fans: ČESKÉ HRADY.CZ
* FB akce fans: https://www.facebook.com/CESKEHRADY/
* Instagram: hradycz
* Instagram: <https://www.instagram.com/hradycz/?hl=cs>
* Instagram: 11 300 sledujících
* Webové stránky: 1100 unikátních návštěvníků/ den / www.hradycz.cz

Facebook:

* logo Objednatele umístěno na vizuálu oficiální stránky Akce (na Facebook

stránce v souvislosti s konáním Akce)

* logo Objednatele umístěno na vizuálu „události“ vytvoření k Akci
* min. **8 příspěvků** s logem či hastagem Objednatele (foto, video, anketa)

Instagram:

* logo Objednatele umístěno na vizuálu oficiální stránky Akce (na Instagram profilu v souvislosti s konáním akce)
* min. **8 příspěvků** s logem či hastagem Objednatele, (foto, video, anketa)
* označení loga Objednatele u příspěvků
* hashtag #VisitCzechRepublic/#světovéČesko
* Prezentace Objednatele na oficiálních webových stránkách Akce. Průměrná denní návštěvnost stránek je **cca 1 100 unikátních uživatelů/den** s uvedením loga Objednatele včetně aktivního **prolinku odkazujícího na web** Objednatele, případně, bude – li to relevantní, také logo Zřizovatele Objednatele (Ministerstva pro místní rozvoj – dále jen „MMR“) s aktivním prolinkem na web [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz/).
* **Prezentace banneru** s logem Objednatele na oficiálních stránkách Akce s aktivním prolinkem na [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), a to prostřednictvím článku v sekci Aktuality/News, loga: Kudy z nudy.cz / #Visit Czech Republic
* Prezentace spotu Objednatele:
* na oficiálních stránkách **www.hradycz.cz,** a to prostřednictvím linku v článku (odkaz z log Kudy z nudy.cz / #Visit Czech Republic)
* na oficiálních sociálních sítích (Facebook, Instagram)
* videospot dodá Objednatel, stopáž min. 30 sec.
* Logo Objednatele v newsletteru k Akci
	+ Logo Objednatele v newsletteru k Akci v sekci partneři
	+ Cca **20 000** unikátních emailových adres
	+ Loga: Kudy z nudy.cz / #Visit Czech Republic
* Inzerce Objednatele v newsletteru k Akci
	+ **1x** Inzerce Objednatele v newsletteru k Akci (banner/logo s prolinkem)
	+ **20 000** unikátních emailových adres
	+ Loga: Kudy z nudy.cz / #Visit Czech Republic
* PR článek Objednatele na webu **www.hradycz.cz**
	+ **2x** Článek Objednatele na webu v sekci Novinky
	+ Průměrná návštěvnost více jak 1100 unikátních uživatelů
	+ Loga: Kudy z nudy.cz / #Visit Czech Republic
1. **Onsite prezentace:**

(spoty, mantinely, zábrany, možnost umístění stánku, využití prostoru na Akci, roll-upy, možnost aktivace návštěvníků, zprostředkování natáčení rozhovorů s osobnostmi atd).

* **Prezentace spotu** Objednatele na LED obrazovkách
* stopáž min. 30 sec., spot dodá Objednatel
* na LED obrazovkách umístěných na obou stranách stage. Rozměr LED projekce je 2,5 x 4 m. Četnost projekce smyček je 14 x 30 minut v rámci Akce, min. sedm repríz v jednotlivých 30 minutách, což za celou Akci je min. 800 rotací
* **Prezentace v místě Akce**
	+ bannery - prezentace loga Objednatele
	+ výrobu a dodání zajistí Dodavatel, grafické podklady pro výrobu zajistí Objednatel
	+ 6 ks, včetně všech log Objednatele
* **Prezentace – produkce** a umístění 4 ks vlajek s logem Objednatele
	+ umístění v prostoru Akce
	+ výrobu a dodání zajistí Dodavatel, grafické podklady pro výrobu zajistí Objednatel
* **Prezentace – umístění loga** Objednatele na informačním stojanu?
* o informační stojan (180 x 60 cm) s propozicemi, mapami apod.
* o min. 2x logo Objednatele, velikost min. 1 000 x 1 400 cm
* **Distribuce tiskových materiálů** Objednatele po dobu trvání Akce. Materiály dodá Objednatel. Distribuci zajišťuje Dodavatel. Materiály budou k vyzvednutí po vzájemné domluvě Dodavatele s Objednatelem.
1. **Mediální prostor:**

(PR regionu, případně ČR v rámci vysílání TV, sponzorské vzkazy, spoty, PR články, sdílení článků, inzerce Objednatele v POS materiálech, inzerce Objednatele v médiích atd.).

**Zásah prostřednictvím TV přenosů, výstupů, spotů – sledovanost**

500 001 - 2 000 000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Země** | **Stanice** | **Sledovanost/zásah** |
| Česká republika | TV Prima – všechny kanály | 2 000 000+ |
| Česká republika | Regionální televize | 500 000 |
| Česká republika | Nova | 1 000 000+ |
|  |  |  |

PR regionu, prezentace místa v rámci vysílání na těchto stanicích:

* **TV Prima –** spotová kampaň v počtu – **200 spotů** na jednotlivých kanálech TV Prima. Zaměření spotů má nejen za úkol přilákat návštěvníky na kulturní akci jako samotnou, ale zároveň mají jasný úkol naplnit heslo „Nejlepší muzika a pohoda na nejhezčích památkách České republiky“. Divák se ve video upoutávce setkává nejen s přehlídkou známých hudebníků, které má možnost na jednotlivých zastávkách akce vidět, ale díky atraktivním záběrům jednotlivých památek, či hradů v místě konání akce dostává nabídku na návštěvu regionu, kde může skloubit kulturní zážitek s historickým poznáním.  V současné době je možné určit pouze Gross rating point, samotná sledovanost je k dispozici po ukončení kampaně – v dokumentaci Objednateli. Cílení 15+.
* **TV Prima –** pořad **Showtime** (16x), rozhovory s umělci vystupujícími na jednotlivých zastávkách hradní tour, aktuální reportáž z místa konání akce, které jsou zároveň i pozvánkou na další zastávku festivalového putování do dalšího regionu České republiky. V koncepci těchto reportáží je opět kladen důraz na propojení regionu, historického odkazu památek s kulturním propojením prostřednictvím živé hudby na netradičních místech. Sledovanost opět možno řešit po odvysílání, statistika bude součástí dokumentace pro Objednatele
* **Regionální TV -** i v letošním roce pokračujeme v historicky osvědčené spolupráci s regionálními televizemi, jako je například TV ZAK, OIK TV a mnoho dalších. Tato média stejně tak jako ta celostátní, rozsáhle informují o akci samotné, jejích aktérech, ale zároveň mají za úkol vyzdvihnout již zmiňované propojení hudby a historie regionu – např. upozorňují na oblíbenou akci, kdy návštěvníci festivalu zdarma získávají vstupenky na památku v těsném konání akce. Samozřejmostí je vysílání spotů napříč vysíláním.
* **TV NOVA –** Pro sezónu 2022 je navázána spolupráce s TV NOVA. Před každou akcí v je zařazen rozhovor s některou známou osobností z řad hudebníků vystupujících na akci (např. Michal Malátný – Chinaski, Jiří Macháček – Mig 21, Tomáš Klus, Kuba Ryba – Rybičky 48 atd.) a zároveň zástupci pořadatele, kdy posledně zmiňovaní mají za úkol divákům přinést pozvánku do místa konání, s vyzdvihnutím unikátnosti každého regionu, zajímavosti o památkách a dalších atraktivních informacích, aby si televizní divák odnesl jasnou informaci, kdy místa konání festivalu nejsou „živá“ jen o těchto víkendech, ale jejich návštěva je zážitkem, kdykoliv během roku. Zároveň rozhovory samotné jsou podtrženy projekcí videomateriálu, který je zaměřen ze 70 % právě na historickou památku a ve zbylých 30 % na akci samotnou prostřednictvím PDK.8x rozhovor ve vysílání Snídaně s Novou.

|  |  |
| --- | --- |
| **tištěná média** | **počet inzerátů** |
| MF Dnes | inzerce | 34 |
| Náš region | inzerce | 16 |
| Deník | inzerce | 8 |
| REFLEX | inzerce | 8 |
| různé tituly | ostatní inzerce | 48 |

Prezentace loga Objednatele v uvedených tištěných médiích.

* **PR regionu**
* „Points of interest“, prezentace jednotlivých destinací v rámci rozhovorů na TV Nova. 8x rozhovor ve spojení s PDK a vizuální prezentací POI.
	+ POIs budou komfortně odbavené v rámci:
		- [www.hradycz.cz](http://www.hradycz.cz),
		- Sociálních sítí
	+ Užití log: Kudy z nudy.cz / #Visit Czech Republic
1. **Obsahové materiály:**

(Dodání destinačního spotu, včetně licencí k použití Objednatele, dodání fotografií prezentující destinaci, včetně licencí k užití Objednatele a další).

* Dodání unikátního obsahu - obrazového materiálu (např. fotografií, videí) pro propagační účely Objednatele včetně autorských práv. Dodané materiály budou mít licenci pro využívání v komunikaci Objednatele pro nekomerční využití po **neomezenou dobu**. Použití brandu a hashtagu Objednatele do uvedených materiálů. Podoba umístění loga a hashtagu na základě dohody Objednatele s Dodavatelem.
* Dodané fotografie budou mít licenci pro využívání v komunikaci Objednatele pro nekomerční využití **po neomezenou dobu**. Video materiál viz Specifikace níže.
* **Dodání fotografií z Akce, regionu:**
* prezentace Objednatele (dle destinací Akce)
* především POI místa konání jednotlivých regionů
* Formát: RAW/ TIFF + fotografie komprimované do formátu JPG
* **Min. počet: 50 ks**
* Fotografie budou použity pro účely prezentace Akce, regionu a ČR na kanálech Objednatele.
* Způsob využití pro Objednatele: volné užití pro Objednatele.
* Fotografie budou vybrány po vzájemné konzultaci Objednatele s Dodavatelem. Objednatel bude mít k dispozici kompletní set fotografií z Akce, kde si bude moci vybrat požadované fotografie.
* **Unikátní letecké záběry okolí Akce vč. hrubých záběrů s možností dodání brandingu**
* Dodání **min. 3** minut leteckých záběrů místa konání akce a přilehlých hradů v jednotlivých destinacích
* Dodání **hrubých** materiálů leteckých záběrů POI a místa konání Akce v kvalitním rozlišením
* Licence pro využívání – dodané materiály budou mít licenci pro využívání v komunikaci Objednatele pro nekomerční využití bez časového omezení.
1. **Ambasador:**

(Poskytnutí obsahových matriálů (foto/video), prezentujících ČR/region jako destinaci s veřejně známou osobností (ambasador zvoucí do regionu, včetně brandingu a licencí pro užití Objednatele).

* Dodání spotů s brandingem Objednatele pro využití na kanálech Objednatele:
* **Min. 4x výstupy/sady rozhovorů s osobnostmi Akce s prezentací České republiky a regionu**
* **stopáž min. 60 s**,
* **formát:** **mp4,** pro použití na online kanálech Objednatele.
* Způsob využití pro Objednatele: nekomerčně vč. použití třetích stran, bez časového omezení. Dodavatel se zavazuje předat Objednateli vytvořené obsahové materiály i s kompletním popisem licencí a způsobu použití obsahových materiálů pro Objednatele.
* **Dodání fotografií s Ambasadory Akce**:
* Formát: RAW/ TIFF + fotografie komprimované do formátu JPG
* **Min. počet: 5 ks**
* Fotografie budou použity pro nekomerční účely prezentace regionu a ČR na kanálech Objednatele.
* Způsob využití pro Objednatele: volné nekomerční užití pro Objednatele.
* **Veškeré grafické návrhy, které obsahují logo Objednatele, případně MMR podléhají schválení ze strany Objednatele.**
* **Veškeré obrazové materiály budou předány Objednateli na paměťovém médiu.**
* **Dodavatel zhotoví a předá závěrečnou zprávu, která bude obsahovat popis aktivit, fotodokumentaci, zhodnocení propagace a kvantifikaci ukazatelů:**
* **zásah v rámci TV přenosů**
* **zásah v onlinu**
* **celkový zásah**
* **hodnota AVE plnění**

(počet návštěvníků akce, u printových nosičů a billboardů – ukazatel net reach / OTS, u online propagace – ukazatel celkové návštěvnosti stránek, počet shlédnutých stránek, průměrná doba návštěvy, bounce rate a podobně)