
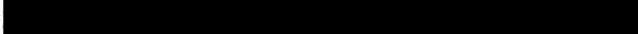



**SMLOUVA O REKLAMĚ A PROPAGACI**

uzavřená ve smyslu § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, v platném znění
mezi těmito smluvními stranami:

1. Obstaravatel: **Berani Zlín, s. r.o.**
se sídlem: Březnická 4068, 760 01 Zlín
zastoupen: Robertem Hamrlou, jednatelem společnosti
bank.spojení: 
IČ: 
DIČ: 
Zapsáno v Obchodním rejstříku u Krajského soudu v Brně oddíl C, vložka 34097
(dále jen Klub)
2. SMZ: **statutární město Zlín**
se sídlem: nám. Míru 12, 760 01 Zlín
zastoupeno: Jana Bazelová, náměstkyně primátora
ve věcech technických: Tomáš Melzer, Odbor tiskový a cestovního ruchu MMZ
odpovědný útvar: Odbor tiskový a cestovního ruchu MMZ
bank. spojení: 3048982/0800
IČ: 00283924
DIČ: CZ 00283924
(dále jen SMZ)

I.**Předmět smlouvy**

1. Předmětem smlouvy je závazek Klubu k provedení **reklamní a propagační činnosti** dle zadání a ve prospěch SMZ v rozsahu dle přílohy č. 1 a 2 této smlouvy a závazek SMZ k zaplacení ceny za provedenou reklamní a propagační činnost ze strany Klubu, která je rovněž specifikována v příloze 1.
2. Klub si je vědom skutečnosti, že účelem této Smlouvy je propagace statutárního města Zlína ve spojení s ledním hokejem v souladu se zpracovanou komunikační strategií pro statutární město Zlín v oblasti kulturních, sportovních a volnočasových aktivit (dále jen „**Komunikační strategie**“), jejímž cílem je informování občanů a dalších cílových skupin o aktivitách města ve výše uvedených projektech, zvýšení image města Zlína jako podporovatele těchto projektů a zvýšení povědomí občanů o roli městské samosprávy v oblasti kultury, sportu a volnočasových aktivit. S obsahem Komunikační strategie je Klub podrobně seznámen a zavazuje se své závazky dle této smlouvy realizovat způsobem vedoucím k naplnění cílů Komunikační strategie.
3. Klub prohlašuje, že je jakožto účastník 1. ligy ledního hokeje ČR výhradním majitelem práv umožňujících poskytnutí reklamních a propagačních plnění sjednaných touto smlouvou a je oprávněn tato plnění v plném rozsahu a exkluzivně poskytovat.

II. Poskytnutí reklamních ploch

1. Poskytnutí reklamní plochy zahrnuje poskytnutí plochy k propagaci SMZ v rámci ploch či objektů na Zimním stadionu Ludka Čajky ve Zlíně a související správní budově, na hráčských dresech, na movitých či dalších nemovitých věcech ve vlastnictví nebo užívání Klubu, včetně klubových internetových stránek (webu) (dále jen „**reklamní plocha**“). Reklamní plocha bude takto poskytována k reklamním účelům SMZ, tedy k propagaci jeho a umístění reklamního či propagačního značení SMZ na konkrétní dohodnuté místo. Podrobnosti stanoví příloha č. 1 této smlouvy. Podrobná specifikace plnění je obsažena v příloze 2 smlouvy.
2. Nestanoví-li tato smlouva jinak, návrh a výrobu reklamního či propagačního značení k umístění na reklamní ploše zajišťuje SMZ a předá je Klubu k umístění na příslušné reklamní ploše. Pokud se jedná o umístění reklamního či propagačního značení v rámci reklamní plochy, která nese reklamní značení či sdělení Klubu či jiného subjektu (například propagační předměty Klubu, reklamní sdělení Klubu), předá SMZ Klubu pouze návrh reklamního či propagačního značení SMZ a výrobu samotného nosiče zajišťuje na své náklady Klub (SMZ se na těchto nákladech nepodílí).
3. SMZ je oprávněn užívat dohodnuté reklamní plochy k vlastním reklamním účelům, tj. k propagaci své činnosti. Grafické provedení musí splňovat základní etická a estetická kritéria, rovněž nesmí být v rozporu s platnými právními předpisy.
4. Klub není oprávněn zahrnovat reklamní či propagačního značení SMZ ani jeho jiné označení do propagačních či reklamních sdělení jiných subjektů bez předchozího souhlasu SMZ. Klub se rovněž zavazuje, že umístění reklamního či propagačního značení SMZ nebude narušeno způsobem, který by byl v rozporu s cíli Komunikační strategie (např. umístěním reklamních sdělení třetích stran jiných subjektů, jejichž obsah či zaměření by mohl poškodit či znevážit dobré jméno města a jeho image).
2. SMZ není oprávněn bez písemného souhlasu Klubu propagovat na reklamních plochách jiný subjekt nebo výrobek, s výjimkou organizací ovládaných SMZ a jejich činnosti.
3. V případě poškození či jiné vady reklamní plochy a/nebo reklamního označení je Klub povinen zajistit na vlastní náklady nápravu. Klub je povinen nápravu zajistit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 10 dnů od nahlášení vady ze strany SMZ.
4. V případě, že SMZ nebude moci reklamní plochu řádně využívat po dobu delší než 14 dnů, má právo požadovat poměrné snížení ceny za dobu, po kterou nebyla reklamní a propagační činnost řádně poskytována, a vrácení příslušné části ceny.

III. Reklamní a propagační činnosti v médiích

1. Klub se zavazuje poskytnout SMZ prostor pro jeho propagaci formou reklamních či propagačních sdělení v tištěných médiích, televizním a rozhlasovém vysílání ve spojení s prezentací Klubu a profesionálního ledního hokeje ve Zlíně (dále jen „**prezentace v médiích**“), a to minimálně v rozsahu stanoveném v příloze 1 a příloze 2 této smlouvy.

2. Obsah reklamního či propagačního sdělení dodá Klubu pro tento účel na vlastní náklady SMZ. Umístění sdělení zajišťuje na své náklady Klub. Klub je povinen informovat SMZ o připravované prezentaci v médiích v předstihu, který objektivně umožňuje dodání reklamního či propagačního sdělení ze strany SMZ.
3. Skutečně provedený rozsah prezentace v médiích je Klub povinen evidovat a na žádost SMZ doložit, v případě nesplnění této povinnosti nebude cena v rozsahu nedoloženého plnění hrazena.
4. Klub se zavazuje, že prezentace v médiích nebude narušena způsobem, který by byl v rozporu s cíli Komunikační strategie (např. umístěním prezentace SMZ v rámci reklamních sdělení, jejichž obsah či zaměření by mohl poškodit či znevážit dobré jméno města a jeho image
5. Klub zároveň bere na vědomí, že v souladu s cíli Komunikační strategie je cílem města prezentovat občanům své aktivity spočívající v podpoře občanů a subjektů působících na území SMZ. Obsah reklamního či propagačního sdělení v tomto ohledu dodá SMZ, nicméně Klub se zavazuje svou činností a vystupováním tento záměr SMZ podporovat a nečinit kroky, které by byly v rozporu s výše uvedeným cílem města.
6. Klub je v plné míře odpovědný za to, že umístěním prezentace v médiích nebudou porušeny jeho závazky vůči třetím stranám ani práva třetích stran.

IV.

Další reklamní a propagační aktivity

1. Další reklamní a propagační aktivity zahrnují:
 - (a) propagaci SMZ na akcích (eventech) pořádaných Klubem, a to minimálně v rozsahu stanoveném v příloze 1 této smlouvy;
 - (b) propagaci SMZ v rámci merchandisingu, a to minimálně v rozsahu stanoveném v příloze 1 této smlouvy;
 - (c) propagaci SMZ v rámci tzv. „online package“ a PR sdělení v médiích, kdy bude město propagováno v souvislosti s prezentací Klubu a profesionálního ledního hokeje ve Zlíně v médiích, na internetu a sociálních sítí formou PR sdělení způsobem, který je popsán v příloze 1 této smlouvy a který bude stranami průběžně dotvářen na základě pokynů SMZ v souladu s cíli Komunikační strategie. Klub a osoby s ním spojené (včetně hráčů) se budou aktivně podílet na budování pozitivního image SMZ v souladu s Komunikační strategií
 - (d) propagaci SMZ v rámci tzv. „speciální reklamní kampaně“, která bude aktivována 1. 3. 2023 v případě, že bude mít klub jistý postup do vyřazovacích bojů 1. ligy ledního hokeje ČR. Propagace SMZ bude v tomto případě navýšena o plnění dle přílohy č. 3 této smlouvy, plnění v rozsahu přílohy č. 1 a 2 této smlouvy, bude zachováno i během této speciální reklamní kampaně. Předpokládá se, že zápasy play-off vyvolají značný zájem veřejnosti i médií, prezentace Klubu spojená s jeho úspěchem a propagací SMZ bude tedy znamenat zvýšený dosah a účinnost propagace SMZ.
2. Podrobnosti týkající se dalších reklamních a propagačních aktivit jsou popsány v příloze 1 a příloze 2 této smlouvy.
3. Klub je v plné míře odpovědný za to, že umístěním prezentace v médiích nebudou porušeny jeho závazky vůči třetím stranám ani práva třetích stran. Klub se rovněž zavazuje, že prezentace SMZ dle toho článku IV smlouvy nebude realizována způsobem, který by byl v rozporu s cíli Komunikační

strategie (např. umístěním prezentace SMZ způsobem, který by mohl poškodit či znevážit dobré jméno města a jeho image). Ustanovení článku III. 4 věty druhé a třetí zde platí obdobně.

V.

Doba trvání a možnost ukončení smlouvy

1. Smluvní strany se dohodly, že tato smlouva se uzavírá na dobu určitou a to od účinnosti této smlouvy do 31. 12. 2023.
2. Klub je oprávněn od této smlouvy odstoupit v případě, že:
 - a) SMZ užívá reklamní plochy v rozporu s ustanoveními této smlouvy;
 - b) SMZ je o více než jeden měsíc v prodlení s úhradou faktur vystavených Klubem;
 - c) dojde k jinému podstatnému porušení povinností stanovených v této smlouvě a SMZ nezjedná ani po písemné výzvě v přiměřené lhůtě nápravu.
3. SMZ je oprávněn od této smlouvy odstoupit, jestliže:
 - a) reklamní plocha se stala nezpůsobilou ke sjednanému účelu a klub neodstraní ve lhůtě 10 dnů od vyzvání závady bránící jejímu využívání dle účelu vymezeného touto smlouvou;
 - b) Klub přestane provozovat sportovní činnost, tj. lední hokej na celostátní úrovni
 - c) dojde k jinému podstatnému porušení povinností stanovených v této smlouvě a Klub nesjedná ani po písemné výzvě v přiměřené lhůtě nápravu.
4. Právní účinky odstoupení do smlouvy nastávají dnem doručení písemného odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně a rovněž k tomuto dni se smlouva ruší. SMZ je však povinen uhradit Klubu poměrnou část ceny za řádně realizovanou reklamní a propagační činnost provedenou Klubem, a to za období do dne doručení odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně.

VI.

Cena a platební podmínky

1. Za reklamní a propagační činnost provedenou a zajištěnou klubem byla dohodnuta smluvní cena ve výši:
 - a) Plnění dle přílohy č. 1 a 2: částka 8.000.000 Kč + DPH (slovy: osm milionů korun českých), která je splatná na základě faktur, obsahujících všechny náležitosti daňového dokladu v souladu se zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, následovně:
 - 1 částka ve výši 5.000.000 Kč + DPH je splatná na základě faktury (daňového dokladu) vystavené Klubem do 15 dnů od účinnosti této smlouvy, se splatností do 15 dnů ode dne doručení faktury SMZ, za datum uskutečnění zdanitelného plnění je považován den účinnosti této smlouvy,
 - 2 částka ve výši 3.000.000,- Kč + DPH je splatná na základě faktury (daňového dokladu) vystavené Klubem ke dni 15. 7. 2023, se splatností nejpozději do 15. 8. 2023 a doručení SMZ do 7 dnů ode dne vystavení. Za datum uskutečnění zdanitelného plnění je považován den 15. 7.2023.
 - b) Plnění dle přílohy č. 3: celková částka 2.000.000,- Kč + DPH (slovy: dva miliony korun českých), částky za jednotlivá plnění jsou splatné na základě faktur, obsahujících všechny náležitosti daňového dokladu v souladu se zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané

hodnoty, se splatností vždy do 15 dní ode dne doručení jednotlivých faktur SMZ vystavených Klubem; pro první částku nejdříve po aktivaci speciální reklamní kampaně dle čl. IV. d) této smlouvy. Faktury za další částky - ve výši odpovídající jednotlivým milníkům, uvedeným v příloze č. 3 této smlouvy budou vystaveny do 10 dnů po prokázání splnění příslušných milníků.

Za datum uskutečnění zdanitelného plnění je považován den vystavení každé faktury.

2. Pokud rozsah reklamního plnění přesáhne minimální rozsah stanovený v příloze 1 této smlouvy, nedochází k navýšení ceny příslušných plnění uvedené v příloze 1. Pokud nebude minimální rozsah stanovený v příloze 1 této smlouvy dodržen (tím, že nedojde k realizaci některé z položek, nebo tato nebude plněna v celém stanoveném minimálním rozsahu), bude cena za příslušné plnění odpovídajícím (aliquótním) způsobem snížena. Ustanovení o snížení ceny se nepoužije, pokud minimální rozsah plnění nebude dodržen z důvodů na straně SMZ. V případě důvodného snížení ceny se způsob snížení bude hodnotit k datu 30. 6. 2023.
3. V případě, že SMZ bude v prodlení se zaplacením smluvní ceny uvedené v čl. VI. odst. 1 této smlouvy, sjednávají si smluvní strany, že SMZ bude povinen zaplatit Klubu vedle dlužné částky rovněž smluvní pokutu ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodlení.
4. SMZ neposkytuje zálohy.
5. Platba bude uskutečněna formou převodu finančních prostředků na účet Klubu uvedený ve smlouvě. Termínem úhrady se rozumí den odepsání finančních prostředků z účtu SMZ.

VII.

Závěrečná ustanovení

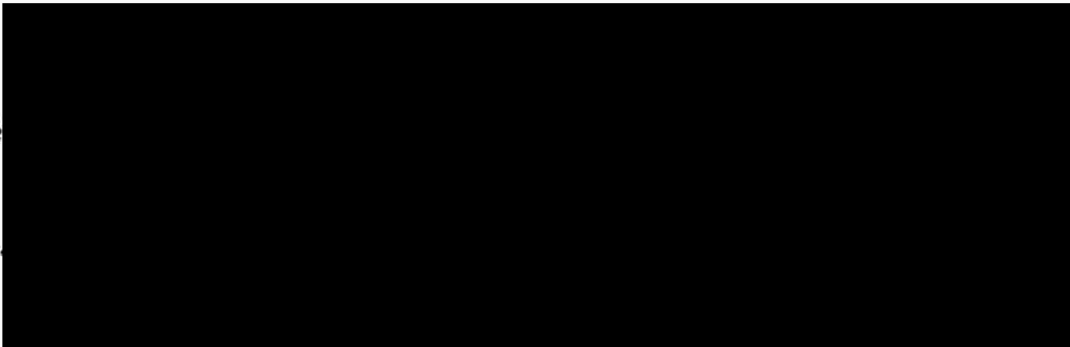
1. Smluvní strany se zavazují postupovat při plnění této Smlouvy v souladu s platnou právní úpravou, a to zejména se zákonem o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů v platném znění a nařízením EU 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů.
2. Smluvní strany se dále dohodly, že všechny majetkové spory vzniklé mezi nimi z právních vztahů založených touto smlouvou nebo v souvislosti s ní budou rozhodovány místně příslušným soudem.
3. Smluvní stran souhlasí s uveřejněním této smlouvy v registru smluv podle ustanovení zákona č. 340/2015 Sb. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem zveřejnění této smlouvy v registru smluv podle ustanovení zákona č. 340/2015 Sb.
4. Tuto smlouvu lze měnit či doplnit pouze písemnými dodatky podepsanými oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
5. Obě smluvní strany prohlašují, že si smlouvu řádně přečetly, že je projevem jejich svobodné vůle a jako takovou ji podepisují.

Příloha č. 1 Kvantifikace (kalkulační model) reklamního plnění

Příloha č. 2 Popis (specifikace) plnění

Příloha č. 3 Kvantifikace plnění v rámci speciální kampaně

Ve Zlíně



náměstkyně primátora

Doložka dle § 41 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích

Schváleno orgánem obce: Zastupitelstvo města Zlína

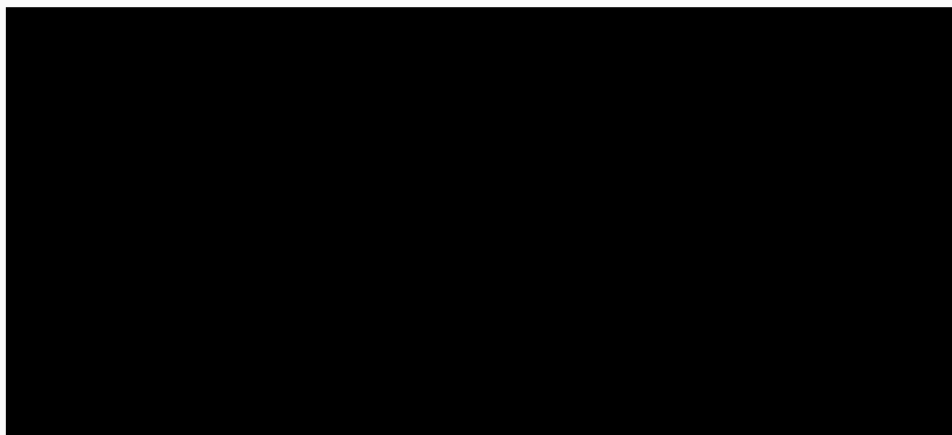
Datum a číslo jednací: 08.12.2022, č.j. 2/2Z/2022, R 23, schválení finančního krytí

Schválení veřejné zakázky, schválení uzavření smlouvy

Doložka dle § 41 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích:

Schváleno orgánem obce: Rada města Zlína

Datum a číslo jednací: 9.1.2023, č.j. 62/1R/2023, 6.2.2023 č.j. 65/3R/2023



Rok 2023		KVANTIFIKACE REKLAMNÍHO PLNĚNÍ PSG BERANI ZLÍN PRO MĚSTO ZLÍN
Plnění	Poznámky	Cena dle ceníku či cena obvyklá za rok
Led pozice TOP - středový kruh	TOP pozice na stadionu - využití celého středového kruhu na vzhazování. Plocha viditelná v přenosech TV.	975 000
Led pozice 5 - střední pásmo u rozhodčích 6m2	Plocha viditelná v přenosech TV.	325 000
Led pozice 2 - v mezikruží	Plocha viditelná v přenosech TV.	270 000
Dres pozice 6 - horní prsa 17x8 cm	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	270 000
Dres pozice 12 - kalhoty čtverec 20 x 20 cm - přední	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	220 000
Dres pozice 12 - kalhoty čtverec 20 x 20 cm - zadní	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	220 000
Dres pozice 11 - záda nad jménem 46 x 12 cm	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	440 000
Mantinel druhá vlna	Nové využití 2x 18 m v TOP pozici po BPA. Standardně nenabízená plocha. Plocha viditelná v přenosech TV.	580 000
Ochoz neTV strana	Nové využití 1x 17 metrů na ne TV pozici	405 000
Výroba a představení speciálního dresu na přípravné období	Na dresu se bude spolupodílet zadavatel - Statutární město Zlín. Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	245 000
Banner v horní liště na klubovém webu na hlavní stránce a v sekci Partneři	5 proklikem na webové stránky města	12 960
Mantinel u červené čáry (5bm) v záběru TV kamer	Plocha viditelná v přenosech TV.	194 400
Mantinel u jižní tribuny (3bm) v záběru TV kamer	Plocha viditelná v přenosech TV.	162 000
VIP stěna 2 x - umístění v sekce generální a titulární partneři		11 340
Vzkaz v reklamě MaFra, idos.cz, idnes.cz 5plus2	Část reklamního prostoru klubu standardně nenabízená, určená pro prezentaci Města Zlína dle ceny obvyklé o velikosti 5 x 5,5 cm (MF Dnes), 4 x 4,7 cm (5plus2), 100 x 600 px (iDnes), 50 x 105 px (IDOS) , vždy před domácím zápasem (26) dle ceníku uvedených subjektů.	299 700
CityLights (5x)	Plocha pro vzkaz města 175 x 1185 cm Umístění na pěti místech po dobu pěti měsíců. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	81 000
Mobilní reklama	Firemní vozy (název či vzkaz města na každém ze 4 vozů o rozměru min. 70 x 14 cm), týmový autobus zadní strana 2,45 x 3,50 m. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	405 000
Venkovní reklama nad vchodem do ZS	Rozměr 8 x 1 m. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín.	202 500
Venkovní LED panel nad hlavním vchodem do ZS	Panel je v provozu nejen během zápasů (viditelnost tak i u kulturních akcí), spot 10s (896x192px), dvě sekvence 10 s vysílané každé 4 minuty	202 500
Logo na jednorázových vstupenkách	Grafika vstupenek vč. barevného provedení loga nebo claimu SMZ	48 600
Spoty na TV kostce během každého zápasu po celé období, délka spotu max 20 s, minimálně 30 spotů v daném období	Možno měnit i v průběhu sezóny, prostor pro množství vzkazů a upoutávek	226 800
Megaboard na ZSLČ	Jižní stěna haly. Standardně nenabízená plocha určená pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	324 000
Ochoz pod skyboxy 60 x 0,685 m	Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	405 000
Límeček nad kostkou, 4x tabule o rozměru 532,5 cm x 67,8 cm	Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	421 200
Billboard u stropu u správní budovy 6 x 2,6 m	Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	243 000
Online package (vizibilita loga, výsledky, PR, sociální sítě)	Logo města u line-up před každým zápasem na Facebooku, Instagramu (30x za období, dosah Ø 12.000), Partner tiskové konference na Facebooku, Instagramu (sledovanost Ø 4.000 osob), pozadí rozhovorů (foto či logo Zlín) v různých médiích. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	486 000
60 spotů v přenosech na TV Tipsport a 60 spotů na Hokejka.TV	Hokejka TV má sledovanost cca 70 tisíc lidí. V každém utkání tři spoty o max. délce 14 vteřin.	324 000
Součet bez DPH		8 000 000



Statutární město Zlín

Plnění	Popis plnění	Cena
Led pozice TOP - středový kruh	TOP pozice na stadionu - využití celého středového kruhu na vzhazování. Plocha viditelná v přenosech TV.	975 000
Led pozice 5 - střední pásmo u rozhodčích 6m2	Plocha viditelná v přenosech TV.	325 000
Led pozice 2 - v mezikruží	Plocha viditelná v přenosech TV.	270 000
Dres pozice 6 - horní prsa 17x8 cm	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	270 000
Dres pozice 12 - kalhoty čtverec 20 x 20 cm - přední	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	220 000
Dres pozice 12 - kalhoty čtverec 20 x 20 cm - zadní	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	220 000
Dres pozice 11 - záda nad jménem 46 x 12 cm	Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	440 000
Mantinel druhá vlna	Nové využití 2x 18 m v TOP pozici po BPA. Standardně nenabízená plocha. Plocha viditelná v přenosech TV.	580 000
Ochoz na TV strana	Nové využití 1x 17 metrů na ne TV pozici	405 000
Výroba a představení speciálního dresu na přípravné období	Na dresu se bude spolupodílet zadavatel - Statutární město Zlín. Plocha viditelná v přenosech TV a na soupeřových hřištích.	245 000
Banner v horní liště na klubovém webu na hlavní stránce a v sekci Partneři	5 proklikem na webové stránky města	12 960
Mantinel u červené čáry (šlům) v záběru TV kamer	Plocha viditelná v přenosech TV.	194 400
Mantinel u jižní tribuny (šlům) v záběru TV kamer	Plocha viditelná v přenosech TV.	162 000
VIP stěna 2 x - umístění v sekce generální a titulární partneři		11 340
Vzvak v reklamě MaFra, idos.cz, idnes.cz splus2	Část reklamního prostoru klubu standardně nenabízená, určená pro prezentaci Města Zlína dle ceny obvyklé o velikosti 5 x 5,5 cm (MF Dnes), 4 x 4,7 cm (splus2), 100 x 600 px (iDnes), 50 x 105 px (IDOS), vždy před domácím zápasem (26) dle ceníku uvedených subjektů.	299 700
CityLights (5x)	Plocha pro vzvak města 175 x 1185 cm umístění na pěti místech po dobu pěti měsíců. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	81 000
Mobilní reklama	Firemní vozy (název či vzvak města na každém ze 4 vozů o rozměru min. 70 x 14 cm), týmový autobus zadní strana 2,45 x 3,50 m. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé	405 000
Venkovní reklama nad vchodem do ZS	Rozměr 8 x 1 m. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín	202 500
Venkovní LED panel nad hlavním vchodem do ZS	Panel je v provozu nejen během zápasů (viditelnost tak i u kulturních akcí), spot 10s (896x192px), dvě sekvence 10 s vysílané každé 4 minuty	202 500

Plnění	Popis plnění	Cena
Logo na jednorázových vstupenkách	Grafika vstupenek vč. barevného provedení loga nebo claimu SMZ	48 600
Spoty na TV kostce během každého zápasu po celé období, délka spotu max 20 s, minimálně 30 spotů v daném období	Možno měnit i v průběhu sezóny, prostor pro množství odkazů a upoutávek	226 800
Megaboard na ZSLČ	Jižní stěna haly. Standardně nenabízená plocha určená pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	324 000
Ochoz pod skyboxy 60 x 0,685 m	Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	405 000
Límeček nad koutkou, 4x tabule o rozměru 532,5 cm x 67,8 cm	Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	421 200
Billboard u stropu u správní budovy 6 x 2,6 m	Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	243 000
Online package (vizibilita loga, výsledky, PR, sociální sítě)	Logo města u line-up před každým zápasem na Facebooku, Instagramu (30x za období, dosah Ø 12.000), Partner tiskové konference na Facebooku, Instagramu (sledovanost Ø 4.000 osob), pozadí rozhovorů (foto či logo Zlín) v různých médiích. Standardně nenabízené plnění určené výhradně pro Město Zlín dle ceny obvyklé.	486 000
60 spotů v přenosech na TV Tipsport a 60 spotů na Hokejka.TV	Hokejka TV má sledovanost cca 70 tisíc lidí. V každém utkání tři spoty o max. délce 14 vteřin.	324 000
Celkové plnění za rok 2023		5 000 000

Plnění v play-off 2023	Popis plnění
Položky uvedené v tabulce "Kvantifikace plnění" bude v platnosti i během utkání play-off.	V rámci play-off bude spuštěna speciální kampaň na podporu návštěvnosti při utkání play-off. Cílem kampaně bude vyvolat fanouškovskou vlnu za účelem vytvoření podpory pro hráče v boji o návrat do nejvyšší soutěže. Součástí kampaně bude využívání mutace slova Zlín např. "Zlínští Beráni jdou do boje". Claim bude součástí všech grafik pro propagaci.
Propagace v rámci městě	Využití min. 1 x Bigboard, 4 x Billboard a 8 x CTL ploch v rámci města. Na všech vizuálech bude umístěné logo Statutárního města Zlína v období celého trvání kampaně.
Inzerční plnění v rámci Zlínského deníku	V období play-off poskytneme městu 25 % obsahu v rámci inzerčního prostoru ve Zlínském deníku pro propagaci SMZ.
Videopreview s Městem Zlínem	Před každým kolem play-off bude vydán speciální díl videopreview, kde bude uvedený spot SMZ a SMZ bude také uvedeno jako hlavní partner tohoto projektu. Spot max 20 sec.
Položky v rámci "Kvantifikace plnění" v platnosti	Položky uvedené v tabulce "Kvantifikace plnění" bude v platnosti i během utkání play-off.

Hodnota p-o plnění	Cena
postup do čtvrtfinále	500 000
postup do semifinále	500 000
postup do finále	500 000
postup do baráže	500 000
	2 000 000

Zimní stadion Lud'ka Čajky

Ledová plocha

3 pozice - středový kruh, střední pásmo u rozhodčích, mezikruží u správní budovy

Mantinely

2 pozice - u červené čáry 5bm, mantinel u jižní trinity

2. vlna mantinelu

2 pozice - z každé strany trestné lavice

Ochozy

3 pozice - středový na neTV straně, pod skyboxem, u stropu správní budovy

VIP stěny

2 pozice - v prostorách pro partnery v sekci Generální a tituluální partneři

Multimediální kostka

4 pozice - vždy z každé strany MLM kostky

Megaboard na ZSLČ



Gameday a TV spoty

Vybavení hráče

pozice č. 6 - horní prsa 17x8 cm

2x pozice č. 12 - kalhoty čtverec 20x20 cm

pozice č. 11 - záda nad jménem

Spoty na multimediální kostce

spoty na TV kostce během každého extraligového utkání

Spoty v přenosech Hokejka.TV a Tipsport TV

Logo na jednorázových vstupenkách



42. kolo: PSG Berani Zlín - HC Dukla Jihlava 4:1



Venkovní plochy a jiné

Interiér Zimního stadionu

2 pozice - 1x stabilní banner; 1x dynamická na LED kostce

Citylights na veřejném prostranství

5 pozic - každý měsíc - 2/3 spodního pásu

Mobilní reklama

5 pozic - 4x automobil zadní rám, 1x autobus

Vzkaz v médiích Mafra, Zlínský deník

velký mediální balíček - 5x5,5cm (MF Dnes), 4x4,7cm (5plus2), 100x600px (iDnes), 50x105px (iDOS), vždy před domácím zápasem (26) dle ceníku uvedených subjektů, možnost i Zlínský deník v období play-off

Klubový web

2 pozice - baner na homepage a jednou mezi partnery



Další plnění

Tiskové konference - sociální sítě

- Videospot na konci každého dílu. Na banneru za trenérem (hráčem) v domácím prostředí je logo města Zlína
- Sledovanost letos prům. 3,99 tis. lidí - celkem 159,6 tis. lidí.

Line-up - sociální sítě

- Statická pozice na grafice k line-up. FB + IG stories
- Sledovanost 2,2 IG Stories, FB 8,9 tis. lidí

Dres na přípravná utkání

Kampaň na play-off





Play-off - navýšené plnění za Čtvrtfinále Chance ligy 2023		
Název plnění	Popis plnění	Cena
Play-off kampaň - zahájení 1. března 2023	Speciální kampaň na podporu návštěvnosti při utkání play-off. Cílem kampaně bude vyvolat fanouškovskou vlnu za účelem vytvoření podpory pro hráče v boji o návrat do nejvyšší soutěže. Součástí kampaně bude využíván mutace slova Zlín např. "Zlínští Berani jdou do boje". Claim bude součástí všech grafik a komunikace pro propagaci. Součástí bude výrazná kampaň v tiskových médiích - iDnes 5plus2 a dalších materiálech domu Mafra se souhrnnou čteností 50 tisíc čtenářů ve velikostech 5 x 5,5 cm (MF Dnes), 4 x 4,7 cm (5plus2), 100 x 600 px (iDnes), 50 x 105 px (iDOS), kde bude claim umístěn v každé grafice. Dále Hitradio Zlín s denní poslouchovostí až 29 tisíc posluchačů, která poběží po celé období čtvrtfinále s četností minimálně 6 spotů během dne. Claim bude využit na sociálních sítích klubu - odkaz na články, události, předprodeje vstupenek a především výsledkových grafikách (ty mají dosah více než 30 tisíc sledujících). Využití claimu bude také na multimediální kostce (grafiky - přísti utkání, průběžné výsledky, vzkaz pro fanoušky hostí a další informační zprávy).	100 000 Kč
Soutěž pro fanoušky "Zlín fandí Beranům"	Před zápasy čtvrtfinále bude přes sociální sítě klubu, newsletter, web a multimediální kostku vypsaná soutěž, v rámci které se fanoušci budou fotit u ikonických staveb města Zlína s klubovou šálou a označovat fotku speciálním hashtagem. Vybraný výherce obdrží věcný dárek od SMZ i klubu.	50 000 Kč
"I já fandím Beranům"	Krátké rozhovory s podnikateli nebo jinými osobnostmi Města Zlína. Vyjádření podpory klubu a také toho, proč mají rádi město Zlín a proč se jim tady dobře žije nebo podniká. Spot bude odvysílán na všech sociálních sítích klubu (FB, IG, YT) a také na multimediální kostce v průběhu konání utkání play-off. Předpokládaný dosah na sociálních sítích je 10 tisíc shlédnutí.	30 000 Kč
Outdoor plnění	Využití min. 1 x Bigboard, 4 x Billboard, 8 x CTL, 20 x výlep plakátů na zastávkách a dalších plochách v rámci města i celého kraje. Na všech vizuálech bude umístěné logo statutárního města Zlína.	60 000 Kč
Inzertní plnění v rámci Zlínského deníku	Poskytneme městu 25 % obsahu v rámci inzertního prostoru ve Zlínském deníku pro propagaci SMZ. V rámci play-off se bude grafika tvořit minimálně před každým utkáním, v případě většího rozestupu mezi utkáními a známým soupeřem i dva dny před utkáním. Grafika o rozměru 3 x 8 cm.	50 000 Kč
1 PR komerční článek ve Zlínském deníku	Možnost vydat v rámci Zlínského deníku 1 komerční článek. Ten bude ve spojitosti se zlínským hokejem. Týdenní čtenost PR článku ve Zlínském deníku je 89 000 čtenářů v on-line a 25 000 čtenářů v tištěné podobě. Rozsah v délce 2 normostrany, více dle specifikací a požadavků SMZ.	25 000 Kč
Zvýšený on-line prostor	V období před a během play-off bude navíc uskutečňován i videorozhovor z každého venkovní utkání, kde bude umístěné logo Statutárního města Zlína a spot SMZ v maximální délce 20 sec. Videorozhovor bude umístěn na sociální sítě klubu - Facebook, Instagram a Youtube. Dále bude vytvořena speciální grafika do cover foto na Facebook "Cesta za snem", která bude znázorňovat postup Beranů v rámci play-off vč. upoutávky na nejbližší utkání s očekávaným zobrazením okolo 20 tis. shlédnutí. Grafika bude měněna po každém utkání a bude doplněná o slogan "powered by Zlín".	80 000 Kč
Partner utkání play-off	Zvýrazněná propagace v rámci jednotlivých utkání - dosah se zvyšuje především v on-line prostoru, v průběhu utkání a při propagaci utkání. Spot na LED panel z venkovní strany ZS. Zobrazování 30 vteřin ve smyčce, jejíž délka nepřesáhne 5 minut. Logo SMZ bude součástí všech propagačních materiálů před utkáním (Facebook + IG - Událost, příspěvek o vstupenkách, stories k vstupenkám, příspěvek ohledně programu, at' už jednotlivých grafik na sociálních sítích, tak článků (zápasové preview, představení soupeře před začátkem kola chance ligy). V průběhu utkání bude zvýšený počet spotů na multimediální kostce o jedno opakování v průběhu každé třetiny i přestávky pro Statutární město Zlín a bude také SMZ moderátorem jednou v průběhu každé třetiny představené jako hlavní partner utkání.	40 000 Kč
Newsletterová kampaň	Před každým utkáním bude na 11 tisíc e-mailových adres odeslán Fanouškovský newsletter, který má v základní části průměrnou čtenost 4 tisíce osob. SMZ může dodat libovolný obsah do prostoru o velikost 100 x 300 px.	25 000 Kč
Videopreview s Městem Zlín	Před začátkem čtvrtfinále bude vydán speciální díl videopreview - kde bude zajímavou formou představený soupeř a jeho hráči. Dále bude vyzpovídaný trenér a hráči Beranů. Nastíněné také bude, na jaké promo akce se budou moct fanoušci těšit. Součástí bude spot SMZ, ten bude také uveden jako hlavní partner projektu. Spot v maximální délce 20 sekund. Předpokládaný dosah až 20 tis. uživatelů sledujících klubový Facebook, YouTube a Instagram.	40 000 Kč
Celkem bez DPH		500 000 Kč

Play-off - navýšené plnění za Semifinále Chance ligy 2023

Název plnění	Popis plnění	Cena
Play-off kampaň - zahájení 1. března 2023	Speciální kampaň na podporu návštěvnosti při utkání play-off. Cílem kampaně bude vyvolat fanouškovskou vlnu za účelem vytvoření podpory pro hráče v boji o návrat do nejvyšší soutěže. Součástí kampaně bude využívání mutace slova Zlín např. "Zlínští Berani jdou do boje". Claim bude součástí všech grafik a komunikace pro propagaci. Součástí bude výrazná kampaň v tiskových médiích - iDnes Spus2 a dalších materiálech domu Mařra se souhrnnou čteností 50 tisíc čtenářů ve velikostech 5 x 5,5 cm (MF Dnes), 4 x 4,7 cm (Spus2), 100 x 600 px (iDnes), 50 x 105 px (iDOS), kde bude claim umístěn v každé grafice. Dále Hitradio Zlín s denní poslouchovostí až 29 tisíc posluchačů, která poběží po celé období semifinále s četností minimálně 6 spotů během dne. Claim bude využit na sociálních sítích klubu - odkaz na články, události, předprodeje vstupenek a především výsledkových grafikách (ty mají dosah více než 30 tisíc sledujících). Využití claimu bude také na multimediální kostce (grafiky - příští utkání, průběžné výsledky, vzkaz pro fanoušky hostí a další informační zprávy).	100 000 Kč
Soutěž pro fanoušky "Zlín fandí Beranům"	Před zápasy semifinále bude přes sociální sítě klubu, newsletter, web a multimediální kostku vypsaná soutěž, v rámci které se fanoušci budou fotit u ikonických staveb města Zlína s klubovou šálou a označovat fotku speciálním hashtagem. Vybraný výherce obdrží věcný dárek od SMZ i klubu.	50 000 Kč
"I já fandím Beranům"	Krátké rozhovory s podnikateli nebo jinými osobnostmi Města Zlína. Vyjádření podpory klubu a také toho, proč mají rádi město Zlín a proč se jim tady dobře žije nebo podniká. Spot bude odvysílán na všech sociálních sítích klubu (FB, IG, YT) a také na multimediální kostce v průběhu konání utkání play-off. Předpokládaný dosah na sociálních sítích je 10 tisíc shlédnutí.	30 000 Kč
Outdoor plnění	Využití min. 1 x Bigboard, 4 x Billboard, 8 x CTI, 20 x výtep plakátů na zastávkách a dalších plochách v rámci města i celého kraje. Na všech vizuálech bude umístěné logo statutárního města Zlína.	60 000 Kč
Inzertní plnění v rámci Zlínského deníku	Poskytneme městu 25 % obsahu v rámci inzertního prostoru ve Zlínském deníku pro propagaci SMZ. V rámci play-off se bude grafika tvořit minimálně před každým utkáním, v případě většího rozestupu mezi utkáními a známým soupeřem i dva dny před utkáním. Grafika o rozměru 3 x 8 cm.	50 000 Kč
1 PR komerční článek ve Zlínském deníku	Možnost vydat v rámci Zlínského deníku 1 komerční článek. Ten bude ve spojitosti se zlínským hokejem. Týdenní čtenost PR článku ve Zlínském deníku je 89 000 čtenářů v on-line a 25 000 čtenářů v tištěné podobě. Rozsah v délce 2 normostrany, více dle specifikací a požadavků SMZ.	25 000 Kč
Zvýšený on-line prostor	V období před a během play-off bude navíc uskutečňován i videorozhovor z každého venkovní utkání, kde bude umístěné logo Statutárního města Zlína a spot SMZ v maximální délce 20 sec. Videorozhovor bude umístěn na sociální sítě klubu - Facebook, Instagram a Youtube. Dále bude vytvořena speciální grafika do cover foto na Facebook "Cesta za snem", která bude znázorňovat postup Beranů v rámci play-off vč. upoutávky na nejbližší utkání s očekávaným zobrazením okolo 20 tis. shlédnutí. Grafika bude měněna po každém utkání a bude doplněná o slogan "powered by Zlín".	80 000 Kč
Partner utkání play-off	Zvýrazněná propagace v rámci jednotlivých utkání - dosah se zvyšuje především v on-line prostoru, v průběhu utkání a při propagaci utkání. Spot na LED panel z venkovní strany ZS. Zobrazování 30 vteřin ve smyčce, jejíž délka nepřesáhne 5 minut. Logo SMZ bude součástí všech propagačních materiálů před utkáním (Facebook + IG - Událost, příspěvek o vstupenkách, stories k vstupenkám, příspěvek ohledně programu, až už jednotlivých grafik na sociálních sítích, tak článků (zápasové preview, představení soupeře před začátkem kola chance ligy). V průběhu utkání bude zvýšený počet spotů na multimediální kostce o jedno opakování v průběhu každé třetiny i přestávky pro Statutární město Zlín a bude také SMZ moderátorem jednou v průběhu každé třetiny představené jako hlavní partner utkání.	40 000 Kč
Newsletterová kampaň	Před každým utkáním bude na 11 tisíc e-mailových adres odeslán Fanouškovský newsletter, který má v základní části průměrnou čtenost 4 tisíce osob. SMZ může dodat libovolný obsah do prostoru o velikost 100 x 300 px.	25 000 Kč
Videopreview s Městem Zlín	Před začátkem semifinále bude vydán speciální díl videopreview - kde bude zajímavou formou představený soupeř a jeho hráči. Dále bude vyzpovídán trenér a hráči Beranů. Nastíněné také bude, na jaké promo akce se budou moct fanoušci těšit. Součástí bude spot SMZ, ten bude také uveden jako hlavní partner projektu. Spot v maximální délce 20 sekund. Předpokládaný dosah až 20 tis. uživatelů sledujících klubový Facebook, YouTube a Instagram.	40 000 Kč
Celkem bez DPH		500 000 Kč

Play-off - navýšené plnění za Finále Chance ligy 2023		
Název plnění	Popis plnění	Cena
Play-off kampaň - zahájení 1. března 2023	Speciální kampaň na podporu návštěvnosti při utkání play-off. Cílem kampaně bude vyvolat fanouškovskou vlnu za účelem vytvoření podpory pro hráče v boji o návrat do nejvyšší soutěže. Součástí kampaně bude využíván mutace slova Zlín např. "Zlínští Berani Jdou do boje". Claim bude součástí všech grafik a komunikace pro propagaci. Součástí bude výrazná kampaň v tiskových médiích - iDnes Splus2 a dalších materiálech domu Mafra se souhrnnou čteností 50 tisíc čtenářů ve velikostech 5 x 5,5 cm (MF Dnes), 4 x 4,7 cm (Splus2), 100 x 600 px (iDnes), 50 x 105 px (IDDS), kde bude claim umístěn v každé grafice. Dále Hitradio Zlín s denní poslouchovostí až 29 tisíc posluchačů, která poběží po celé období finále s četností minimálně 6 spotů během dne. Claim bude využit na sociálních sítích klubu - odkaz na články, události, předprodeje vstupenek a především výsledkových grafikách (ty mají dosah více než 30 tisíc sledujících). Využití claimu bude také na multimediální kostce (grafiky - přísti utkání, průběžné výsledky, vzkaz pro fanoušky hostí a další informační zprávy).	100 000 Kč
Soutěž pro fanoušky "Zlín fandí Beranům"	Před zápas finále bude přes sociální síť klubu, newsletter, web a multimediální kostku vypisována soutěž, v rámci které se fanoušci budou fotit u ikonických staveb města Zlína s klubovou šálou a označovat fotku speciálním hashtagem. Vybraný výherce obdrží věčný dárek od SMZ I klubu.	50 000 Kč
"I já fandím Beranům"	Krátké rozhovory s podnikateli nebo jinými osobnostmi Města Zlína. Vyjádření podpory klubu a také toho, proč mají rádi město Zlín a proč se jim tady dobře žije nebo podniká. Spot bude odvysílán na všech sociálních sítích klubu (FB, IG, YT) a také na multimediální kostce v průběhu konání utkání play-off. Předpokládaný dosah na sociálních sítích je 10 tisíc shlédnutí.	30 000 Kč
Outdoor plnění	Využití min. 1 x Bigboard, 4 x Billboard, 8 x CTL, 20 x výlep plakátů na zastávkách a dalších plochách v rámci města i celého kraje. Na všech vizuálech bude umístěné logo statutárního města Zlína.	60 000 Kč
Inzertní plnění v rámci Zlínského deníku	Poskytneme městu 25 % obsahu v rámci inzertního prostoru ve Zlínském deníku pro propagaci SMZ. V rámci play-off se bude grafika tvořit minimálně před každým utkáním, v případě většího rozestupu mezi utkáními a známým soupeřem i dva dny před utkáním. Grafika o rozměru 3 x 8 cm.	50 000 Kč
1 PR komerční článek ve Zlínském deníku	Možnost vydat v rámci Zlínského deníku 1 komerční článek. Ten bude ve spojitosti se zlínským hokejem. Týdenní čtenost PR článku ve Zlínském deníku je 89 000 čtenářů v on-line a 25 000 čtenářů v tištěné podobě. Rozsah v délce 2 normostrany, více dle specifikací a požadavků SMZ.	25 000 Kč
Zvýšený on-line prostor	V období před a během play-off bude navíc uskutečňován i videorozhovor z každého venkovního utkání, kde bude umístěné logo Statutárního města Zlína a spot SMZ v maximální délce 20 sec. Videorozhovor bude umístěn na sociální síť klubu - Facebook, Instagram a Youtube. Dále bude vytvořena speciální grafika do cover foto na Facebook "Cesta za snem", která bude znázorňovat postup Beranů v rámci play-off vč. upoutávky na nejbližší utkání s očekávaným zobrazením okolo 20 tis. shlédnutí. Grafika bude měněna po každém utkání a bude doplněná o slogan "powered by Zlín".	80 000 Kč
Partner utkání play-off	Zvýrazněná propagace v rámci jednotlivých utkání - dosah se zvyšuje především v on-line prostoru, v průběhu utkání a při propagaci utkání. Spot na LED panel z venkovní strany ZS. Zobrazování 30 vteřin ve smyčce, jejíž délka nepřesáhne 5 minut. Logo SMZ bude součástí všech propagačních materiálů před utkáním (Facebook + IG - Událost, příspěvek o vstupenkách, stories k vstupenkám, příspěvek ohledně programu, ať už jednotlivých grafik na sociálních sítích, tak článků (zápasové preview, představení soupeře před začátkem kola chance ligy). V průběhu utkání bude zvýšený počet spotů na multimediální kostce o jedno opakování v průběhu každé třetiny i přestávky pro Statutární město Zlín a bude také SMZ moderátorem jednou v průběhu každé třetiny představené jako hlavní partner utkání.	40 000 Kč
Newsletterová kampaň	Před každým utkáním bude na 11 tisíc e-mailových adres odeslán Fanouškovský newsletter, který má v základní části průměrnou čtenost 4 tisíce osob. SMZ může dodat libovolný obsah do prostoru o velikost 100 x 300 px.	25 000 Kč
Videopreview s Městem Zlín	Před začátkem finále bude vydán speciální díl videopreview - kde bude zajímavou formou představený soupeř a jeho hráči. Dále bude vyzpovídán trenér a hráči Beranů. Nastíněné také bude, na jaké promo akce se budou moct fanoušci těšit. Součástí bude spot SMZ, ten bude také uveden jako hlavní partner projektu. Spot v maximální délce 20 sekund. Předpokládaný dosah až 20 tis. uživatelů sledujících klubový Facebook, YouTube a Instagram.	40 000 Kč
Celkem bez DPH		500 000 Kč

Play-off - navýšené plnění za Baráž o postup do TELH 2023		
Název plnění	Popis plnění	Cena
Play-off kampaň - zahájení 1. března 2023	Speciální kampaň na podporu návštěvnosti při utkání play-off. Cílem kampaně bude vyvolat fanouškovskou vlnu za účelem vytvoření podpory pro hráče v boji o návrat do nejvyšší soutěže. Součástí kampaně bude využívání mutace slova Zlín např. "Zlínští Berani jdou do boje". Claim bude součástí všech grafik a komunikace pro propagaci. Součástí bude výrazná kampaň v tiskových médiích - iDnes Splus2 a dalších materiálech domu Mafra se souhrnnou čteností 50 tisíc čtenářů ve velikostech 5 x 5,5 cm (MF Dnes), 4 x 4,7 cm (Splus2), 100 x 600 px (iDnes), 50 x 105 px (iDOS), kde bude claim umístěn v každé grafice. Dále Hitradio Zlín s denní poslouchovostí až 29 tisíc posluchačů, která poběží po celé období baráže s četností minimálně 6 spotů během dne. Claim bude využit na sociálních sítích klubu - odkaz na články, události, předprodeje vstupenek a především výsledkových grafikách (ty mají dosah více než 30 tisíc sledujících). Využití claimu bude také na multimediální kostce (grafiky - příští utkání, průběžné výsledky, vzkaz pro fanoušky hostů a další informační zprávy).	100 000 Kč
Soutěž pro fanoušky "Zlín fandí Beranům"	Před zápasy baráže bude přes sociální síť klubu, newsletter, web a multimediální kostku vyspána soutěž, v rámci které se fanoušci budou fotit u ikonických staveb města Zlína s klubovou šálou a označovat fotku speciálním hashtagem. Vybraný výherce obdrží věcný dárek od SMZ i klubu.	50 000 Kč
"I já fandím Beranům"	Krátké rozhovory s podnikateli nebo jinými osobnostmi Města Zlína. Vyjádření podpory klubu a také toho, proč mají rádi město Zlín a proč se jim tady dobře žije nebo podniká. Spot bude odvysílán na všech sociálních sítích klubu (FB, IG, YT) a také na multimediální kostce v průběhu konání utkání play-off. Předpokládaný dosah na sociálních sítích je 10 tisíc shlédnutí.	30 000 Kč
Outdoor plnění	Využití min. 1 x Bigboard, 4 x Billboard, 8 x CTL, 20 x výlep plakátů na zastávkách a dalších plochách v rámci města i celého kraje. Na všech vizuálech bude umístěné logo statutárního města Zlína.	60 000 Kč
Inzertní plnění v rámci Zlínského deníku	Poskytneme městu 25 % obsahu v rámci inzertního prostoru ve Zlínském deníku pro propagaci SMZ. V rámci play-off se bude grafika tvořit minimálně před každým utkáním, v případě většího rozestupu mezi utkáními a známým soupeřem i dva dny před utkáním. Grafika o rozměru 3 x 8 cm.	50 000 Kč
1 PR komerční článek ve Zlínském deníku	Možnost vydat v rámci Zlínského deníku 1 komerční článek. Ten bude ve spojitosti se zlínskými hokejem. Týdenní čtenost PR článku ve Zlínském deníku je 89 000 čtenářů v on-line a 25 000 čtenářů v tištěné podobě. Rozsah v délce 2 normostrany, více dle specifikací a požadavků SMZ.	25 000 Kč
Zvýšený on-line prostor	V období před a během play-off bude navíc uskutečňován i videorozhovor z každého venkovní utkání, kde bude umístěné logo Statutárního města Zlína a spot SMZ v maximální délce 20 sec. Videorozhovor bude umístěn na sociální síť klubu - Facebook, Instagram a Youtube. Dále bude vytvořena speciální grafika do cover foto na Facebook "Cesta za snem", která bude znázorňovat postup Beranů v rámci play-off vč. upoutávky na nejbližší utkání s očekávaným zobrazením okolo 20 tis. shlédnutí. Grafika bude měněna po každém utkání a bude doplněná o slogan "powered by Zlín".	80 000 Kč
Partner utkání play-off	Zvýrazněná propagace v rámci jednotlivých utkání - dosah se zvyšuje především v on-line prostoru, v průběhu utkání a při propagaci utkání. Spot na LED panel z venkovní strany ZS. Zobrazování 30 vteřin ve smyčce, jejíž délka nepřesáhne 5 minut. Logo SMZ bude součástí všech propagačních materiálů před utkáním (Facebook + IG - Událost, příspěvek o vstupenkách, stories k vstupenkám, příspěvek ohledně programu, ať už jednotlivých grafik na sociálních sítích, tak článků (zápasové preview, představení soupeře před začátkem kola chance ligy). V průběhu utkání bude zvýšený počet spotů na multimediální kostce o jedno opakování v průběhu každé třetiny i přestávky pro Statutární město Zlín a bude také SMZ moderátorem jednou v průběhu každé třetiny představené jako hlavní partner utkání.	40 000 Kč
Newsletterová kampaň	Před každým utkáním bude na 11 tisíc e-mailových adres odeslán Fanouškovský newsletter, který má v základní části průměrnou čtenost 4 tisíce osob. SMZ může dodat libovolný obsah do prostoru o velikosti 100 x 300 px.	25 000 Kč
Videopreview s Městem Zlín	Před začátkem baráže bude vydán speciální díl videopreview - kde bude zajímavou formou představený soupeř a jeho hráči. Dále bude vyzpovídán trenér a hráči Beranů. Nastíněné také bude, na jaké promo akce se budou moct fanoušci těšit. Součástí bude spot SMZ, ten bude také uveden jako hlavní partner projektu. Spot v maximální délce 20 sekund. Předpokládaný dosah až 20 tis. uživatelů sledujících klubový Facebook, YouTube a Instagram.	40 000 Kč
Celkem bez DPH		500 000 Kč