



SMLOUVA O POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB

uzavřená podle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, níže uvedeného dne, měsíce a roku (dále jen „*Smlouva*“) mezi smluvními stranami



Vinařský fond

Sídlo: Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno
IČO: 712 33 717
DIČ: CZ71233717
Zastoupený: Ing. Jaroslavem Machovcem, ředitelem
bankovní spojení: 
číslo účtu: 

(dále jen „*Fond*“)

a

REMMARK, a.s.

Sídlo: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
IČO: 25652869
DIČ: CZ25652869
obchodní společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 5258
Zastoupený: Ing. Romanem Heřmanem, předsedou správní rady
bankovní spojení: 
číslo účtu: 

(dále jen „*Agentura*“)

společně dále jen „*Smluvní strany*“

I. Úvodní ustanovení

1. Fond prohlašuje, že:
 - a. je právnickou osobou, zřízenou zákonem č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů, a
 - b. splňuje veškeré podmínky a požadavky v této Smlouvě stanovené a je oprávněn tuto Smlouvu uzavřít a řádně plnit závazky v ní obsažené.
2. Agentura prohlašuje, že:
 - a. je právnickou osobou řádně založenou a existující podle českého právního řádu a podnikatelem dle § 420 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů,
 - b. splňuje veškeré podmínky a požadavky v této Smlouvě stanovené a je oprávněna tuto Smlouvu uzavřít a řádně plnit závazky v ní obsažené,
 - c. ke dni uzavření této Smlouvy vůči ní není vedeno řízení dle zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů, a zároveň se zavazuje Fond o všech skutečnostech o hrozícím úpadku bezodkladně informovat,

- d. je odborně způsobilý ke splnění všech svých závazků dle této Smlouvy a
 - e. zavazuje se udržovat tato svá prohlášení dle odst. 2. v platnosti pro celou dobu účinnosti této Smlouvy.
3. Fond oznámil Agentuře výzvou k jednání v jednacím řízení bez uveřejnění svůj úmysl zadat veřejnou zakázku s názvem „Komunikační kampaň na podporu značky Vína z Moravy, vína z Čech (turistika, hypercubec, e-shopy)“ postupem dle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů. Na základě tohoto zadávacího řízení byla pro plnění vybrána nabídka Agentury.

II. Předmět Smlouvy

1. Touto Smlouvou se Agentura zavazuje poskytovat Fondu služby spočívající v mediální podpoře marketingové kampaně na podporu značky VMVČ v distribučních kanálech „*outdoor, e-shopy a vinařská turistika*“, a to v rozsahu činností a aktivit uvedených v příloze č. 1 této Smlouvy a dále dle pokynů a požadavků Fondu.
2. Agentura se zavazuje realizovat plnění dle čl. II. odst. 1. této Smlouvy a přílohy č. 1 této Smlouvy.
3. Agentura je povinna realizovat a dokončit jednotlivé činnosti a aktivity dle přílohy č. 1 této Smlouvy v době vymezené přílohou č. 1 této Smlouvy k jednotlivým činnostem a aktivitám. Rozsah činností a aktivit daný přílohou č. 1 ujednávají smluvní strany jako maximálně možný, účtováno bude podle skutečného plnění realizovaného Agenturou. Časový harmonogram a rozsah mohou být upraveny, a to v závislosti na včasném dodání technických podkladů k realizaci mediální podpory ze strany Fondu a pokynech Fondu.
4. Fond se zavazuje zaplatit Agentuře za služby poskytované dle této Smlouvy odměnu ve výši a za podmínek dle článku IV. této Smlouvy.

III. Práva a povinnosti Smluvních stran

1. Agentura se zavazuje při své činnosti dbát pokynů Fondu a postupovat s náležitou odbornou péčí. Agentura je povinna reagovat na požadavky a pokyny Fondu dle této Smlouvy v přiměřené době se zohledněním doby plnění jednotlivých aktivit dle přílohy č. 1 této Smlouvy.
2. Agentura se zavazuje pravidelně informovat Fond o skutečnostech, které souvisejí s předmětem této Smlouvy, a to v souladu s pravidly komunikace dle článku VIII. této Smlouvy.
3. Agentura se zavazuje při přípravách a realizaci plnění dle této Smlouvy umožnit Fondu průběžnou kontrolu plnění.
4. Fond se zavazuje poskytnout Agentuře včas informace a materiály, které jsou nezbytné pro řádné a včasné plnění závazků vyplývajících z této Smlouvy.
5. Agentura je povinna předkládat Fondu ke schválení v elektronické podobě soupis služeb obsahující identifikaci služeb případně souvisejících dodávek či dalšího plnění a popis jejich rozsahu, včetně jejich obrazovaného a/nebo textového zachycení (dále jen „**Soupis služeb**“), a to dle článku IV. odst. 4. této Smlouvy.
6. V Soupisu služeb bude uveden soupis plnění realizovaného Agenturou s vymezením skutečně realizovaných aktivit a jejich objemu, a vyobrazení způsobu realizace daných aktivit realizovaných dle přílohy č. 1 této Smlouvy.
7. Fond do pěti (5) pracovních dnů ode dne doručení Soupisu služeb tento buď odsouhlasí, nebo sdělí Agentuře své případné připomínky, na které je Agentura povinna bezodkladně reagovat a předložit Fondu své písemné vyjádření; od okamžiku doručení písemného vyjádření Agentury k připomíncek Fondu běží lhůta dle tohoto odstavce od znovu.

8. Agentura se zavazuje předložit Fondu ke schválení konečnou zprávu o plnění činností dle této Smlouvy, a to do čtrnácti (14) dnů od ukončení účinnosti této Smlouvy. Konečná zpráva musí obsahovat identifikaci služeb případně souvisejících dodávek či dalšího plnění a popis jejich rozsahu, včetně jejich obrazovaného a/nebo textového zachycení použitého Agenturou v rámci poskytnutého plnění.
9. Agentura je povinna zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o nichž se dozvěděla v souvislosti s poskytováním služeb dle této Smlouvy. Zejména se zavazuje nesdělovat předmětné skutečnosti třetím osobám a současně je nevyužít v rozporu s oprávněnými zájmy Fondu.

IV. Odměna a způsob její úhrady

1. Za služby poskytované dle článku II. této Smlouvy se Fond zavazuje zaplatit Agentuře odměnu ve výši podle rozsahu skutečně poskytnutých služeb (realizovaných aktivit), jakožto součin sazby uvedené v příloze č. 1 této Smlouvy k jednotlivým aktivitám a skutečného objemu aktivit realizovaných Agenturou, schválených Fondem v rámci Soupisu služeb dle článku III. odst. 5. a násl. Smlouvy.
2. Celková odměna plnění dle této Smlouvy nepřekročí částku 2.561.599,17,- Kč bez DPH, tj. **3.099.535,- Kč včetně DPH.**
3. Odměna bude Fondu Agenturou vyúčtována a předložena daňovým dokladem – fakturou k proplacení. Přílohou faktury bude Soupis služeb, odsouhlasený Fondem postupem dle článku III. odst. 7. této Smlouvy.
4. Odměna bude Agenturou účtována k 30. 11. 2023. Odměna bude účtována ve výši odpovídající rozsahu služeb skutečně poskytnutých dle přílohy č. 1 této Smlouvy za uplynulé období. Agentura je oprávněna vystavit fakturu, ne však dříve než po odsouhlasení Soupisu služeb Fondem dle článku III. odst. 7. této Smlouvy.
5. Lhůta splatnosti faktur činí 30 dnů ode dne, kdy Fond obdrží od Agentury fakturu se všemi sjednanými náležitostmi a za podmínek v této Smlouvě uvedených.
6. Faktura musí obsahovat náležitosti daňového dokladu (faktury) stanovené zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a další náležitosti stanovené touto Smlouvou. Přílohou faktury musí být Soupis služeb písemně potvrzený Fondem. Nebude-li daňový doklad (faktura) obsahovat stanovené náležitosti je Fond oprávněn fakturu vrátit k přepracování. V tomto případě neplatí původní lhůta splatnosti, ale celá lhůta splatnosti běží znovu ode dne doručení opravené nebo nově vystavené faktury.
7. Odměnu je možné během platnosti této Smlouvy překročit pouze v souvislosti se změnou daňových předpisů týkajících se DPH, a to nejvýše o částku odpovídající této legislativní změně. Změnu odměny bude Agentura povinna písemně oznámit Fondu a důvod změny doložit.
8. V odměně jsou zahrnuty veškeré náklady Agentury spojené s realizací činností dle této Smlouvy včetně licencí dle článku VI. této Smlouvy, byly-li Centrem Fondu poskytnuty.

V. Ukončení Smlouvy

1. Před uplynutím účinnosti této Smlouvy dle článku IX. odst. 3. této Smlouvy je možné tuto Smlouvu ukončit písemnou dohodou obou Smluvních stran nebo písemnou výpovědí kterékoliv ze Smluvních stran s desetidenní výpovědní dobou, která počíná prvním dnem následujícím po dni doručení písemné výpovědi druhé smluvní straně. Smluvní strany mohou od této Smlouvy písemně odstoupit za podmínek stanovených zákonem, zejména Občanským zákoníkem.

2. V případě ukončení Smlouvy výpovědí náleží Agentuře poměrná část odměny dle článku IV. odst. 1. Smlouvy s ohledem na rozsah již zrealizované činnosti Agentury dle této Smlouvy.

VI.

Práva duševního vlastnictví

1. Bude-li jakékoliv plnění dle této Smlouvy naplňovat znaky „*autorského díla*“ podle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, poskytuje Agentura dnem předání nebo poskytnutí tohoto autorského díla Fondu výhradní právo užití toto autorské dílo jakýmkoliv způsobem, a to po celou dobu trvání autorského práva k tomuto autorskému dílu, resp. po dobu jeho autorskopravní ochrany, a to bez omezení rozsahu množstevního, časového, územního (dále jen „*Licence*“). Licence se sjednává jako opravnující, tj. Fond není povinen ji využít.
2. Součástí Licence je rovněž neomezené právo Fondu poskytnout třetím osobám podlicenci k užití tohoto autorského díla v rozsahu s hodným s rozsahem Licence. Dále je součástí Licence souhlas Agentury k postoupení Licence na třetí osoby a souhlas Agentury udělený Fondu k provádění změn nebo modifikací tohoto autorského díla, a to i prostřednictvím třetích osob. Odměna za poskytnutí Licence je součástí Odměny dle článku IV. této Smlouvy.


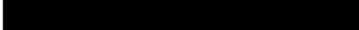
VII.

Sankční ujednání

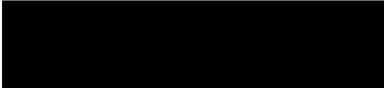
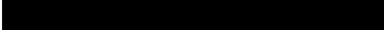
1. V případě prodlení Agentury s poskytováním služeb a aktivit v termínech dle čl. II. odst. 2 této Smlouvy a přílohy č. 1 této smlouvy a/nebo pokynů Fondu má Fond právo na uhrazení smluvní pokuty ve výši 3.000,- Kč za každou aktivitu a každý i jen započatý den prodlení s její realizací.
2. V případě prodlení Agentury s předložením zprávy o realizaci a plnění činností dle této Smlouvy Fondu ke schválení dle článku III. odst. 8. této Smlouvy, má Fond právo na uhrazení jednorázové smluvní pokuty ve výši 1.000,- Kč za každý i jen započatý den prodlení.
3. V případě porušení povinnosti Agentury zachovávat mlčenlivost dle článku III. odst. 9. této Smlouvy má Fond právo na uhrazení smluvní pokuty ve výši 20.000,- Kč za každý případ porušení této povinnosti.
4. Smluvní pokuta je splatná na základě faktury vystavené Fondem a doručené Agentuře. Splatnost faktury je čtrnáct (14) dnů ode dne jejího doručení Agentuře.
5. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo Fondu na náhradu škody.

VIII. Komunikace Smluvních stran

1. Není-li sjednáno jinak, vzájemná komunikace Smluvních stran, zejména jakákoli oznámení či sdělení vyžadovaná podle této Smlouvy, bude činěna v písemné formě v českém jazyce a doručena druhé smluvní straně na níže uvedené adresy.
2. Kontaktními údaji Fondu se rozumí, pokud Fond písemně neoznámí Agentuře změnu kontaktu, následující:

název: Vinařský fond
adresa: Brno, Žerotínovo náměstí 449/3, PSČ 601 82
kontaktní osoba: Ing. Jaroslav Machovec, ředitel
telefon: 
e-mail: 

3. Kontaktními údaji Agentury se rozumí, pokud Agentura písemně neoznámí Fondu změnu kontaktu, následující:

obchodní firma: REMMARK, a.s.
adresa: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
kontaktní osoba: Ing. Roman Heřman
telefon: 
e-mail: 

4. Každá smluvní strana je povinna oznámit bez zbytečného odkladu druhé smluvní straně jakékoliv změny kontaktních údajů uvedených v této Smlouvě a jakoukoliv jinou změnu své doručovací adresy, jakož i sídla, formou doporučeného dopisu podepsaného osobou oprávněnou jednat za smluvní stranu, zaslaného na doručovací adresu uvedenou v této Smlouvě, nebo na jinou později sdělenou adresu. Řádným doručením tohoto oznámení dojde ke změně kontaktních údajů smluvní strany bez nutnosti změny nebo uzavření dodatku k této Smlouvě.

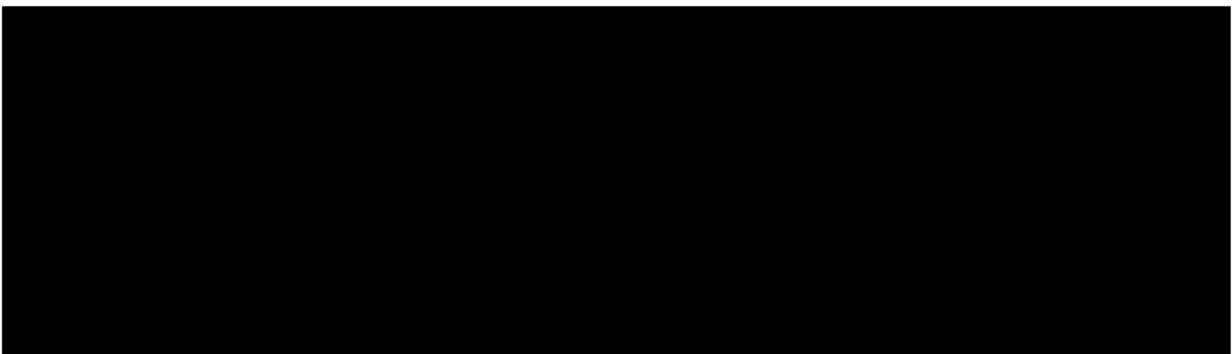
IX. Závěrečná ustanovení

1. Tato Smlouva se stává platnou dnem podpisu oběma Smluvními stranami a účinnou dnem zveřejnění v registru smluv podle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů.
2. Za tímto účelem Smluvní strany sjednávají, že Smlouvu zašle správci registru smluv k uveřejnění prostřednictvím registru smluv v zákonné lhůtě Fond.
3. Tato Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do 30. 11. 2023.
4. Jakékoliv změny nebo dodatky k této Smlouvě lze učinit pouze v písemné formě formou vzestupně číslovaných dodatků podepsaných oběma Smluvními stranami, resp. jejich oprávněnými zástupci.
5. Pokud by se kterékoliv ustanovení Smlouvy ukázalo být neplatným, zejména z důvodu rozporu s kogentním ustanovením obecně závazných právních předpisů, pak tato skutečnost nepůsobí neplatnost než onoho konkrétního ustanovení. Smluvní strany se zavazují takové neplatné ustanovení dohodou nahradit ustanovením svým obsahem nejbližším zamýšlenému účelu takového neplatného ustanovení, respektujícím požadavky kogentních ustanovení právních předpisů.
6. Nedílnou součástí této Smlouvy je příloha č. 1: Nabídka agentury REMMARK, a.s.

Smluvní strany prohlašují, že souhlasí s textem této Smlouvy, že tato smlouva byla sepsána na základě jejich pravé a svobodné vůle a na důkaz toho připojují pod tuto Smlouvu své podpisy.

Za Fond:

Za Agenturu:



Příloha č. 1: Nabídka agentury REMMARK, a.s.

Písemná nabídka

Nabídka agentury do jednacího řízení bez uveřejnění	
Komunikační kampaň na podporu značky Vína z Moravy, vína z Čech (turistika, hypercubes, e-shopy)	
Objednatel:	Vinařský fond, IČO: 71233717, sídlem Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Agentura:	REMMARK, a.s. , IČO: 25652869, sídlem Křemencova 178, 110 00 Praha 1

**Podrobný popis
navrženého plnění
dle podmínek a
požadavků výzvy
k podání nabídky**

Prezentace značky VMVČ a posílení prodeje našich vín a to:

- a) v blízkosti prodejních řetězců,
- b) v e-shopech,
- c) v blízkosti našich vinařů (podpora vinařské turistiky)

a) OOH v blízkosti prodejních řetězců

Návrh outdoor ploch na podporu značky VMVČ spočívá v dosažení mediálního pokrytí co nejširší cílové skupiny nakupujících v retailu. Výhodou outdoor kampaně je dlouhodobé a pravidelné působení. Navrhované formáty kampaně jsou s ohledem na konkrétní umístění u jednotlivých provozoven

- do exteriéru – prioritně hypercubes, případně postercubes a
- do interiéru - set 3 ks oboustranných panelů.

Cílení je na nakupující v retailu obchodních řetězců (Kaufland, Makro a jiné). Nadproporcionální zastoupení bude mít v souladu s požadavky zadavatele řetězec Kaufland (50-60 % ploch). U poboček Makra je plánováno předběžně cca 20% ploch a u ostatních obchodních řetězců s důrazem na umístění ve větších obchodních centrech 20-30% ploch.

V rámci realizace projektu agentura zajistí:

- pronájem místa k umístění reklamní konstrukce
- reklamní konstrukce v potřebném počtu, vč. zatížení
- dopravu konstrukce a plachet/plakátů na místo určení a zpět
- potisk reklamních plachet/tisk plakátů odpovídajících technickým podmínkám reklamních konstrukcí
- instalaci a deinstalaci reklamní konstrukce a reklamních plachet/plakátů

Vzorové foto hypercube a jeho umístění je na obrázku níže. Kreativita bude dodána agenturou Outbreak.



Rozpočet kampaně:

Mediální náklady	formát	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH
hypercubes (4 plachty)	min. 2x2x4m	červen - září/říjen/listopad	49 000	min. 28 dnů	28	1 372 000	1 660 120
postercubes (4 plachty)	min. 1x1x2m	červen - září/říjen/listopad	39 000	min. 28 dnů	1	39 000	47 190
set panelů (3ks/ 6 plakátů)	oboustranný panel min. 1,2 m2	červen - září/říjen/listopad	54 000	min. 28 dnů	1	54 000	65340
tisková produkce	dle typu plochy	červen - září/říjen/listopad	max 1 790	plachta/plakát	40	71 600	86 636
Celkem						1 536 600	1 859 286

Agenturní náklady	popis činnosti	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH
account manager	projektové řízení	květen/červen-říjen/listopad	900	hodina	36	32 400	39 204
media manager	nákup OOH médií	květen/červen-říjen/listopad	900	hodina	90	81 000	98 010
Celkem						113 400	137 214

Celkem za OOH		1 650 000	1 996 500
----------------------	--	------------------	------------------

Předpokládané mediální parametry kampaně:

Předpokládaný počet ploch	30
Průměrný předpokládaný zásah 1 plochy (osoby)	28 000
Průměrný předpokládaný počet kontaktů 1 plochy	120 000
Předpokládaný celkový zásah	840 000
CTR	3 600 000

b) E-shopy

Reklama na vybraných e-shopech rohlik.cz a globalwines.cz bude zacílena k podpoře značky VMVČ a prodeje našich vín.

Bude nasazena ve dvou vlnách, a to v květnu nebo červnu 2023 a v září nebo říjnu 2023. Přesný termín nasazení kampaně bude navržen agenturou a odsouhlasen zadavatelem. Podzimní termín bude využit jen a pouze v situaci, kdy z vyhodnocení jarní kampaně vyplyne dostatečná efektivita podpory prodeje.

Vybrané formáty online reklamy budou především HP bannery, příp. bannery v kategorii. Agentura zároveň projedná

- možnost prezentace značky formou ikony kategorie
- možnost využití direct mailu formou push notifikace a brandového newsletteru

Rozpočet kampaně:

Mediální náklady	formát	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH
www.rohlik.cz	banner home page/přip. kategorie	květen a září	50 000	týden	2	100 000	121 000
www.rohlik.cz	ikona kategorie	dle projednání	50 000	rok	1	50 000	60 500
www.rohlik.cz	push notifikace/1000 zákazníků	dle projednání	15 000	CPT	2	30 000	36 300
www.rohlik.cz	brandový newsletter/1000 zákazníků	dle projednání	25 000	CPT	2	50 000	60 500
www.global-wines.cz	článek / blog, banner home page, propagace na sociálních sítích	květen a září	50 000	týden	2	100 000	121 000
Celkem						330 000	399 300

Agenturní náklady	popis činnosti	předběžné období	cena hodina	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH
account manager	projektové řízení	květen-září	900	hodina	36	32 400	39 204
media manager	nákup online prostoru	květen-září	900	hodina	60	54 000	65 340
Celkem						86 400	104 544

Celkem za eshopy						416 400	503 844
-------------------------	--	--	--	--	--	----------------	----------------

Předpokládané mediální parametry kampaně:

Rohlik.cz

Investovaná částka do propagace formou bannerů	100 000 Kč
Předpokládaný počet impresí	120 000
CPT	1 200 Kč
Předpokládaný počet prokliků	420
CTR	0,35%

Global Wines

Investovaná částka do propagace formou bannerů a sociálních sítí	100 000 Kč
Předpokládaný počet impresí	150 000
CPT	1 500 Kč
Předpokládaný počet prokliků	750
CTR	0,50%

c) v blízkosti našich vinařů (podpora vinařské turistiky)

Projekt navazuje na podporu vinařské turistiky z předchozích let zejména s akcentem na posílení návštěvnosti jižní Moravy jako hlavního vinařského regionu.

Návrh mediálních aktivit směřovaných k tématu vinařské turistiky spočívá v dosažení mediálního pokrytí co nejširší cílové skupiny pomocí nástrojů media relations (deníky, společenské a ženské tituly, magazíny o cestování, lifestyle) a speciálních projektů realizovaných ve spolupráci s vybranými vydavatelskými vysoko-nákladovými tituly.

Projekt bude aktivizovat veřejnost k návštěvě vinařských regionů, zejména v souvislosti s aktuálně probíhajícím atraktivním programem. Vzhledem k tomu byly vybrány následující nástroje:

- speciální mediální projekty
 - o připravené zejména ve spolupráci s vysoce navštěvovanými a afinitními on-line médii

	<ul style="list-style-type: none"> - media relations <ul style="list-style-type: none"> o příprava materiálů o vinařské turistice a jejich umístování do médií <ul style="list-style-type: none"> ▪ tisk (deníky, supplementary deníků, společenské a ženské magazíny, média s vinařskou tematikou, média o turistice) ▪ internet (rubriky o cestování, kalendáře akcí atd.) ▪ rozhlas (s ohledem na zásah a formáty sdělení především veřejnoprávní stanice) o témata komunikace <ul style="list-style-type: none"> ▪ víno jako turistický cíl – představení vinařských cílů, akcent na podporu vinařů ▪ terroir jako turistický cíl – VOC, vyhlášené viniční tratě, odrůdy a jejich vazby na lokalitu ▪ konkrétní tipy na výlety – kombinace nadčasových turistických tipů a konkrétních akcí v daném čase a místě ▪ vinařská nej – největší regionální zajímavosti z oblasti vinařství ▪ představení relevantních poskytovatelů služeb vinařské turistiky (vinné sklepy, vinařství, vinotéky ve vinařských oblastech...) – zejména z okruhu držitelů certifikace ▪ pozvánky na vinařské akce v regionech ▪ (cyklo)turistika - prezentace vinařských regionů ČR ▪ synergie s projektem na podporu vinařské turistiky ve Středočeském kraji. - podpora vinařské turistiky prostřednictvím prezentace vinařských akcí na on-line agregátorech informací o turisticky zajímavých událostech v České republice (typově půjde o servery www.kudyznudy.cz, www.akce.cz, www.kultura365.cz, www.atlasceska.cz, www.listyjm.cz, www.i60.cz, www.informuji.cz, www.mistnikultura.cz, www.denik.cz a další). Aktualizace bude cca 1x týdně v období červen-říjen 2023 v rozsahu cca 2 hod., tedy v celkové časové náročnosti 40 hod. Agentura bude ve spolupráci s redakcemi na jejich stránky pravidelně umisťovat informace o TOP vinařských akcích pro dané období za účelem <ul style="list-style-type: none"> o zvýšení povědomí veřejnosti o vinařských akcích a o zvýšení návštěvnosti webu VMVČ, kam budeme jednotlivé zápisy linkovat.
--	---

		<p>Rozpočet kampaně:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mediální náklady</th> <th>formát</th> <th>předběžné období</th> <th>cena jednotka</th> <th>jednotka</th> <th>počet jednotek</th> <th>cena celkem v Kč bez DPH</th> <th>cena celkem v Kč vč. DPH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>denik.cz</td> <td>banner</td> <td>červen-říjen</td> <td>30</td> <td>CPT</td> <td>300</td> <td>9 000</td> <td>10 890</td> </tr> <tr> <td>denik.cz</td> <td>článek</td> <td>červen-říjen</td> <td>5 000</td> <td>článek</td> <td>15</td> <td>75 000</td> <td>90 750</td> </tr> <tr> <td>cnc.cz</td> <td>banner</td> <td>červen-říjen</td> <td>30</td> <td>CPT</td> <td>866,65</td> <td>26 000</td> <td>31 459</td> </tr> <tr> <td>blesk.cz</td> <td>článek</td> <td>červen-říjen</td> <td>5 000</td> <td>článek</td> <td>10</td> <td>50 000</td> <td>60 500</td> </tr> <tr> <td>turistika.cz</td> <td>branding</td> <td>červen-říjen</td> <td>100</td> <td>CPT</td> <td>80</td> <td>8 000</td> <td>9 680</td> </tr> <tr> <td>turistika.cz</td> <td>social media</td> <td>červen-říjen</td> <td>40</td> <td>CPT</td> <td>20</td> <td>800</td> <td>968</td> </tr> <tr> <td>turistika.cz</td> <td>PR článek</td> <td>červen-říjen</td> <td>5 000</td> <td>článek</td> <td>3</td> <td>15 000</td> <td>18 150</td> </tr> <tr> <td colspan="6">Celkem</td> <td>183 800</td> <td>222 397</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Agenturní náklady</th> <th>popis činnosti</th> <th>předběžné období</th> <th>cena jednotka</th> <th>jednotka</th> <th>počet jednotek</th> <th>cena celkem v Kč bez DPH</th> <th>cena celkem v Kč vč. DPH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>account manager</td> <td>projektové řízení</td> <td>květen-říjen</td> <td>900</td> <td>hodina</td> <td>36</td> <td>32 400</td> <td>39 204</td> </tr> <tr> <td>grafik</td> <td>grafika, formátování bannerů</td> <td>květen-říjen</td> <td>900</td> <td>hodina</td> <td>20</td> <td>18 000</td> <td>21 780</td> </tr> <tr> <td>PR manažer</td> <td>spolupráce s agregátory akcí</td> <td>květen-říjen</td> <td>900</td> <td>hodina</td> <td>40</td> <td>36 000</td> <td>43 560</td> </tr> <tr> <td>PR manažer</td> <td>media relations</td> <td>květen-říjen</td> <td>900</td> <td>hodina</td> <td>250</td> <td>225 000</td> <td>272 250</td> </tr> <tr> <td colspan="6">Celkem</td> <td>311 400</td> <td>376 794</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tr> <td>Celkem za VT</td> <td></td> <td>495 200</td> <td>599 191</td> </tr> </table>							Mediální náklady	formát	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH	denik.cz	banner	červen-říjen	30	CPT	300	9 000	10 890	denik.cz	článek	červen-říjen	5 000	článek	15	75 000	90 750	cnc.cz	banner	červen-říjen	30	CPT	866,65	26 000	31 459	blesk.cz	článek	červen-říjen	5 000	článek	10	50 000	60 500	turistika.cz	branding	červen-říjen	100	CPT	80	8 000	9 680	turistika.cz	social media	červen-říjen	40	CPT	20	800	968	turistika.cz	PR článek	červen-říjen	5 000	článek	3	15 000	18 150	Celkem						183 800	222 397	Agenturní náklady	popis činnosti	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH	account manager	projektové řízení	květen-říjen	900	hodina	36	32 400	39 204	grafik	grafika, formátování bannerů	květen-říjen	900	hodina	20	18 000	21 780	PR manažer	spolupráce s agregátory akcí	květen-říjen	900	hodina	40	36 000	43 560	PR manažer	media relations	květen-říjen	900	hodina	250	225 000	272 250	Celkem						311 400	376 794	Celkem za VT		495 200	599 191
Mediální náklady	formát	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH																																																																																																																													
denik.cz	banner	červen-říjen	30	CPT	300	9 000	10 890																																																																																																																													
denik.cz	článek	červen-říjen	5 000	článek	15	75 000	90 750																																																																																																																													
cnc.cz	banner	červen-říjen	30	CPT	866,65	26 000	31 459																																																																																																																													
blesk.cz	článek	červen-říjen	5 000	článek	10	50 000	60 500																																																																																																																													
turistika.cz	branding	červen-říjen	100	CPT	80	8 000	9 680																																																																																																																													
turistika.cz	social media	červen-říjen	40	CPT	20	800	968																																																																																																																													
turistika.cz	PR článek	červen-říjen	5 000	článek	3	15 000	18 150																																																																																																																													
Celkem						183 800	222 397																																																																																																																													
Agenturní náklady	popis činnosti	předběžné období	cena jednotka	jednotka	počet jednotek	cena celkem v Kč bez DPH	cena celkem v Kč vč. DPH																																																																																																																													
account manager	projektové řízení	květen-říjen	900	hodina	36	32 400	39 204																																																																																																																													
grafik	grafika, formátování bannerů	květen-říjen	900	hodina	20	18 000	21 780																																																																																																																													
PR manažer	spolupráce s agregátory akcí	květen-říjen	900	hodina	40	36 000	43 560																																																																																																																													
PR manažer	media relations	květen-říjen	900	hodina	250	225 000	272 250																																																																																																																													
Celkem						311 400	376 794																																																																																																																													
Celkem za VT		495 200	599 191																																																																																																																																	
Harmonogram plnění:	Od 11.5.2023 nebo ode dne nabytí účinnosti smlouvy, podle toho, co nastane později, nejpozději do 30.11.2023																																																																																																																																			
Maximální cena plnění:	1.996.500 + 503.844 + 599.191 Kč = 3.099.535 Kč včetně DPH.																																																																																																																																			
Další náležitosti	<p>Jednotlivé počty jednotek v rozpočtech se mohou měnit v závislosti na</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktuální situaci, nabídce konkrétního mediálního prostoru, - požadavcích zadavatele, - příp. optimalizaci kampaně ze strany agentury <p>To vše jen za předpokladu, že nebude překročena maximální cena plnění, tj. 3.099.535 Kč.</p>																																																																																																																																			

V Praze dne 11/5/2023

