

Příloha č. 3: Závazný návrh smlouvy

Operační program Technická pomoc  
OPTP 2014-2020  
Projekt „Zajištění publicity ESI fondů III“  
Reg. č.: CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000275

Číslo v CES: 6331  
Číslo úkolu: 3691/5169/18/28 EU zdroje  
a 3691/5169/17/28 SR ČR

## SMLOUVA O POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB

Smluvní strany:



### Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj

Se sídlem: Praha 1, Staroměstské náměstí 6, PSČ 110 15  
Zastoupená: Ing. Radkem Kobzou, ředitelem Odboru publicity a evaluací fondů EU  
IČO: 660 02 222  
DIČ: neplátce DPH  
Bankovní spojení: ČNB, Praha 1, Na Příkopě 28  
č. účtu: 629001/0710

(dále jen „**Objednatel**“), na straně jedné

a

### REMMARK, a. s.

se sídlem: Křemencova 178, 110 00 Praha 1  
IČO: 25652869  
DIČ: CZ25652869  
společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 5258  
Bankovní spojení:   
č. účtu:   
za níž jedná: Ing. Roman Heřman, předseda správní rady

(dále jen „**Poskytovatel**“), na straně druhé

(dále též jednotlivě jako „**Smluvní strana**“ nebo společně jako „**Smluvní strany**“)

Smluvní strany uzavřely dále uvedeného dne, měsíce a roku podle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, v platném znění (dále jen „**občanský zákoník**“) tuto smlouvu o poskytování služeb (dále jen „**Smlouva**“ nebo „**smlouva**“).

## **Článek 1**

### **Předmět plnění, způsob, doba a místo plnění**

- 1.1. Poskytovatel se zavazuje podle této smlouvy k vytvoření a distribuci nativní webové stránky s obsahovým marketingem (vč. jejího konceptu a návrhu strategie nasazení), která zvýší u cílové skupiny povědomí o konkrétních užitečných projektech podpořených z fondů EU v regionech napříč ČR (dále také jako „Dílo“).
- 1.2. Návrh nativní webové stránky (vč. jejího konceptu a návrhu strategie nasazení) musí odpovídat návrhu předloženému Poskytovatelem v nabídce na realizaci veřejné zakázky „Tvorba a distribuce internetové nativní reklamy o přínosech fondů EU 2“, který tvoří přílohu č. 2 smlouvy. Předmět plnění musí být realizován v souladu s přílohou č. 1 ZD\_Technická specifikace předmětu veřejné zakázky, která tvoří zároveň Přílohu č. 1 smlouvy.
- 1.3. Objednatel se zavazuje uhradit cenu za realizaci předmětu plnění dle smlouvy sjednanou v čl. 2 smlouvy, pokud bude plnění poskytnuto řádně, včas a v náležité kvalitě.
- 1.4. Poskytovatel bere podpisem Smlouvy na vědomí, že Dílo musí být dokončeno a předáno Objednateli nejpozději do 10 měsíců od uveřejnění smlouvy v registru smluv. Z toho doba realizace bude probíhat minimálně šest měsíců – nasazení obsahu, průběžné vyhodnocování a optimalizace aktivity jako obsahové tak mediální stránce (vč. testování obsahu); realizační část započne nejpozději do dvou měsíců od uveřejnění smlouvy v registru smluv.  
Závěrečné vyhodnocení proběhne do dvou měsíců od ukončení realizační části.
- 1.5. Lhůty plnění uvedené v tomto článku lze změnit písemným dodatkem ke smlouvě podepsaným osobami oprávněnými jednat za Smluvní strany.

## **Článek 2**

### **Cena předmětu plnění a platební podmínky**

- 2.1. Cena plnění byla stanovena dohodou Smluvních stran. Smluvní strany se dohodly, že celková cena za plnění dle Smlouvy činí **2 000 000 Kč bez DPH**, slovy: „dva miliony korun českých bez DPH“, sazba DPH ve výši 21 % činí 420 000 Kč, „slovy: čtyři sta dvacet tisíc korun českých“, což odpovídá celkové ceně 2 420 000 Kč, „slovy: dva miliony čtyři sta dvacet tisíc korun českých“.

(Dodavatel je oprávněn stanovit nižší nepřekročitelnou cenu, ale tato hodnota nevstupuje do hodnocení. Nevyplní-li dodavatel výše jinou cenu, platí nepřekročitelná cena 2 000 000 Kč bez DPH, „slovy: dva miliony korun českých bez DPH.“ **Dodavatel zde zároveň uvede, zda je plátcem DPH či nikoliv.**

- 2.2. Garantovaná návštěvnost nativní webové stránky (dále jen „garantovaná návštěvnost“) činí **425 000** zobrazení unikátními uživateli na microsite nativní webové stránky.
- 2.3. Smluvená cena zahrnuje veškeré náklady Poskytovatele nutné k realizaci Předmětu plnění, jakož i veškeré náklady související (tedy mj. i náklady, které sice ve smlouvě nejsou výslovně uvedené, ale jejichž vynaložení musí Poskytovatel z titulu své

odbornosti předpokládat, a to i na základě zkušenosti s poskytováním obdobných služeb), případnou licenční odměnu a je platná, nepřekročitelná a nejvýše přípustná po celou dobu trvání smlouvy.

- 2.4. Jestliže bez zavinění Poskytovatele (a aniž by to mohl Poskytovatel při vyložení veškeré odborné péče předpokládat) dojde v průběhu realizace Předmětu plnění k nutnosti provést Předmět plnění odchylně, avšak vždy v rámci předmětu plnění dle článku 1 Smlouvy, a tím dojde i k možnému zvýšení nákladů a zvýšení smluvní ceny, mohou být Poskytovatelem tyto práce provedeny jen s předchozím písemným souhlasem Objednatele. Výjimkou jsou pouze práce bezprostředně nutné k tomu, aby nedošlo ke vzniku škody na prováděném předmětu plnění; v takovém případě je Poskytovatel povinen neprodleně oznámit kontaktní osobě dle čl. 10.2. smlouvy provedení těchto prací. Poskytovatel však musí prokázat, že hrozící škoda nevznikla v důsledku vadného provádění předmětu plnění, ale pouze v důsledku skutečností a událostí, které nemohl při vynaložení veškeré odbornosti předpokládat.
- 2.5. Cenu předmětu plnění uhradí Objednatel bankovním převodem na účet Poskytovatele uvedený v záhlaví smlouvy na základě faktury vystavené Poskytovatelem nejdříve po převzetí plnění (tj. po úspěšném dokončení a předání Předmětu plnění Objednateli). Přílohou faktury bude předávací protokol podepsaný oběma Smluvními stranami, popř. jiné doklady a dokumenty, budou-li Objednatelem požadovány. Objednatel neposkytuje zálohy. Faktura musí splňovat náležitosti daňového dokladu dle platných a účinných právních předpisů. Na faktuře musí být uvedena slova „Technická pomoc“ a věta „Hrazeno z projektu OPTP 2014-2020 „Zajištění publicity ESI fondů 3, reg. č. CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000275“. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího doručení Objednateli. Faktura musí být zaslána na adresu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Odbor publicity a evaluací fondů EU, Staroměstské nám. 6, Praha 1, 110 15. Na faktuře musí být podpis osoby oprávněné jednat za Poskytovatele a číslo smlouvy v CES. Změna označení projektu dle tohoto odstavce je účinná dnem jejího oznámení Poskytovateli bez nutnosti uzavírání dodatku ke Smlouvě.
- 2.6. V případě, že faktura nebude obsahovat právními předpisy předepsané a výše uvedené náležitosti, je Objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že Poskytovatel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není Objednatel v prodlení s úhradou faktury.
- 2.7. Faktura musí být Objednateli doručena nejpozději do 15.12. daného roku, aby mohla být proplacena v tomtéž kalendářním roce. V případě nedodání bude faktura proplacena až v roce následujícím.
- 2.8. Dojde-li během plnění smlouvy ke změně sazby daně z přidané hodnoty, bude Poskytovatel účtovat k ceně plnění daň podle aktuální sazby.
- 2.9. Smluvní strany se dohodly, že dlužná částka je uhrazena okamžikem jejího odepsání z účtu Objednatele ve prospěch účtu Poskytovatele.
- 2.10. Smluvní strany se dohodly, že Objednatel je oprávněn započíst jakoukoli svou peněžitou pohledávku za Poskytovatelem oproti jakékoli peněžité pohledávce Poskytovatele za Objednatelem.

### **Článek 3**

#### **Práva a povinnosti smluvních stran**

- 3.1. Poskytovatel je vázán pokyny Objednatele a garantuje Objednateli, že dílo bude dodáno v dohodnuté kvalitě a bez vad.
- 3.2. Objednatel je oprávněn kontrolovat poskytování plnění prostřednictvím osoby, kterou k tomu písemně zmocní.
- 3.3. Objednatel je povinen poskytnout nezbytnou součinnost ve smyslu poskytování informací a podkladů nezbytných pro plnění ze strany Poskytovatele a je povinen upozornit Poskytovatele na případné změny těchto podkladů.
- 3.4. Poskytovatel není oprávněn postoupit práva, povinnosti a závazky ze smlouvy třetí osobě nebo jiným osobám bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
- 3.5. Případná změna poddodavatele musí být předem písemně schválena Objednatelem.
- 3.6. Poskytovatel se zavazuje během plnění smlouvy i po ukončení smlouvy, zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, jež nejsou veřejně dostupné, o kterých se dozví od objednatel v souvislosti s plněním smlouvy (dále jen „důvěrné informace“).
- 3.7. Poskytovatel se zavazuje, že důvěrné informace nezveřejní, neposkytne či jinak nezpřístupní ani neumožní zpřístupnit a nesdělí je přímo ani nepřímo třetí osobě, pokud k tomu neexistuje právní důvod, a ani je nepoužije v rozporu s jejich účelem pro své potřeby.
- 3.8. Poskytovatel odpovídá za to, že mlčenlivost budou zachovávat i jeho zaměstnanci, jiné jím pověřené osoby a případní externí spolupracovníci; poskytování důvěrných informací těmto osobám může být provedeno pouze v míře nezbytně potřebné pro realizaci Smlouvy a tyto osoby musí být Poskytovatelem zavázány k povinnosti ochrany důvěrných informací minimálně ve stejném rozsahu, v jakém je zavázán sám Poskytovatel dle Smlouvy.

### **Článek 4**

#### **Vlastnické právo, nebezpečí škody na věci, licenční ustanovení**

- 4.1. Vlastnické právo k předmětu plnění přechází z Poskytovatele na Objednatele v okamžiku, kdy byl podepsán protokol o předání a převzetí Díla kontaktními osobami obou Smluvních stran. Tímto okamžikem přechází na Objednatele nebezpečí škody na věci.
- 4.2. Objednateli vzniká převzetím díla podle Smlouvy (pokud během realizace plnění vznikne autorské dílo) časově a místně neomezené výhradní oprávnění dílo užívat ke všem způsobům užití (dále též „licence“). Součástí licence je i souhlas se zveřejněním díla.
- 4.3. Poskytovatel dává tímto souhlas s úpravou či zpracováním předmětného díla, či jeho části, jiným autorem.
- 4.4. Součástí licence jsou též následující oprávnění:

- a) užít dílo v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru, nebo ve spojení s jiným dílem či prvky,
  - b) užít jen část díla nebo některé jeho části.
- 4.5. Objednatel není povinen licenci využít.
- 4.6. Objednatel může oprávnění tvořící součást licence zcela nebo zčásti poskytnout třetí osobě, a to i bezúplatně. Smluvní strany se výslovně dohodly na vyloučení použití ustanovení § 2364 odst. 2, § 2377 a § 2378 až § 2382 občanského zákoníku.
- 4.7. Poskytovatel se zavazuje, že neudělí oprávnění užít dílo jiným osobám a že bez předchozího písemného souhlasu Objednatele sám dílo neužije. Poskytovatel se zavazuje zajistit, že autor/autoři díla neudělí oprávnění užít dílo jiným osobám a že sám neužije dílo bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
- 4.8. Poskytovatel prohlašuje, že práva, která Smlouvou poskytuje, mu náleží bez jakéhokoliv omezení, a odpovídá za škodu, která by Objednateli vznikla, pokud by toto prohlášení bylo nepravdivé.

## **Článek 5**

### **Odpovědnost za vady**

- 5.1. Poskytovatel se zavazuje, že Předmět plnění bude mít vlastnosti stanovené v této Smlouvě.
- 5.2. Poskytovatel neodpovídá za vady a nedodělky na předmětu plnění, které byly po jeho převzetí způsobeny Objednatelem, neoprávněným zásahem třetí osoby či neodvratitelnými událostmi.
- 5.3. Plnění dle této smlouvy podléhá akceptačnímu řízení. Objednatel se zavazuje do 5 dnů od předání veškerého plnění dle této smlouvy Poskytovatelem vyjádřit se k jeho výsledku. Výsledkem akceptačního řízení bude jeden z následujících závěrů:

Plnění je akceptováno bez výhrad – v akceptačním řízení bylo zjištěno, že poskytnuté plnění je funkční a zcela odpovídá požadavkům Objednatele.

Plnění je akceptováno s výhradami – v akceptačním řízení bylo zjištěno, že poskytnuté plnění je funkční, avšak neodpovídá zcela požadavkům Objednatele. Zjištěné vady budou uvedeny v akceptačních protokolech.

Plnění je neakceptováno a vráceno k přepracování – v akceptačním řízení bylo zjištěno, že poskytnuté plnění není funkční. Zjištěné vady budou uvedeny v akceptačních protokolech.

- 5.4. V případě, že výsledkem akceptačního řízení byla akceptace bez výhrad, je plnění považováno za řádně a bezvadně poskytnuté.
- 5.5. V případě, že výsledkem akceptačního řízení je akceptace s výhradami, není plnění považováno za řádně a bezvadně poskytnuté a Poskytovatel se zavazuje, že odstraní vady plnění uvedené v akceptačním protokolu dle čl. 4.1 této smlouvy. Poskytovateli v tomto případě vzniká právo fakturovat cenu odpovídající té části plnění, která byla

řádně a bezvadně poskytnuta. Zbývající část ceny je Poskytovatel oprávněn fakturovat až po odstranění všech vad uvedených v akceptačním protokolu.

- 5.6. V případě, že výsledkem akceptačního řízení je neakceptace a vrácení k přepracování, není plnění považováno za řádně a bezvadně poskytnuté a Poskytovatel se zavazuje odstranit vady plnění uvedené v akceptačním protokolu dle čl. 4.1. této smlouvy. V takovém případě je Poskytovatel ode dne vrácení plnění k přepracování v prodlení a uplatní se sankční podmínky pro prodlení. Nedodržení následného termínu pro odstranění vad bude považováno za podstatné porušení smlouvy.
- 5.7. V případě, že předané plnění vykazuje vady, musí tyto vady Objednatel písemně u Poskytovatele reklamovat, a to na adresu uvedenou v záhlaví Smlouvy nebo e-mailem na adresu [REDAKCE]. Písemná forma je podmínkou platnosti reklamace. V reklamaci musí Objednatel uvést, jak se zjištěné vady projevují.
- 5.8. V případě, že se jedná o vadu, kterou lze odstranit opravou, má Objednatel právo na bezplatné odstranění vad nebo nedodělků. Poskytovatel se vady plnění zavazuje odstranit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 5 dnů ode dne oznámení vady, nedohodnou-li se Smluvní strany v konkrétním případě jinak.
- 5.9. Jestliže jde o vady, které nelze odstranit a vady či nedodělky jsou takového charakteru, že podstatně ztěžují užívání předmětu plnění či dokonce brání v jeho užívání, platí, že Objednatel má právo od smlouvy odstoupit.
- 5.10. Reklamace vad musí být doručena Poskytovateli nejpozději poslední den záruční doby, jinak práva Objednatele z odpovědnosti za vady zanikají. Záruční doba v délce dvanácti měsíců začíná běžet datem podpisu předávacího protokolu. Záruka však neběží po dobu, kdy je oznámení vad doručeno Poskytovateli, a to až do odstranění vad.

## **Článek 6 Smluvní pokuty**

- 6.1. V případě prodlení Poskytovatele s plněním předmětu smlouvy v množství dle smlouvy či jejích příloh je Poskytovatel povinen Objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 2 000 Kč, „slovy: dva tisíce korun českých,“ za každý i započatý den prodlení. Stejnou smluvní pokutu je Poskytovatel povinen uhradit, neodstraní-li ve stanovené lhůtě vady plnění.
- 6.2. V případě nenaplnění výše garantované návštěvnosti dle smlouvy je Poskytovatel povinen Objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 7 Kč, „slovy: sedm korun českých“ za každé jedno nenaplněné zobrazení nativní webové stránky.
- 6.3. Za porušení povinnosti mlčenlivosti specifikované v této smlouvě v článku 3, odst. 3.6 a násl., je Poskytovatel povinen uhradit Objednateli smluvní pokutu ve výši 25 000 Kč „slovy: dvacet pět tisíc korun českých“ a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti.
- 6.4. V případě prodlení Objednatele s úhradou dlužné částky je Poskytovatel oprávněn požadovat úrok z prodlení podle nařízení vlády č. 351/2013 Sb.

- 6.5. Úhradou jakékoliv smluvní pokuty podle této smlouvy není dotčeno právo Smluvní strany na náhradu škody vzniklé porušením smluvní povinnosti, které se smluvní pokuta týká.
- 6.6. Smluvní strany se dohodly, že Poskytovatel je povinen Objednateli uhradit nároky vyplývající z titulu porušení Smlouvy na základě smluvních pokut nejvýše do 1 000 000 Kč „slovy: jednoho milionu korun českých bez DPH.“
- 6.7. Splatnost a náležitosti dokladů na úhradu smluvní pokuty či úroků z prodlení se řídí podle čl. 2 smlouvy.

## **Článek 7 Ukončení smlouvy**

- 7.1. Smlouvu lze mj. ukončit písemnou dohodou Smluvních stran, jejíž nedílnou součástí je i vypořádání vzájemných závazků a pohledávek.
- 7.2. Účinnost této smlouvy zaniká také písemným odstoupením od smlouvy v případě podstatného porušení smlouvy jednou ze Smluvních stran. Za podstatné porušení smlouvy ze strany Poskytovatele Smluvní strany sjednávají zejména:
- prodlení Poskytovatele s poskytnutím plnění oproti termínům uvedeným v čl. 1.4 delší než 3 dny,
  - prodlení Poskytovatele s odstraněním vad v záruční době dle čl. 5, odst. 5.8.
  - nedodržení garantovaného zobrazení unikátními uživateli na microsite nativní stránky
- 7.3. Poskytovatel je oprávněn odstoupit od Smlouvy v případě jejího podstatného porušení Objednatel. Za toto podstatné porušení se považuje prodlení Objednatele s úhradou Poskytovatelem vystaveného daňového dokladu (faktury) o více než třicet dnů po dni splatnosti, pokud Objednatel nezjedná nápravu ani do deseti dnů od doručení písemného oznámení Poskytovatele o takovém prodlení se žádostí o jeho nápravu.
- 7.4. Pro zamezení jakýchkoliv pochybností Smluvní strany sjednávají, že oznámení se žádostí o nápravu ve smyslu předchozích odstavců může být doručeno kdykoliv po započetí prodlení jedné ze Smluvních stran.
- 7.5. Smluvní strany se dohodly, že při odstoupení od Smlouvy vylučují použití ustanovení § 2993 občanského zákoníku a zrušením závazku na základě odstoupení z jakéhokoliv důvodu není dotčeno, které bylo řádně a bezvadně poskytnuto a bylo již přijato nebo přijato být mělo a mohlo před účinností odstoupení, jakož i nároky na úhradu ceny za takové plnění. To neplatí, nemají-li již přijatá dílčí plnění sama o sobě pro Objednatele význam.
- 7.6. Objednatel je oprávněn odstoupit od smlouvy, pokud je na majetek Poskytovatele vedeno insolvenční řízení nebo byl insolvenční návrh zamítnut pro nedostatek majetku Poskytovatele, dle zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení, ve znění pozdějších předpisů nebo pokud Poskytovatel vstoupí do likvidace.
- 7.7. Odstoupení od Smlouvy je účinné dnem doručení písemného oznámení o odstoupení druhé Smluvní straně a Smlouva tak zaniká dnem doručení takového oznámení. Nezanikají

však ustanovení, která mají podle zákona nebo této Smlouvy trvat i po zrušení Smlouvy, zejména ustanovení týkající se náhrady škody, smluvních pokut, ochrany informací a řešení sporů.

## **Článek 8 Odpovědnost za škodu, pojištění**

- 8.1. Smluvní strany nesou odpovědnost za způsobenou škodu v rámci platných právních předpisů a Smlouvy. Poskytovatel plně odpovídá za plnění Smlouvy rovněž v případě, že příslušnou část plnění poskytuje prostřednictvím třetí osoby (poddodavatele).
- 8.2. Smluvní strany se zavazují k vyvinutí maximálního úsilí k předcházení škodám a k minimalizaci vzniklých škod.
- 8.3. Poskytovatel se zavazuje nahradit škodu, především navrácením v původní stav, není-li to možné, v penězích. Nahrazuje se skutečně vzniklá škoda a ušlý zisk.

## **Článek 9 Uveřejnění smlouvy a skutečně uhrazené ceny**

- 9.1. Poskytovatel si je vědom zákonné povinnosti Objednatele uveřejnit na svém profilu tuto Smlouvu včetně všech jejích případných změn a dodatků a skutečně uhrazenou cenu za plnění této Smlouvy.
- 9.2. Profilem Objednatele je elektronický nástroj, prostřednictvím kterého Objednatel, jako veřejný zadavatel dle ZZVZ uveřejňuje informace a dokumenty ke svým veřejným zakázkám způsobem, který umožňuje neomezený a přímý dálkový přístup, přičemž profilem Objednatele v době uzavření Smlouvy je <https://nen.nipez.cz>.
- 9.3. Smluvní strany souhlasí s tím, že Smlouva může být bez jakéhokoliv omezení zveřejněna na oficiálních internetových stránkách Objednatele ([www.mmr.cz](http://www.mmr.cz)).
- 9.4. Smluvní strany se dohodly, že v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), smlouvu v registru smluv uveřejní Objednatel.

## **Článek 10 Závěrečná ujednání**

- 10.1. Smluvní strany se dohodly, že jejich závazkový vztah se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem.
- 10.2. Kontaktními osobami pro účely smlouvy jsou:
  - za objednatele: Ing. Lucie Veigertová, [REDACTED]
  - za poskytovatele: Ing. Roman Heřman, [REDACTED]

Smluvní strany jsou oprávněny jednostranně změnit kontaktní osoby nebo jejich kontaktní údaje, na tuto změnu jsou však povinny druhou Smluvní stranu písemně



upozornit elektronickou formou, tj. e-mailem. Tato změna je vůči druhé Smluvní straně účinná ode dne doručení oznámení o změně bez nutnosti uzavírání dodatku ke Smlouvě.

- 10.3. Poskytovatel je ve smyslu ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále „ZFK“), osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů nebo z veřejné finanční podpory, tj. Poskytovatel je povinen podle § 13 ZFK poskytnout požadované informace a dokumentaci kontrolním orgánům (Řídicímu orgánu Operačního programu Technická pomoc Ministerstva pro místní rozvoj ČR, Ministerstvu financí ČR, Evropské komisi, Evropskému účetnímu dvoru, Evropskému úřadu pro boj proti podvodům, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu, příslušnému finančnímu úřadu a dalším oprávněným orgánům) a vytvořit kontrolním orgánům podmínky k provedení kontroly vztahující se k předmětné veřejné zakázce a poskytnout jim součinnost.
- 10.4. Poskytovatel je povinen uchovávat veškeré originální dokumenty související s realizací veřejné zakázky po dobu uvedenou v závazných právních předpisech upravujících oblast zadávání veřejných zakázek, nejméně však po dobu 10 let od finančního ukončení projektu, zároveň minimálně do konce roku 2033. Po tuto dobu je Poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s realizací veřejné zakázky.
- 10.5. Poskytovatel je povinen opatřit každý výstup z veřejné zakázky, pokud je určen pro informování veřejnosti nebo pro cílové skupiny o podpořené operaci včetně jakéhokoliv potvrzení účasti nebo jiného potvrzení, znakem EU spolu s názvem fondu/fondů a programu (viz kapitola 2.2 Příručky pro žadatele a příjemce – k dispozici na: <http://www.dotaceeu.cz/cs/Microsites/op-technicka-pomoc/OPTP-2014-2020/Dokumenty>).
- 10.6. Poskytovatel prohlašuje, že ke dni nabytí účinnosti Smlouvy je s těmito povinnostmi seznámen. V případě, že v průběhu plnění Smlouvy dojde ke změně těchto povinností, je Objednatel povinen o této skutečnosti Poskytovatele bezodkladně informovat.
- 10.7. Veškeré změny Smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků ke Smlouvě odsouhlasených oběma Smluvními stranami, nestanoví-li Smlouva jinak.
- 10.8. Nedílnou součástí Smlouvy tvoří tyto přílohy:

Příloha č. 1:	Technická specifikace předmětu veřejné zakázky
Příloha č. 2:	Nabídka

- 10.9. Smlouva je uzavřena v elektronické podobě a pouze v 1 elektronickém vyhotovení.
- 10.10. Smlouva obsahuje úplné ujednání o předmětu Smlouvy a všech náležitostech, které strany měly a chtěly ujednat, a které považují za důležité pro závaznost smlouvy. Žádný projev stran učiněný při jednání o Smlouvě ani projev učiněný po uzavření Smlouvy nesmí být vykládán v rozporu s výslovným ustanovením Smlouvy a nezakládá žádný závazek žádné ze smluvních stran.

10.11. Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma Smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv.

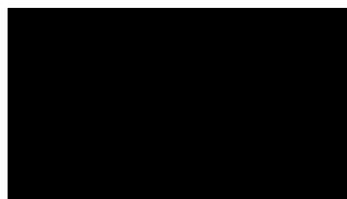
10.12. Smluvní strany prohlašují, že je jim znám celý obsah Smlouvy, a že Smlouvu uzavřely na základě své svobodné a vážné vůle. Na důkaz této skutečnosti připojují své podpisy.

V Praze dne dle data elektronického podpisu

V Praze dne dle data elektronického podpisu

Objednatel:

Poskytovatel:



Ing. Radek Kobza  
ředitel  
Odboru publicity a evaluací fondů EU  
ČR –Ministerstvo pro místní rozvoj

Ing. Roman Heřman  
předseda správní rady  
REMMARK, a. s.

## Technická specifikace a brief veřejné zakázky

### „Tvorba a distribuce internetové nativní reklamy o přínosech fondů EU 2“

#### 1. Kontext and úvod do problematiky

Politika soudržnosti tvoří jeden ze základních pilířů fungování Evropské unie. Její smysl spočívá v podpoře projektů pomáhajících vyrovnávat rozdíly ve vyspělosti regionů, zvyšovat jejich konkurenceschopnost a zlepšovat kvalitu života všech občanů. Finanční pomoc slouží především k podpoře hospodářského růstu a snižování sociálních, ekonomických a environmentálních nerovností mezi státy a regiony. Politika soudržnosti tvoří jeden z hlavních investičních nástrojů Evropské unie již více jak 20 let.

Evropské fondy, z kterých je politika financována, jsou s více než sto padesáti tisíci úspěšných projektů jedním z nejvíce viditelných nástrojů politiky soudržnosti v České republice. I přes určitou administrativní náročnost stále zůstávají významnou součástí českého investičního prostředí a jsou příležitostí pro financování pestré palety projektových záměrů ať již měst a obcí, malých a středních podniků, nebo i neziskových organizací.

Česká republika bude i v následujících letech z fondů EU více peněz čerpat než do nich přispívat. Přehled podpořených projektů je dostupný v Seznamu příjemců, pro laickou veřejnost s přívětivějším zobrazením jako [Mapaprojektu.cz](http://Mapaprojektu.cz).

Přínosy podpořených projektů z evropských fondů jsou vidět všude kolem nás: ať již na cestě do práce nebo školy (například moderními dopravními prostředky nakoupenými s podporou fondů EU, nebo na modernizovaných a bezpečnějších dopravních terminálech, vedle toho velká část investic do páteřní dopravní silniční a železniční sítě je hrazena z fondů EU), ve škole (vybavení většiny učeben se uskutečnilo díky fondům EU, podporovány jsou i inovace ve výuce), při práci (mnoho firem čerpá podporu například na moderní přístrojové vybavení), při návštěvě lékaře (fondy hrají výraznou roli při investicích do lepšího vybavení ordinací a nemocnic) nebo když práci hledáme (nabídky rekvalifikačních kurzů vznikají s podporou EU) či se se vracíme do života (podpora sociálních služeb). Nermalou část tvoří projekty do zlepšení životního prostředí (modernizace čistíček odpadních vod, zavádění moderních technologií šetřící životní prostředí nebo opatření v krajině). Podpora byla věnována i na ochranu kulturního dědictví a památek napříč celou Českou republikou.

Díky možnosti čerpat evropské finance se daří rozvíjet české regiony snadněji a rychleji, než kdybychom nebyli součástí Evropské unie a neměli možnost prostředky čerpat.

V roce 2021 vstoupila Česká republika již do čtvrtého programového období. V předchozích obdobích získala na realizaci projektů přibližně 1,42 bilionu korun, od roku 2022 budou moci příjemci realizovat projekty z období 2021-2027, v němž má ČR možnost využít více jak 500 miliard korun.

Pro podrobnější informace k problematice doporučuje zadavatel nahlédnout do nově aktualizované publikace [Abeceda fondů EU v programovém období 2021-2027](#).

## **2. Současná situace a vnímání tématu fondů EU**

MMR, konkrétně odbor publicity a evaluací fondů EU, jakožto zadavatel veřejné zakázky je mimo jiné odpovědný za komunikaci přínosů politiky soudržnosti / evropských fondů a podpořených projektů. Za tímto účelem realizuje mnoho dílčích komunikačních aktivit – mezi nejvýznamnější patří mediální kampaně ([www.kdefondyEUpomahaji.cz](http://www.kdefondyEUpomahaji.cz)), pravidelná redakční spolupráce s deníky (aktuálně Deník a Blesk), spravuje profily na FB a Instagramu KdefondyEUpomahaji a v neposlední řadě realizuje několik konceptů přímé komunikace – eventy ([akce.kdefondyEUpomahaji.cz](http://akce.kdefondyEUpomahaji.cz)). Pro účely monitoringu a vyhodnocování pravidelně realizuje [dotazníková šetření](#) u široké veřejnosti o povědomí a postoji k EU / fondům EU a znalosti podpořených projektů.

Na základě posledního průzkumu „Evropské fondy 2021“ (CAWI, n=1009a následně došetření kvalitativními metodami), který pro MMR realizovala agentura STEM/Mark bylo zjištěno:

# Shrnutí výsledků – EU fondy

Členství ČR v EU **vnímá pozitivně 39 % dotázaných (příznivci), negativně pak 24 % (odpůrci) a zbylých 37 % (neutrálové)** je někde uprostřed, nebo nedokáží vyjádřit svůj postoj. V porovnání s výsledky ze srpna 2020 vzrostl podíl příznivců o 4 p. b.

Znalost EU fondů se mírně snížila (o 3 p. b.) a je nyní na úrovni února 2019 (94 %).

Co se týče postoje k **EU fondům**, tak **polovina dotázaných má pozitivní názor, třetina neutrální a ostatní (17 %) mají negativní názor**. Cílovou skupinou pro další analýzu jsou respondenti, kteří nemají vyhraněný názor na fondy EU, dále v textu jen Přesvědčitelní. K pozitivnějšímu hodnocení by se lidé přiklonili, pokud by **peníze z EU fondů byly vynakládány užitečněji (do potřebných, smysluplných projektů), byly by lépe dostupné, bez zbytečné byrokracie a méně zneužívané**.

Jako dostupné vnímá informace o fondech EU 29 % respondentů, což je ve srovnání s předchozí vlnou pokles o 10 p. b. **K výraznému snížení došlo i v povědomí o konkrétním projektu, který je financovaný z fondů EU**. Alespoň nějaký projekt si vybaví 45 %, což je méně o 23 p. b. ve srovnání s předchozím šetřením ze srpna 2020.

Možná trochu překvapivě jsou **přínosy evropských fondů** (pro obyvatele ČR, pro region nebo pro osobní život) **hodnoceny lépe než v předchozím období**. V poslední vlně narostl podíl pozitivních hodnocení ve všech 3 sledovaných kategoriích, a to na úkor váhajících respondentů. V srpnu 2020 byl ale zaznamenán velký pokles, výsledky se tedy pomalu přibližují na úroveň roku 2019.

**Důvěra ve využívání peněz z EU fondů není příliš velká. Téměř 60 % lidí se domnívá, že peníze nejsou využívány transparentně**. O opaku je přesvědčena pouze pětina respondentů.

Největší rozdíl mezi oblastmi, do kterých jsou investovány prostředky z peněz EU a do kterých by mělo být investováno, je **péče o nemocné a slabší**. Následuje **zlepšení životní úrovně, podpora zaměstnanosti a také lepší vybavenost a dostupnost záchranného systému**.

Pro podrobnější data odkazuje zadavatel na veřejně přístupnou závěrečnou zprávu šetření zde. Mezi další zdroje o povědomí se řadí šetření Evropské komise [Eurobarometr](#).

## 3. Komunikační cíl a cílová skupina

Komunikačním cílem je **zvýšit znalost podpořených projektů** a především **zvýšit pozitivní vnímání přínosu** projektů podpořených z fondů EU/ fondů EU napříč širokou paletou podporovaných oblastí (viz níže).

Cílovou skupinou jsou občané České republiky (18+, částečně i 15+) napříč celou republikou užívající online média. Pro užší zacílení zadavatel požaduje zaměřit se především na tzv. **skupinu přesvědčitelných**. Ta z celkové široké veřejnosti vylučuje osoby smýšlející rozhodně negativně i rozhodně pozitivně o EU / fondech EU. Podrobnější segmentace a její popis je součástí ZD jako příloha č. 5.

## 4. Předmět plnění veřejné zakázky

Předmětem plnění je **tvorba, realizace a vyhodnocení formátu nativní reklamy** efektivně naplňující nastavený komunikační cíl vůči dané cílové skupině. Plnění bude obsahovat:

- a) strategickou část (příprava obsahové a mediální strategie), příprava obsahu a výroba landing page
- b) realizační část v minimální délce šesti měsíců – nasazení obsahu, průběžné vyhodnocování a optimalizace aktivity jako obsahové tak mediální stránce (vč. testování obsahu); realizační část započne nejpozději do 60 dnů od uveřejnění smlouvy v registru smluv
- c) závěrečné vyhodnocení proběhne do 60 dnů od ukončení realizační části.

Samostatná nativní stránka, kde bude umístěn veškerý obsah, bude k nalezení na veřejně přístupných stránkách minimálně 2 roky od nasazení.

Zpracování obsahu musí být provedeno tak, aby nevyznívalo negativně a nevedlo k silnému negativnímu vymezení u cílové skupiny přesvědčitelných. I proto požaduje zadavatel všechny relevantní výstupy dostávat včas ke konzultaci.

Požadavkem zadavatele je dosažení minimálně garantovaného reache 300 000 čtenářů z cílové skupiny. Za tímto účelem předpokládá, že účastník nabídne pestrou paletu online nástrojů (minimálně PR články a bannery, viz níže) pro dosažení napříč webovými portály s uživateli z popsané cílové skupiny.

## 5. Obsah – komunikační témata

Zadavatel vybral ze široké palety evropskými fondy podporovaných oblastí a aktivit pro komunikaci níže uvedených osm. **Evropské fondy pomáhají prostřednictvím** vybraných tematických námětů.

Následující **komunikovaná témata** jsou rozvedena o příklady podpory z fondů EU.

### 1. Životní prostředí

Ochrana přírody, čistý vzduch, zachování vody v krajině, recyklace, revitalizace městské zeleně

### 2. IZS + zdravotnictví

dostupnost zdravotní péče, nákup přístrojového vybavení a vybavení složek integrovaného záchranného systému

### 3. Bezpečnější a modernější doprava

ekologická veřejná doprava, moderní terminály, haly, parkoviště, cyklostezky, bezpečnost v dopravě, komfort pro cestující

### 4. Vzdělávání

dostupné školství (MŠ, ZŠ, SŠ, VŠ), mimoškolní vzdělávání pro děti a dospělé, věda a výzkum

## 5. Kulturní památky

revitalizace památek, podpora cestovního ruchu, kvalitní trávení volného času

## 6. Přeshraniční spolupráce

Spolupráce obcí a komunit, zlepšování životního prostředí, výzkum a inovace, součinnost záchranných složek, využívání kulturních a přírodních zdrojů

## 7. Rozvoj venkova

inovace v zemědělství, lesnictví a venkovských oblastech, zpracování zemědělských a potravinářských výrobků, zlepšování podmínek pro chov hospodářských zvířat

## 8. Podnikání

nové technologie, digitalizace a inovace, snížení energetické náročnosti, sociální podnikání, podpora zaměstnání znevýhodněných osob.

Výčet může být doplněn na základě vlastní rešerše a doporučení vybraného dodavatele, nicméně finální obsah podléhá schválení zadavatele.

### Povinná publicita

Nativní stránka a všechny relevantní výstupy budou obsahovat logolink Operačního programu Technická pomoc a Ministerstva pro místní rozvoj (dodá zadavatel). Nativní stránka bude označena odpovídajícím způsobem jako komerční spolupráce dle interních pravidel účastníka.



EVROPSKÁ UNIE  
Fond soudržnosti  
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

Zadavatel v rámci svých dalších aktivit realizuje akce pro širokou veřejnost, budou-li se slučovat s konceptem dodavatele, může využít odkaz k propojení webových stránek Dotace EU ([akce.kdefondyEUpomahaji.cz](http://akce.kdefondyEUpomahaji.cz)), případně na jinou webovou stránku zadavatele, kterou v průběhu plnění veřejné zakázky zadavatel určí.

## 6. Dílčí parametry spolupráce

### 6.1 Microsite

Dodavatel navrhne koncept nativní stránky a další nativní formáty (minimálně PR články a bannery), jejich umístění a rozsah, které odprezentuje v průběhu šesti měsíců. Dále zajistí přípravu a redakční zpracování veškerého obsahu, včetně zpracování komentářů a revizí

zadavatele. Finální podoba bude předmětem diskuze s vybraným dodavatelem na základě jejich nabízeného návrhu.

Minimální garantovaná návštěvnost bude činit 300 000 zobrazení unikátními uživateli na microsite nativní stránky, přičemž tematické oblasti budou rozloženy rovnoměrně, a jedna tematická oblast může tvořit nejvíce 20 % konverzních leadů podle oblastí. Celkový počet zobrazení bude očištěn o bounce rate (míry okamžitého opuštění). Zobrazení samotných bannerů a PR článků a případných dalších podpůrných formátů vedoucích k přečtení obsahu nativní stránky se nezapočítávají do celkového součtu zobrazení na microsite. Zadavatel zajistí webhosting stránky, součástí plnění budou i poplatky za případnou doménu a náklady spojené se zajištěním autorských a výkonem licenčních práv (viz článek č. 4 přílohy č. 3\_Závazného návrhu smlouvy).

## 6.2 Podklady, které zajistí zadavatel

Zadavatel nabízí ke zpracování konceptu dodavatele následující podklady, které dodavatel může, ale nemusí využít:

- I. **Seznam projektů** s registračními čísly a názvy, které má pro své účely fotograficky zdokumentované a může je na základě licence postoupit k dalšímu zpracování.
- II. **Odkaz na videa s natočenými projekty**, které na základě licence může postoupit k dalšímu zpracování.

Nevyužije-li dodavatel výše uvedené možnosti, dodavatelem navrhované projekty musí být vždy předem schváleny zadavatelem. Podklady zadavatele (fotografie a videa) mohou tvořit pouze 50 % celkového nasazovaného obsahu, zbylé podklady si dodavatel zajistí sám v rámci plnění této veřejné zakázky (nelze přejímat obsah třetích stran). Dodavatel zajišťuje veškerou komunikaci s realizátorem projektu/příjemcem dotace.

- III. **Odkaz na Mapu projektů**, ze které dodavatel může využít pouze projekty z programového období 2014-2020.

Návrhy obsahu, popř. jejich jednotlivých částí, budou zadavateli dodavatelem zaslány **nejpozději 14 dnů před spuštěním kampaně**, PR články a ostatní formáty zašle dodavatel alespoň 5 dní před jejich nasazením kampaně. Na předloženém návrhu bude provedena jazyková, typografická i grafická korektura. Zadavatel se následně k návrhu vyjádří a dodavatel zpracuje revize.



Zadavatel požaduje plnou autorizaci konečného znění textové části. Bez autorizace není možné obsah vydat.

Dodavatel zvolí rozměrově nejvhodnější texty a obrázky. Výsledné formáty budou přizpůsobené formátům či stylům webových stránek a responzivní i pro **mobilní zařízení**, aby dosáhly kvalitního uživatelského dojmu. Dodavatel může v průběhu realizace upravovat obsah pro zvýšení efektivity dosahu.

### **6.3 Parametry pro PR články**

Dodavatel pro PR články použité k nativní reklamě zvolí takové webové stránky, které jsou atraktivní, mají nejvyšší potenciál zasáhnout cílovou skupinu, zajistí zvýšení povědomí a pozitivní vnímání přínosů evropských fondů. Minimální požadavky pro Vydavatele (dle definice SPIR) je návštěvnost min. 4 000 000 unikátních návštěvníků měsíčně (data dle Netmonitor, za období červen 2022). Dodavatel doloží sociodemografickými a případně dalšími daty překryv jeho uživatelů s cílovou skupinou.

Z webových stránek, na kterých se mohou zobrazovat reklamní formáty, musí být vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny pod následujícím odkazem [www.nelez.cz/](http://www.nelez.cz/) případně další dezinformační weby identifikované objednatel.

## **8. Monitoring a vyhodnocení kampaně**

Účastník v nabídce popíše návrh evaluace navrženého konceptu / komunikační aktivity s důrazem na sběr a vyhodnocení dat v rovině kvantitativní i kvalitativní, kterou sám provede.

Dodavatel bude e-mailem každý měsíc průběžně informovat kontaktní osobu zadavatele o základních statistikách návštěvnosti článků na webu (min. počet zobrazení, případně podrobnější data vedoucí k potvrzení čtenosti článků). Zadavatel očekává součinnost dodavatele po celou dobu realizace při úpravách, aby došlo k co největší efektivitě při naplnění cílů.

Dodavatel dále zajistí pro účely auditu přístup k datům, po dobu zpřístupnění webu, tzn. minimálně 2 roky od nasazení.

Po skončení plnění a naplnění podmínek zobrazení, nejpozději však do 60 dnů, dodavatel vyhotoví závěrečnou zprávu, kde budou uvedena data o návštěvnosti nativní stránky (počet zobrazení, zásah cílové skupiny s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá, průměrnou délku uživatele na microsite stránky, chování návštěvníků na stránce, např. hotjar a míru okamžitého opuštění). V případě odkazů a bannerové reklamy na nativní stránku počet prokliků, eventuálně podrobnější data vedoucí k potvrzení čtenosti článků. Dále

dodavatel doloží printscreeny všech výstupů. Zadavatel závěrečnou zprávu schválí vyhotovením akceptačního protokolu, který podepíše obě smluvní strany. Až po oboustranné akceptaci je možná fakturace.

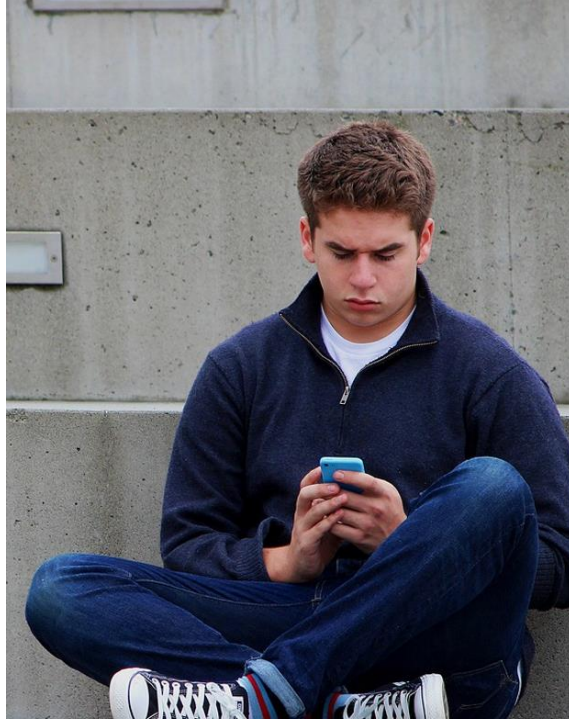
**Tvorba a distribuce  
internetové nativní reklamy  
o přínosech fondů EU**

# Obsah

1. Cíl a východiska
2. Koncept & distribuční ekosystém *(strategická část)*
3. Ukázky zpracování komunikačních návrhů *(realizační část)*
4. Monitoring a vyhodnocení *(vyhodnocovací část)*
5. Investice a garance zásahu

# **Cíl a východiska**

Komunikačním cílem je **zvýšit znalost podpořených projektů** a **především zvýšit pozitivní vnímání přínosu projektů** podpořených z fondů EU napříč širokou paletou podporovaných oblastí.



Cílová skupina

## Přesvědčitelní

76 % z obecné populace starších 15 let napříč celou Českou republikou, resp. **30 % z této skupiny**, kteří z hlediska sociodemografických a dalších charakteristik **nejvíce splňují potenciál ke splnění komunikačního cíle.**

Lidé, kteří nevnímají fondy EU příliš pozitivně ani příliš negativně. Segmenty cílové skupiny pro lepší pochopení a konkrétní komunikační návrhy dělit na *Pracující optimisty, Lhostejné, Introvertní mladé a Vitální staršího věku.\**

\*Průzkum Evropské fondy 2021, realizovaný agenturou STEM/MARK

# **Koncept & Ekosystém**



Explicace – výběr formátu

# Seznam Native

Pro naplnění komunikačního cíle navrhujeme využít formát nativní reklamy Seznam Native.

## Klíčové charakteristiky

- ✓ přirozená a snadná konzumace obsahu
- ✓ atraktivní vizuální zpracování
- ✓ kvalitní zásah
- ✓ široká distribuce napříč nejčtenějšími weby\*
- ✓ důvěryhodné médium
- ✓ uživatelská oblíbenost

\*NetMonitor, Online data: Seznam.cz, Seznamzpravy.cz a Novinky.cz mají nejvyšší počet zobrazení na českém internetu

# Seznam Native

Obsah tvořený v Seznamu ve spolupráci se zadavatelem

Seznam Native pomáhá zadavateli vyprávět příběhy a informovat čtenáře o zajímavých tématech.



Rozpalte na grilu celý svět



Zůstaňte na síti v bezpečí

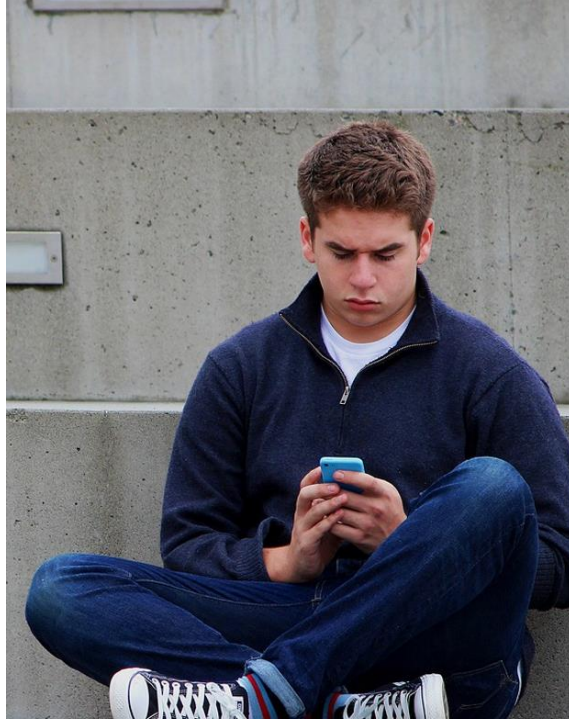


Chytrá slepecká hůl i mluvící zastávka



Léto v Rakousku





Explicace – výběr formátu

# Seznam Native

Proč a jak pomůže přesvědčit Přesvědčitelné?

- ✓ všichni konzumují online obsah na webech Seznamu a z výzkumu vyplývá, že obsah na zpravodajských webech může hrát klíčovou roli v pozitivní změně vnímání evropských fondů
- ✓ formát umožňuje předat všechny klíčové komunikační prvky pro každý ze segmentů

**Příklady obsahu, které je možné ve formátu efektivně zpracovat**

**Pracující optimisté** – příklady realizovaných projektů prostřednictvím příběhů, včetně interaktivních ukázek „před a po“

**Introvertní mladí** – autentické příběhy s reálným přínosem a skutečně důležité informace na jednom (online) místě

**Vitální staršího věku** – přehledné ukázky realizovaných lokálních projektů včetně celého procesu s důkazy (včetně infografik a statistik), že projekty skutečně pomohly konkrétním lidem

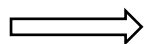
**Lhostejní** – představení velkého množství realizovaných projektů včetně souhrnných statistik o využívání prostředků EU

Koncept

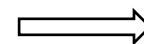
# Naše Česko

Připravíme **interaktivní mapu Česka**, která bude zároveň fungovat i jako **rozcestník na jednotlivá témata**. Uživatel si bude moci na mapce vybrat, jaké téma ho zajímá, čímž se mu otevře samostatný článek (Seznam Native). Každý ze samostatných článků bude **obsahovat zajímavě zpracované téma či silný příběh**, který bude reflektovat komunikační cíl. U každého tématu zdůrazníme, kde a jak **konkrétně pomáhají peníze z Evropské unie** a přidáme důležité informace, které podpoří pozitivní vnímání fondů EU.

Výběr relevantního publika



Kvalitní zásah a interakce



Podpora dalších sdělení

Cílení skrze obsahové upoutávky, banners a PR články

SEZNAM.CZ

Novinky.cz Seznam Zprávy |

GARÁŽ.CZ SPORT.CZ

SUPER.CZ PROŽENY



### Naše Česko

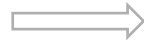
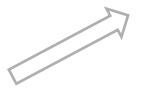
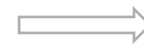


Seznam Native Seznam Zprávy |



### Jednotlivá témata s vlastní distribucí

Životní prostředí	IZS + zdravotnictví
Doprava	Vzdělávání
Kulturní památky	Přeshraniční spolupráce
Rozvoj venkova	Podnikání



Web (Dotace EU aj.)



Retargeting\*

SKLIK.cz

RTB

Meta

\*Z obsahových formátů lze tvořit publika pro další komunikaci prostřednictvím retargetingu, který není součástí nabídky nativní reklamy.

Explikace

# Komunikační a mediální strategie

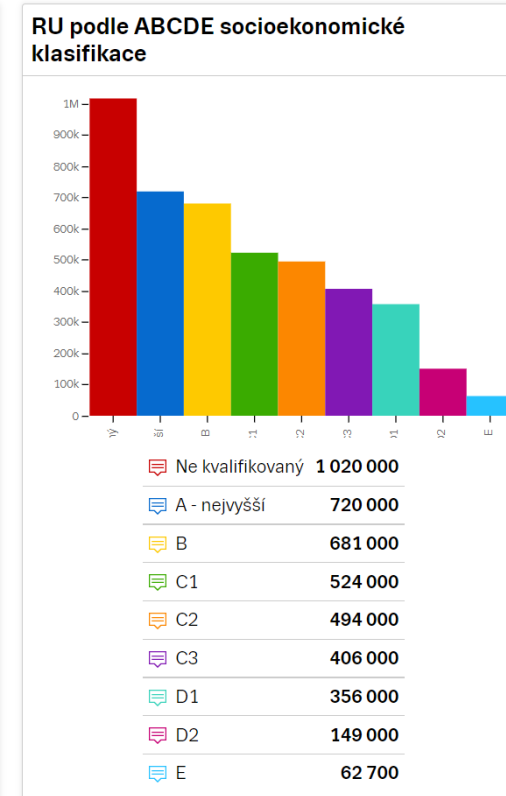
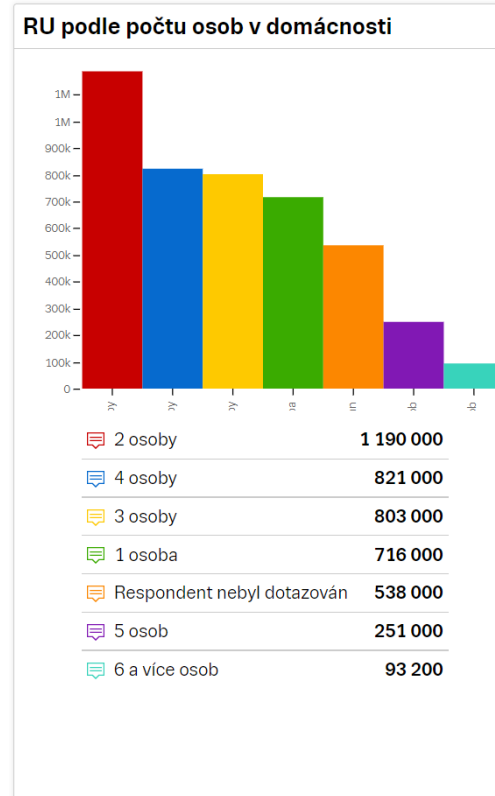
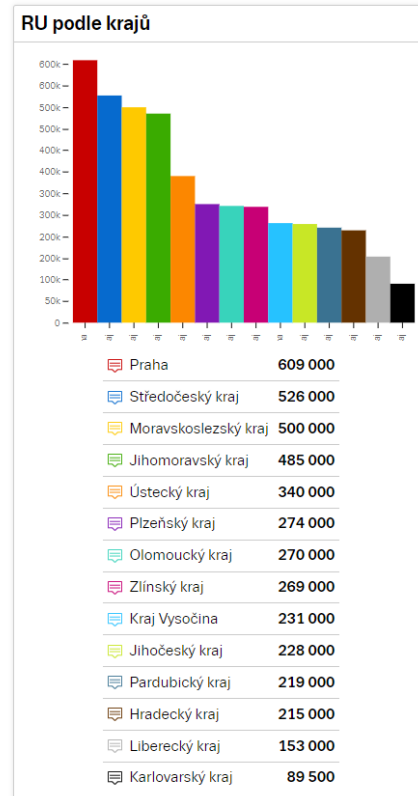
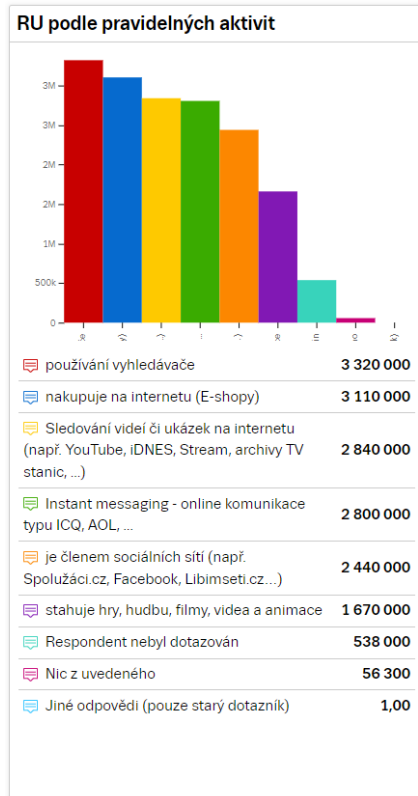
Pro splnění komunikačního cíle je zvolen Seznam Native, který naplňuje potřeby cílových skupin z hlediska formátu (více rozepsáno na snímku č. 8) a zároveň splňuje požadavky zadavatele na zásah unikátních uživatelů.

Jako hlavní komunikační kanál pro umístění obsahu byl na základě zadání zadavatele, potřeb cílové skupiny a uživatelských dat zvolen server **Seznam Zprávy**. Zpravodajský portál Seznam Zprávy splňuje všechny požadavky zadavatele mj. dle 6.3. přílohy č. 1. ZD. V rámci distribuce obsahu budou využity také další weby, konkrétně domovská stránka Seznam.cz a servery Novinky.cz, Proženy.cz, Garáž.cz, Sport.cz a Super.cz. Využití těchto webů bude reflektovat komunikovaná témata a také výkonnost upoutávek z hlediska kvality návštěv.



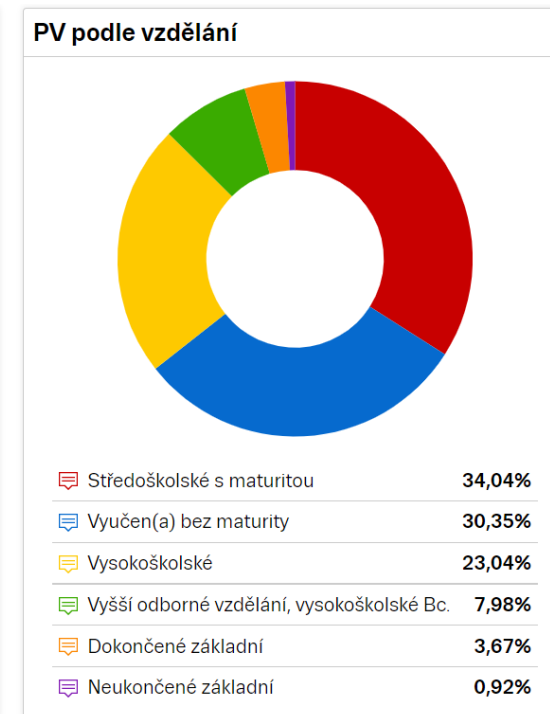
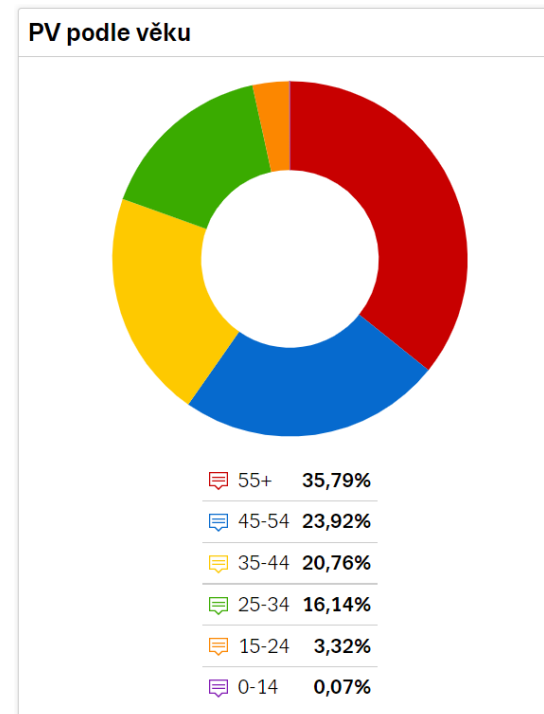
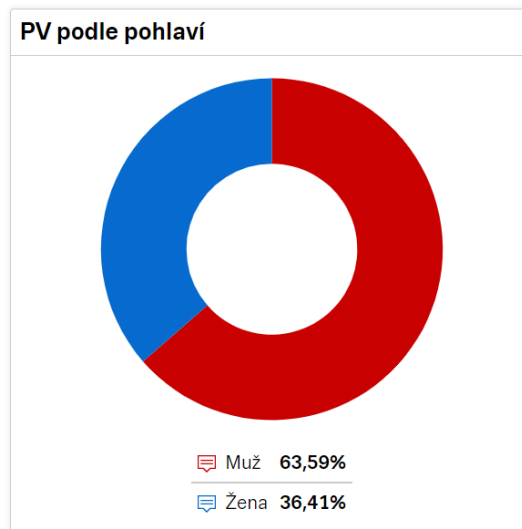
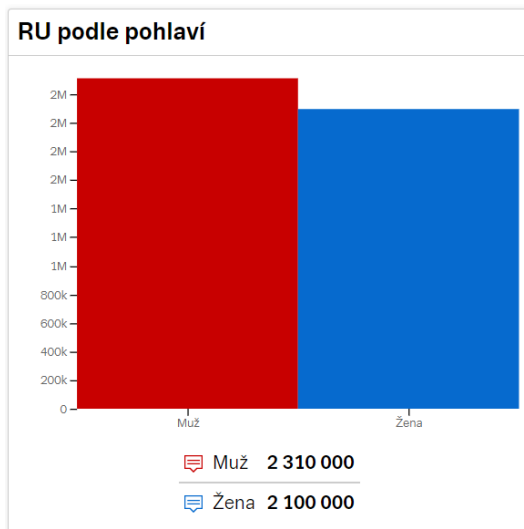
## Seznam Zprávy (zdroj Netmonitor říjen 2022)

# Návštěvnost a sociodemografie



Seznam Zprávy (zdroj Netmonitor říjen 2022)

# Návštěvnost a sociodemografie\*



\*Z návštěvnosti a sociodemografie portálu Seznam Zprávy a k ZD přiložené zprávy STEM/MARK je patrné, že cílové skupiny čtenářů Seznam Zprávy a cílové skupiny Přesvědčitelných se významně překrývají.

**Ukázky  
zpracování  
komunikačních  
návrhů**



Koncept - explikace

# Naše Česko

Uživatel se do jednotlivých příběhů z regionů dostane pomocí interaktivního rozcestníku. Ten jej povede na obsah týkající se konkrétního projektu, který se povedlo zrealizovat i díky **financím z Evropské unie**. Přidáme také konkrétní statistiky týkající se čerpání prostředků z EU a počtu škol, památek a dalších projektů, které se již podařilo opravit či nově zbudovat. Součástí obsahu budou i profesionální fotografie, které **prohloubí zážitek ze čtení**.

Příkladem příběhu z regionu je reportáž o hasičích z Olomoucka. Strávíme jeden den s hasiči a přiblížíme, o jak záslužnou a náročnou práci jde. Vysvětlíme také, **jak konkrétně pomáhají hasičům peníze z Evropské unie**. Přiblížíme také pohled hasičů na to, jak by jejich práce vypadala, kdyby finanční dotaci neobdrželi.

Každé z témat bude mít i **vlastní distribuční podporu**, bude tedy fungovat i samostatně bez nutnosti začínat prostřednictvím rozcestníku.

Interaktivní mapka coby rozcestník umožní projekt do budoucna **snadno rozšiřovat** o nové projekty a tím celý projekt **znovu oživit a přiblížit čtenářům**.

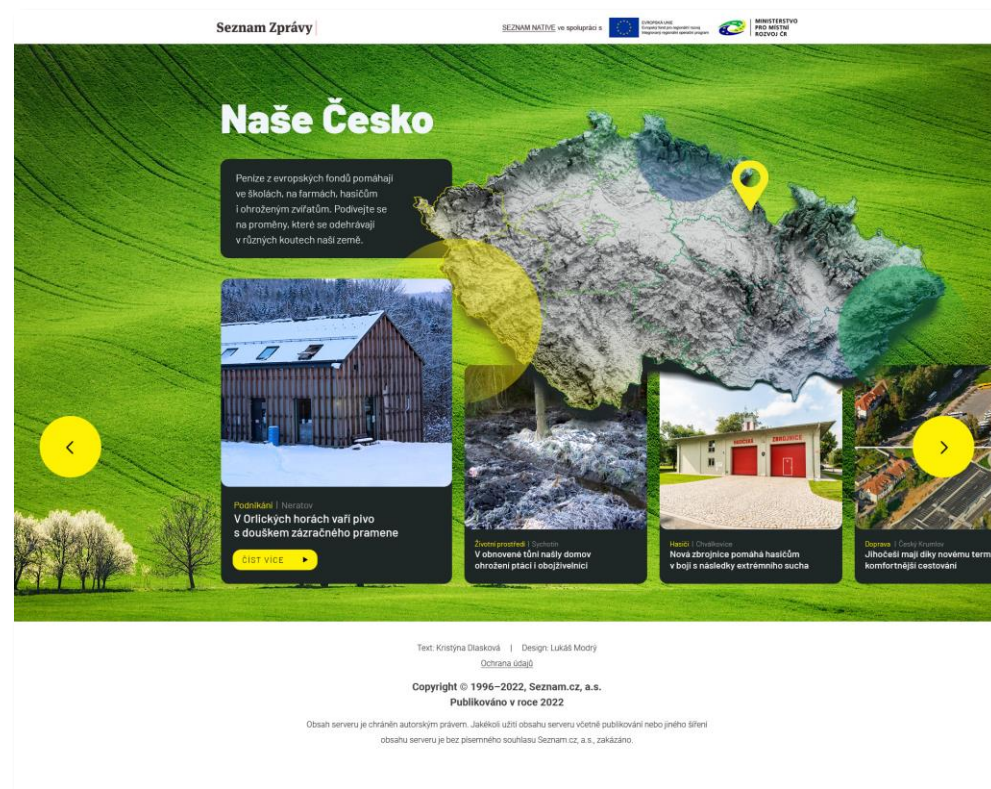
Koncept – návrh zpracování

# Naše Česko

[odkaz pro větší rozlišení](#)



[odkaz pro větší rozlišení](#)



\*Jedná se o grafický a obsahový návrh, který bude následně (po konzultaci se zadavatelem) rozpracován do finální podoby, která bude mj. označena správnou publicitou EU fondů dle Manuálu.

# Komunikační návrhy témat\* s příklady rozvoje konceptů

**Životní prostředí** - U Čechů obecně rezonuje téma ochrany přírody. Navrhujeme proto zvolit téma úbytku lesů či extrémního sucha. Do obsahu zařadíme relevantní odborníky, data a statistiky, které podpoří sdělení. Přidáme informace, kolik financí putuje každoročně z EU na ochranu životního prostředí v Česku.

**IZS a zdravotnictví** - Navrhujeme vytipovat silné příběhy hasičů, záchranářů, policistů nebo zdravotníků. Přiblížíme jejich profesi, každodenní rutinu i krizové situace, starosti a překážky, se kterými se musí vypořádat. Přidáme informace, kolik financí putuje každoročně z EU do IZS a zdravotnictví.

**Bezpečnější a modernější doprava** - Navrhujeme Native, který čtenářům nabídne pohled do minulosti. Zmíníme, jak se proměnila veřejná doprava, haly jako vlaková či autobusová nádraží i způsob plateb. Na fotografiích porovnáme, jak vypadalo konkrétní nádraží před x lety a jak dnes. Přidáme informace, kolik financí putuje z EU na dopravu v Česku.

**Vzdělávání** - Vytipujeme zajímavý příběh vědce či vědkyně, popíšeme jejich přínos, případně vynález nebo jejich profesní cestu ve vědě. Přidáme informace, kolik financí putuje na vědu a výzkum a případně i to, jak konkrétní vědkyně či vědec může pracovat i díky financím z EU.

**Kulturní památky** – Vybereme cennou historickou památku se zajímavým příběhem a popíšeme, jak je postupně rekonstruována. Popíšeme příběh majitele, ale i památky. Přidáme informace o EU a dotacích, díky kterým se podařilo památku opravit.

**Rozvoj venkova** - Vybereme drobného zemědělce, který s respektem pečuje o českou krajinu. Popíšeme jeho příběh, jak pracuje a proč se rozhodl jít jinou než konvenční cestou hospodaření. Zdůrazníme, kolik evropských peněz putuje do českého zemědělství.

**Podnikání** - Vybereme zajímavý příběh ze sociálního podnikání, který bude u čtenářů rezonovat. Může jít o kavárnu, farmu nebo pivovar, které zaměstnávají lidi znevýhodněné na pracovním trhu. Zdůrazníme, kolik evropských peněz plyne do této sféry a obecně do podnikání v Česku.

**Přeshraniční spolupráce** - V rámci Nativu budeme vyprávět příběh konkrétního místa, kam plynou peníze z evropských fondů. Vysvětlíme také, v čem tkví přeshraniční spolupráce a její výhody. Přidáme informace o tom, u jakých konkrétních projektů EU podpořila tyto vazby a v jaké finanční výši.

\*Konkrétní podoba zpracování jednotlivých témat bude stanovena za základě komunikace se zadavatelem.



V Orlických  
horách vaří pivo  
**s douškem  
záračného  
pramene**



**Farář probudil  
opuštěný Neratov k životu**  
Nový domov i práci v něm našli

V Orlických  
horách vaří pivo  
**s douškem  
záračného  
pramene**



### Farář probudil opuštěný Neratov k životu

Nový domov i práci v něm našli  
hendikepovaní lidé



V PODNÍCÍCH SDRUŽENÍ  
NERATOV PRACUJE TĚMĚŘ  
300 LIDÍ, OVŠEM POLOVINA  
Z NICH MÁ NĚJAKÝ DRUH  
MENTÁLNÍHO NEBO FYZICKÉHO  
HENDIKEPU.

Takoví lidé by jinak našli uplatnění  
na pracovním trhu jen velmi obtížně.  
V Neratově pletou košíky, vyrábějí  
keramiku, pečují o rostliny v zahradnictví  
a posledních pět let také vaří pivo.

V Neratově v Orlických horách stál před  
40 lety jen zpuslý kostel a několik chat.  
Místo učarovalo faráři Josefu Suchároví,  
kterému byl kostel svěcen pod  
podmínkou, že do orlickohorské vesničky  
vrátí život. Vesnice v Sudetech totiž po  
odsunu německých obyvatel po druhé  
světové válce osiřela. Za posledních 30 let  
zde s nadšenci a dobrovolníky vybudoval  
komunitu lidí, kteří spolu s mentálně  
i fyzicky hendikepovanými pracují  
v dílnách a podnikách včetně pivovaru.

PRAMEN, KTERÝ VYVĚRÁ  
U MÍSTNÍHO KOSTELA, JE  
DŮVODEM, PROČ SE NERATOV  
STAL OBLIBENÝM POUTNÍM  
MÍSTEM.

Jeho doušek je v každé várce  
píva, které tu Neratovští vaří už  
pět let. Myšlenky na zbudování  
pivovaru ale mají kořeny už  
v 18. století, kdy chtěli pramen  
pro výrobu piva využít servitě.  
Katolický řád se svým záměrem  
ale neuspěl, protože nedostal  
právo várečné.

Ukázka zpracování tématu\*

# Podnikání

Příběh pivovaru, který i díky dotacím z  
evropských fondů pomohl sociálnímu podniku  
přežít v krizových letech. Do obsahu  
zakomponujeme citace konkrétních  
zaměstnanců, kteří díky sociálnímu podniku  
mohou pracovat. Vizuál vychází z loga klienta,  
dále pracujeme s fotkami a drobnými  
interaktivitami „před a po“.

[Odkaz pro kompletní  
zobrazení](#)

\*Jedná se o grafický a obsahový návrh, který bude  
následně (po konzultaci se zadavatelem) rozpracován  
do finální podoby





## Příklady zpracování dalších témat

### Podnikání

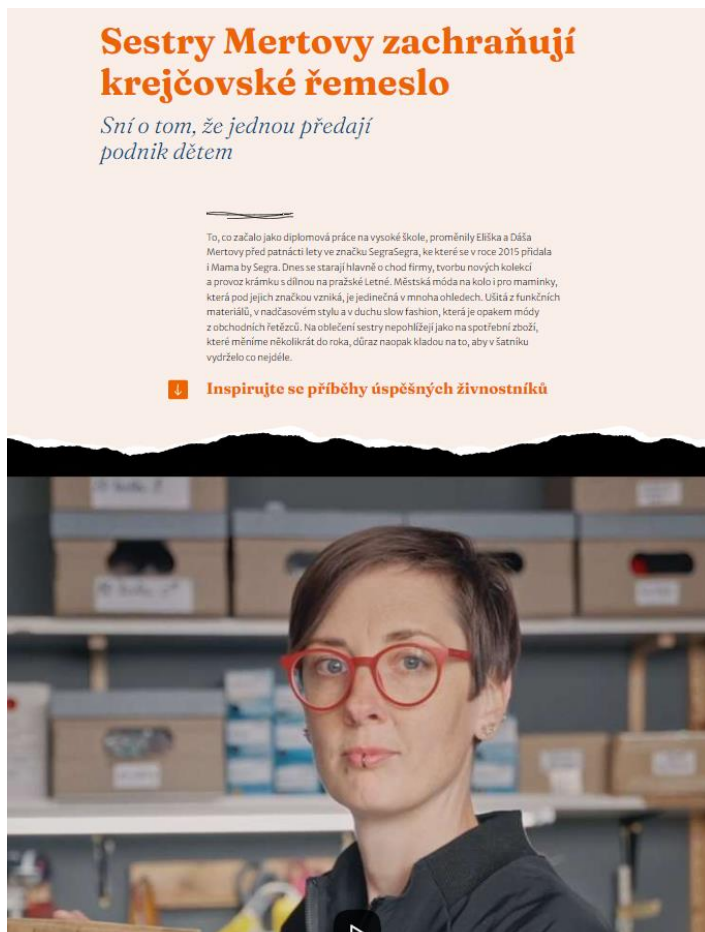
[Odkaz pro zobrazení existujícího projektu](#)

### Rozvoj venkova

[Odkaz pro zobrazení existujícího projektu](#)

### Památky

[Odkaz pro zobrazení existujícího projektu](#)



**Sestry Mertovy zachraňují krejčovské řemeslo**  
*Sní o tom, že jednou předají podnik dětem*

To, co začalo jako diplomová práce na vysoké škole, proměnily Eliška a Dáša Mertovy před patnácti lety ve značku SegraSegra, ke které se v roce 2015 přidala i Mama by Segra. Dnes se starají hlavně o chod firmy, tvorbu nových kolekcí a provoz krámků s dílnou na pražské Letné. Městská móda na kolo i pro maminky, která pod jejich značkou vzniká, je jedinečná v mnoha ohledech. Ušitá z funkčních materiálů, v načasovém stylu a v duchu slow fashion, která je opakem módy z obchodních řetězců. Na oblečení sestry nepohlížejí jako na spotřební zboží, které měníme několikrát do roka, důraz naopak kladou na to, aby v šatníku vydrželo co nejdéle.

**Inspirujte se příběhy úspěšných živnostníků**



**OBJEVTE ZPŮSOB, JAK UZDRAVIT KRAJINU**

Ekologické zemědělství

Ceská republika se nachází v mírném pásu s typickým střídáním čtvera ročních období. Když se tu kdysi praotec Čech rozhodl usadit, udělal to podle legendy proto, že šlo o velmi úrodný kraj situovaný na krásném místě v srdci Evropy. Rozumný hospodář, který pečoval o krajinu po staletí, věděl, jak s půdou nakládat, aby zůstávala úrodná a plná života. Střídal plodiny a vyzíval půdu hnojem, a tak do ní navracel potřebné živiny.

Nástup průmyslového zemědělství spolu s politickým vývojem vedly k devastaci přírodních zdrojů a krajiny.



**ŠTASTNÝ ŽIVOT V KLÁŠTEŘE**  
DVA KAMARÁDI OBJEKT PŘESTAVĚLI NA DOMOV PRO SENIORY

## Příklady zpracování dalších témat

### Vzdělání

[Odkaz pro zobrazení existujícího projektu](#)

Děti a peníze

## Provedte své žáky světem financí



Měsíční kapesné se v českých domácnostech pohybuje v řádech stokorun. **Většina dětí ale neumí s penězi dobře hospodařit.**

Děti, které rodiče a učitelé vedou k finanční gramotnosti, dokážou své peníze šetřit a zároveň je rozumně utráčet. **Jak je ale vzdělávat o penězích?**

**Poradíme vám, jak děti provést světem financí s lehkostí, zajímavě a zábavně.**



**Jsem učitel/ka na základní škole**

Co můžu udělat pro budoucnost svých žáků?

- Začněte do výuky tématu týkající se finanční gramotnosti.
- Naučte děti, jak zacházet s penězi, jak šetřit, investovat a vyhýbat se nevýhodným půjčkám.

Nevíte, jak na to? Pokračujte ve čtení, připravte si jame pro vás několik témat a příběhy, které jsou určené pro děti starší 10 let. Můžete je rovnou využít ve výuce.



**Jsem rodič školáků**

Co pro své děti mohu udělat?

- Děvejte jim kapesné a přilijte nekontroluje, za co je utrácít.
- Mluvte s nimi o rodném rozpočtu, nutných výdajích i o tom, proč je dobré si čas peněz ušetřit. Jen tak můžou děti naučit zacházet s penězi.

Pokud nevíte, jak na to, pokračujte ve čtení. Připravte si jame pro vás několik témat a příběhy, které jsou určené pro děti starší 10 let. Můžete je rovnou využít ve výuce.

### Věda

[Odkaz pro zobrazení existujícího projektu](#)

## KDYŽ PLASTY POMÁHAJÍ: DOVEDOU LÉČIT I ČISTIT VODU

Chemie je všude okolo nás. Ve vzduchu, vodě, zemi nebo v jídle. Jsme naživu díky biochemickým reakcím, každý z nás je po celý svůj život malou chemickou továrnou. A plasty, které mají za sebou více než 150 let historie, jsou nedílnou součástí našich životů.

Kdo se vyzná v chemii, ví, jak náš svět funguje. Vídět volíme za to, že můžeme žít dlouhě a kvalitně, léčit nemoci, pít čistou vodu nebo vyvíjet nové materiály, které šetří životní prostředí.

Takovými materiály jsou i plasty, ze kterých nevznikají jen všudypřítomné igelitky a tašky, kterými lidé plývají. Díky odolným plastovým materiálům můžeme jezdit v úsporných autech, objevovat vesmír, zachraňovat životy umělými srdci, číst na displejích nebo nosit funkční oblečení. Plasty jsou všude a neustále přibývá možnost, kde nacházet uplatnění. Není divu, že někteří vědci plasty označují za materiál 21. století.

Mohou odolat teplotě, jsou tvrdé, pružné, snadno formovatelné a pevné. Dají se recyklovat a opakovaně používat. Když se dostanou do rukou zapálených chemiků, společně dokážou velké věci.

Základními stavebními prvky plastů jsou polymery. Ty mohou sloužit pro vývoj biopaliv, čištění vody nebo léčení nádorů.



**PŘEČTĚTE SI PŘÍBĚHY MLADÝCH CHEMIKŮ**

### Životní prostředí

[Odkaz pro zobrazení existujícího projektu](#)

Proč je voda tím **nejdůležitějším**, co máme?

Země bez vody +

**Voda je zdrojem života a má natolik jedinečné vlastnosti, že se bez ní nedá žít, podobně jako bez vzduchu.**

Jde o nejrozšířenější surovinu na Zemi. Voda tvoří až dvě třetiny povrchu naší planety. Jenže voda z krajiny z různých důvodů mizí a ubývá. Stává se z ní cenná komodita, jejíž hodnota bude růst.

Sucho Česko trápí už dlouho, a tím ani jeden deštivější rok nepomůže. Podle vědců v současnosti zažíváme nejsušší roky za posledních 500 let. Sucho ztěžuje práci zemědělcům, ničí lesy, způsobuje plamennosti křišťál i ideální podmínky pro kůrovce. Někteří v extrémním suchu vysychejí i hlubinné vrty v obcích. Jak udržet vodu v krajině? A jak se dá vodou šetřit?

**603 750 000 m<sup>3</sup>\***

Tolik se za rok v Česku vyrobí pitné vody. Skoro stejně vody má vodní dílo Orlik.

\* Zdroj: Voda. Obdobová statistika o tom, proč je voda národním bohatstvím. Národní zemědělské muzeum

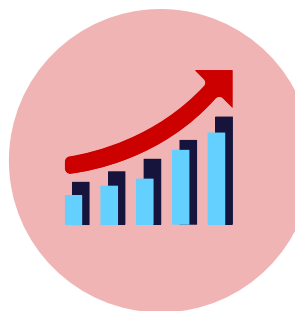
Jedním z řešení, jak zachránit vodu v krajině, jsou mokřady. Ty byly v minulosti

# **Monitoring a vyhodnocení**



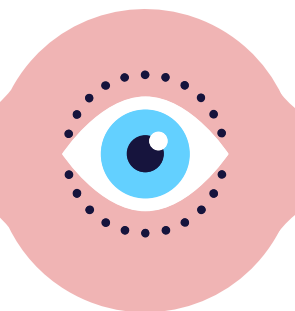
# Způsoby vyhodnocení úspěšnosti

V každém článku sledujeme kvantitativní i kvalitativní metriky a průběžně optimalizujeme poutání na obsah (distribuci) a obsahovou část tak, abychom docílili co nejlepších výsledků.



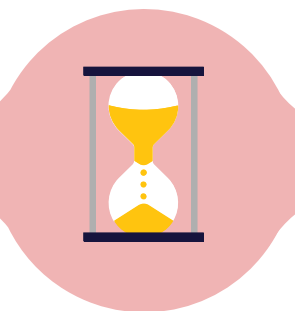
Distribuce

Optimalizací různých formátů textových upoutávek zajišťujeme kvantitu i kvalitu návštěv



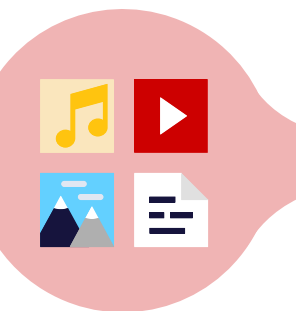
Počet zobrazení

Pro každý článek **garantujeme** minimální počet zobrazení



Čas

Průměrný čas strávený s obsahem uživateli je **klíčová metrika úspěchu**



Interakce

Sledujeme **počet interakcí s obsahem** (kliky, využívání interaktivních prvků, zhlédnutí aj.)



Další akce

Zajímá nás, jak a kam se **lidé proklikávají z obsahu** a jaká je kvalita těchto návštěv

# **Investice a garance zásahu**

# Investice a garance

Formát: Téma	Garance zobrazení unikátními čtenáři	Cena (kompletní, včetně výroby)	
Seznam Native: Životní prostředí		300 000 Kč	
Seznam Native: IZS + zdravotnictví		300 000 Kč	
Seznam Native: Bezpečnější a modernější doprava	Maximálně 20 % z celkového zobrazení unikátními uživateli. Minimálně 40 000 zobrazení jednoho článku unikátními uživateli.	300 000 Kč	
Seznam Native: Vzdělávání		300 000 Kč	
Seznam Native: Kulturní památky		300 000 Kč	
Seznam Native: Přeshraniční spolupráce		300 000 Kč	
Seznam Native: Rozvoj venkova		300 000 Kč	
Seznam Native: Podnikání		300 000 Kč	
Seznam Native: Rozcestník		/	200 000 Kč
<b>CELKEM</b>		<b>425 000 zobrazení unikátními čtenáři*</b>	<del>2 600 000 Kč</del> <b>2 000 000 Kč</b>

\*Očištěno o bounce rate.

gitálně podepsal  
g. Roman  
man  
tum: 2022.11.11  
:52:40 +01'00'