**Smlouva o dílo č. CCRVM/005/2024**

**Článek I. Smluvní strany**

**Objednatel: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s.**

Adresa: J. A. Bati 5520, 761 90 Zlín

Zápis v obchodním rejstříku: oddíl O, vložka 338, vedený u Krajského soudu v Brně Identifikační číslo: 277 44 485

Daňové identifikační číslo: CZ27744485, není plátce DPH Zastoupená: Mgr. Zuzana Vojtová, statutární zástupce

Telefon: XXXXXXXXXXXXXXXXXXX

e-mail: XXXXXXXXXXXXXXXXXXX

(dále jen: objednatel)

a

## Dodavatel:

Dodavatel: MDMA Digital s.r.o.

Zapsaný v obchodním rejstříku: Spisová značka: C 372685/MSPH Městský soud v Praze

Sídlo: Chudenická 1059/30, 102 00 Praha - Hostivař

IČ: 17522048

DIČ: CZ17522048

Zastoupený: Davidem Mikuláškem a Markem Bullawou - jednateli

bankovní spojení: Komerční banka

č.ú.: XXXXXXXXXXXXXXXXXXX

(dále jen: dodavatel)

## Článek II. Preambule

1. Tato smlouva je uzavírána v rámci realizace díla "Online marketingová kampaň část II. podzim v rámci projektu Východní Morava v pohybu“ (dále jen „dílo“).
2. Dodavatel prohlašuje, že má veškeré právní, technické a personální předpoklady, kapacity a odborné znalosti, jejichž je třeba k provedení díla sjednaného touto smlouvou (dále jen „dílo“), a je schopen zajistit splnění sjednaného předmětu díla.
3. Objednatel prohlašuje, že má ujasněnou představu o konečné podobě díla, je schopen zajistit průběžné konzultování konkrétní problematiky a má zabezpečeno finanční krytí celé ceny díla, jak je dále sjednáno.

## Článek III. Předmět plnění

Dodavatel se touto smlouvou objednateli zavazuje, že pro něj ve sjednané době a za sjednaných podmínek zajistí **online marketingovou kampaň část II. podzim“.**

Předmětem smlouvy je zajistit **činnosti dle přílohy č. 1 této smlouvy -** Specifikace předmětu smlouvy. Není-li z uvedené specifikace některý parametr díla zřejmý, potom se takový parametr určí podle zadávacích podmínek a podané nabídky dodavatele předcházejících uzavření této smlouvy. Rozsah a obsah závazků dodavatele podle této smlouvy je kromě této smlouvy určen také zadávacími podmínkami zadávacího řízení předcházejícího uzavření této smlouvy a obsahem nabídky dodavatele, kterou podal do tohoto zadávacího řízení a na základě které s ním byla tato smlouva uzavřena. Při určení rozsahu a obsahu závazků dodavatele se uplatní pravidlo, podle něhož je rozsah a obsah závazku určen tím ze shora uvedených dokumentů, který definuje rozsah a obsah konkrétního závazku nejšíře a nejkonkrétněji.

Dodavatel je povinen v rámci předmětu díla provést veškeré smluvní činnosti, služby a výkony, kterých je potřeba k provedení a dokončení smluveného předmětu díla.

## Článek IV.

**Způsob realizace předmětu smlouvy**

1. Při plnění zakázky bude dodavatel postupovat zejména v souladu s platnými českými technickými normami, které přejímají evropské normy, evropskými normami, evropskými technickými schváleními, technickými specifikacemi zveřejněnými v Úředním věstníku Evropské unie a českými technickými normami, které se vztahují, upravují či jinak regulují předmět této smlouvy, se zadávací dokumentací zakázky vč. příloh.
2. Dodavatel se také zavazuje neposkytnout dílo ani jeho části jiným osobám než objednateli.
3. Dodavatel se zavazuje, že bude dílo označovat dle požadavků a pokynů objednatele.

## Článek V.

**Čas a místo plnění**

1. Realizace díla bude zahájena po podpisu této smlouvy. Místo plnění: J. A. Bati 5520, 760 90 Zlín
2. Předání a převzetí řádně zhotoveného díla, včetně předání dílčích plnění dle přílohy č. 1, bude prováděno na základě předaných výstupů a podepsaného předávacího protokolu objednatelem a dodavatelem.

## Článek VI. Cena díla

Cena plnění, platební podmínky

1. Cena za provedení díla dle této smlouvy byla stanovena dohodou účastníků smlouvy dle zákona číslo 526/1990 Sb., o cenách, v platném znění, a to ve výši:

Celková cena bez DPH 407024 Kč

Výše DPH 21% 85476 Kč

Celková cena díla včetně DPH 492500 Kč

(slovy: čtyři sta devadesát dva tisíc pět set Korun českých)

1. Cena obsahuje veškeré náklady uchazeče nezbytné k realizaci díla.
2. Cena je nejvýše přípustná.
3. Cena díla je blíže specifikována v příloze č. 2 smlouvy.
4. Změna ceny díla je možná na základě změny rozsahu díla a musí být sjednána písemným dodatkem k této smlouvě.
5. Výše ceny s DPH se v průběhu realizace díla může změnit v případě změny zákonné sazby DPH ke dni uskutečnění zdanitelného plnění oproti zákonné sazbě platné ke dni uzavření této smlouvy.
6. Dodavatel souhlasí s neposkytnutím záloh.
7. Strany se dohodly na níže uvedené formě fakturace. Platba bude provedena převodem finančních prostředků na účet dodavatele v termínu do 30 dnů po předání faktury objednateli. Termínem úhrady se rozumí den odepsání peněžních prostředků z účtu objednatele. Fakturace bude provedena na základě doložení reportu o plnění včetně fotodokumentace a předávacího protokolu po ukončení díla.
8. Faktura bude obsahovat náležitosti podle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.
9. Platba bude provedena na základě faktury, která bude splňovat náležitosti daňového dokladu dle obecně platných předpisů a budou označeny textem: **„Tento doklad je hrazen z Projektu Východní Morava v pohybu, který je realizován za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj. Hrazeno z dotace ZK.“.**
10. Nesplatnou fakturu je objednatel oprávněn vrátit dodavateli, jestliže neobsahuje náležitosti dle předchozích odstavců nebo jestliže fakturovaná cena neodpovídá rozsahu převzatého díla. Nová **30ti denní lhůta splatnosti** pak začne běžet doručením opravené faktury.

## Článek VII.

**Předání díla, odpovědnost za vady a záruka**

1. Dodavatel předá dílo bez vad, přičemž dílo má vady, jestliže provedení díla neodpovídá výsledku určenému ve smlouvě.
2. Poté, co dodavatel předá dílo objednateli, má tento 5 pracovních dnů na to, aby dílo prohlédl a konstatoval zda-li dílo odpovídá výsledku určenému v této smlouvě. Konstatuje-li objednatel, že dílo odpovídá výsledku určenému v této smlouvě, potvrdí objednatel tuto skutečnost v protokolu. Je-li objednatelem potvrzeno převzetí díla bez vad a nedodělků, je dodavatel oprávněn vystavit daňový doklad dle článku VI odst. 7 až 9 této smlouvy.
3. Konstatuje-li však objednatel, že dílo neodpovídá výsledku určenému v této smlouvě je dodavatel povinen ve lhůtě 10 dnů upravit dílo dle pokynů objednatele tak, aby odpovídalo tomu, co bylo dohodnuto v této smlouvě.
4. Následně dodavatel předá dílo objednateli, přičemž postup dle odst. 2 tohoto článku se opakuje. Neodpovídá-li však opět dílo výsledku určenému ve smlouvě, je objednatel oprávněn odstoupit

od smlouvy, přičemž dodavatel v případě odstoupení objednatele od smlouvy nemá nárok na úhradu části díla, která neodpovídá výsledku dohodnutému ve smlouvě. Odstoupí-li objednatel od smlouvy dle předchozí věty, nemá dodavatel nárok ani na úhradu částí díla, které nebyly ještě dodavatelem předány. Nevyužije-li objednatel práva na odstoupení, je dodavatel povinen v objednatelem stanovené lhůtě upravit dílo dle pokynů objednatele tak, aby odpovídalo tomu, co bylo dohodnuto v této smlouvě, přičemž postup dle bodu 2 – 4 se opakuje.

1. Dodavatel odpovídá za vady, jež má dílo v době jeho předání.
2. Jde-li o vadu, která se projeví po předání díla, a kterou lze odstranit, dodavatel tuto vadu odstraní do 30 dnů od dne, kdy objednatel uplatnil právo na odstranění vady.
3. Jde-li o vadu neodstranitelnou, která však nebrání řádnému užívání díla, má objednatel právo na přiměřenou slevu z ceny díla nebo jeho části.

## Článek VIII. Sankce

1. Smluvní závazek provést dílo zaniká včasným a řádným splněním předmětu smlouvy v dohodnutých termínech a předáním díla objednateli.
2. V případě nedodržení termínu splatnosti bude dodavatel oprávněn účtovat objednateli úrok z prodlení dle obecně závazného právního předpisu.
3. V případě nedodržení termínu dodání díla (části díla) bude objednatel oprávněn účtovat dodavateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z celkové ceny díla bez DPH, za každý i započatý den prodlení od smluveného termínu.
4. Jestliže je dodavatel v prodlení s dodáním díla trvajícím déle než 14 dní nebo neprovádí dílo v souladu s touto smlouvou, je objednatel oprávněn odstoupit od smlouvy.
5. Právo na náhradu škody způsobené nesplněním povinností, za něž se sjednává smluvní pokuta, není zaplacením smluvní pokuty nijak dotčeno.
6. Okolnosti vylučující odpovědnost zprošťují povinnou stranu povinnosti platit smluvní pokutu.

## Článek IX. Ostatní ujednání

1. Dodavatel se zavazuje archivovat veškeré doklady, které souvisí s realizací díla a jeho financováním po dobu 10 let od proplacení platby, tj. od odepsání z účtu zadavatele, nejméně však do konce roku 2033.
2. Dále se dodavatel zavazuje umožnit přístup kontrolním orgánům do objektů a na pozemky dotčené prováděním díla a jeho realizací a provést kontrolu dokladů souvisejících s projektem.
3. Touto smlouvou zároveň dodavatel objednateli poskytuje výhradní licenci ke všem způsobům užití díla (částem díla) v neomezeném rozsahu a právo upravit či jinak měnit dílo, jeho název nebo označení autora nebo spojit díla s jiným dílem, jakož i zařadit dílo do díla souborného. Objednatel může oprávnění tvořící součást licence zcela nebo zčásti poskytnout třetí osobě (podlicence), k čemuž dodavatel (autor) poskytuje výslovný souhlas. Poskytnutí licence (včetně všech případných podlicencí) dle této smlouvy je bezúplatné s ohledem na souběžné sjednání ceny díla dle čl. VI této smlouvy.
4. Dodavatel prohlašuje, že má své právní poměry uspořádány způsobem, který mu umožňuje poskytnutí shora uvedené licence objednateli.

## Článek X. Všeobecná ujednání

1. Tuto smlouvu lze změnit nebo doplňovat pouze písemnými vzestupně číslovanými dodatky, které budou podepsány oběma smluvními stranami.
2. Nastanou-li u některé ze smluvních stran skutečnosti bránící řádnému plnění této smlouvy, je povinna to ihned bez zbytečného odkladu oznámit druhé straně a vyvolat jednání zástupců smluvních stran.
3. Smlouva nabývá platnosti dnem podpisu oběma stranami.
4. Smluvní strany prohlašují, že žádná část smlouvy nenaplňuje znaky obchodního tajemství dle § 504 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Obě smluvní strany se zavazují, že obchodní a technické informace, které jim byly v průběhu realizace díla svěřeny druhou stranou, nezpřístupní třetím osobám bez písemného souhlasu druhé strany a nepoužijí tyto informace k jiným účelům, než je k plnění podmínek smlouvy.
5. Právní vztahy touto smlouvou výslovně neupravené se řídí občanským zákoníkem.
6. Tato smlouva se vyhotovuje ve dvou stejnopisech, z nichž jeden obdrží dodavatel a jeden objednatel.
7. Smluvní strany této smlouvy prohlašují a stvrzují svými podpisy, že mají plnou způsobilost k právním úkonům, a že tuto smlouvu uzavírají svobodně a vážně, že ji neuzavírají v tísni za nápadně nevýhodných podmínek, že si ji řádně přečetly a jsou srozuměny s jejím obsahem.
8. Nedílnou součástí smlouvy je příloha č. 1 – Podrobný popis díla a příloha č. 2 – Cena dle dílčích plnění

Ve Zlíně dne Ve Zlíně dne

za objednatele za dodavatele

Mgr. Zuzana Vojtová Ředitelka,

Statutární zástupkyně

David Mikulášek Ing. Marek Bullawa

jednatelé

# příloha č. 1 smlouvy – Specifikace předmětu smlouvy Téma kampaně

# Východní Morava jako turistický region – turistická nabídka regionu navázaná na všechny její oblasti – Valašsko, Slovácko, Kroměřížsko, Zlínsko-Luhačovicko. Zaměření na „region v pohybu“ (cykloturistika, Baťův kanál, aktivní pěší turistika).

# Komunikace nového turistického produktu „Baťův region“.

# Termín kampaně

# Termín realizace kampaně: září 2024 – říjen 2024

# Cíle kampaně

# Přímým cílem je:

# Navázat na jarní část kampaně (výstupy z jarní části kampaně budou k dispozici v srpnu 2024).

# Zajistit maximální efektivitu kampaně jak z hlediska kvality pokrytí cílové skupiny, tak využití finančních prostředků Zadavatele.

# Zajistit, že Zadavatel dostane špičkovou službu v oblasti strategického a detailního plánování a nákupu médií.

# Zajistit stálou odpovědnost za udržení co nejvyšší komunikační efektivity (hodnocení výkonu).

# Zprostředkovaným cílem je:

# Prezentace regionu Východní Morava coby atraktivní destinace cestovního ruchu vhodné pro rodiny s dětmi, osoby se zaměřením na aktivní trávení volného času i na aktivní seniory, a to za účelem zvýšení návštěvnosti tohoto regionu zejména ze strany domácích – tedy českých turistů. A také jim ukázat, že i na podzim je Východní Morava tím správným místem pro trávení aktivní dovolené.

# V návaznosti na druhé téma kampaně – „Baťův region“ je cílem komunikace regionu Východní Morava jako místa, kde je stále živý baťův odkaz. Zaměření na Zlín jako srdce Baťova regionu – Továrny v zahradách, baťovské domky i jedinečná funkcionalistická architektura a další místa v regionu, která mohou návštěvníci objevit.

# Strategie online kampaně Náš přístup ke strategii: Zvýšení návštěvnosti webu dosáhneme optimálním rozložením investic do jednotlivých reklamních kanálů.

# Nezaměřujeme se pouze na kvantitu a splnění KPI, ale i na relevanci a kvalitu přivedené návštěvnosti.

# Toho docílíme především volbou kvalitního cílení dle zadání.

# Dále pomocí vyhledávacích kampaní pak budeme získávat návštěvníky, kteří již aktivně plánují dovolenou aktivního rázu.

# Geograficky navrhujeme cílit na kraje a regiony, které sousedí se Zlínským krajem, a to jak v ČR tak na Slovensku. Dále také na Zlínský kraj samotný. Zde vnímáme největší potenciál získávat uživatele, kteří následně skutečně Východní Moravu navštíví.

# PPC kampaně strukturujeme tak, abychom doručovali vždy co nejrelevantnější obsah koncovému uživateli.

# V průběhu budeme kampaně reportovat a optimalizovat na základě výsledků a chování návštěvníků na webu pro dosažení co nejlepších výsledků. Analytika: Spuštění kampaně bude předcházet kontrola a úprava měření na webu.

# Vzhledem k častým změnám legislativy došlo v posledních dvou letech k řadě obměn specifikací marketingových a konverzních kódů.

# Upravíme mechanismus schvalování cookies na webu a konverzní kódy tak, aby vyhovovaly národní a evropské legislativě, podmínkám Googlu a zároveň abychom získali co největší množství analytických a marketingových dat.

# To nám umožní optimalizaci kampaní k dosažení dobrých výsledku a také následně jejich prezentaci po skončení projektu.

# PR články: Zrealizujeme návrh textace, který si následně s vámi schválíme.

# V případě potřeby učiníme úpravy na základě zpětné vazby od vás.

# Provedeme překlad do slovenštiny.

# Zajistíme publikaci ve volnočasových sekcích na velkých zpravodajských webech dle možností.

# PR články budou rovnoměrně rozděleny dle témat v kampani a zároveň v harmonogramu kampaně.

# Vzhledem k požadavku na minimální počet zobrazení, vybíráme takové portály, které v současnosti poskytují adekvátní návštěvnost:

# Seznam.cz (Super.cz nebo podobné - organicky): 2 články

# Zoznam.sk (Topky.sk nebo podobné - organicky): 2 články

# \*V případě, že zadavatel bude preferovat jiné portály, lze z naší strany vyjít vstříc a nabídnout alternativu v podobě jiných umístěních v podobné cenové hladině. Příspěvky na sociálních sítích: V rámci návrhu zajistíme text a grafiku příspěvků na sociálních sítích dle požadavků.

# Následně posíláme náhledy ke schválení. Pokud bude potřeba, provedeme úpravy na základě zpětné vazby.

# Obsahové rozložení bude plně odpovídat zadávací dokumentaci projektu.

# Ke každému příspěvku vytváříme automaticky i stories.

# Navrhujeme udělat celkem 10 postů. S rozdělením 8 (2 pro každou oblast) + 2 zaměřených na Baťův region.

# Při dvouměsíční kampani počítáme s rovnoměrným rozdělením jednotlivých postů v průběhu času. Pořadí postů bude předem schvalováno se zadavatelem.

# Publikační plán:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1.týden** | **2.týden** | **3.týden** | **4.týden** | **5.týden** | **6.týden** | **7.týden** | **8.týden** |
| **PR články** | Východní Morava jako turistický region CZ |  | Východní Morava jako turistický region SK |  | Baťův region CZ |  | Baťův region SK |  |
| **SoME posty** | Valašsko 1  Baťuv region 1 | Slovácko 1 | Kroměřížsko 1 | Zlínsko-L. 1 | Valašsko 2  Baťuv region 2 | Slovácko 2 | Kroměřížsko 2 | Zlínsko-L. 2 |
| **Media spend s DPH**  **(Google+Sklik+META)** | 20 625 Kč | 20 625 Kč | 20 625 Kč | 20 625 Kč | 20 625 Kč | 20 625 Kč | 20 625 Kč | 20 625 Kč |

# PPC kampaně na Google Ads a Sklik: Vyhledávací kampaň:

# Na základě dodaných analýz klíčových slov, budou vystavěny vyhledávací kampaně. Ty budou strukturovaný tak, aby bylo možné oddělit jednotlivá témata i regiony, a to jak v rámci reportingu výsledků, tak i reklamním sdělením.

# Obsahová kampaň:

# Bude vytvořeno celkem 5 sad bannerů, jeden pro každý z regionů a jeden pro produkt “Baťův region”. Samozřejmě projdou schvalovacím procesem klienta, případně úpravami, bude li to potřeba.

# Bannerovou kampaň cílíme geograficky na vybrané oblastí zmíněné v úvodu a behaviorálně na rodiny s dětmi a lidi se zájmem o cestování a aktivní turistiku.

# Mediální mix a náklady:

# 

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Reklamní kanál** | **Zobrazení** | **Kliknutí** | **Dosah** | **Media s DPH** |
| Placená propagace příspěvků na soc. sítích | 300 000 | 6 500 | 300 000 | 10,000 Kč |
| Vyhledávací kampaň Google Ads | 32 000 | 4 900 |  | 30,000 Kč |
| Obsahová kampaň Google Ads | 2 100 00 | 36 900 |  | 80,000 Kč |
| Vyhledávací kampaň Sklik | 16 000 | 4 000 |  | 10,000 Kč |
| Obsahová kampaň Sklik | 660 000 | 11 000 |  | 35,000 Kč |
| PR články |  |  | 350 000 | 213,000 Kč |
| **Celkem** | **3 108 000** | **63 300** | **650 000** | **378,000 Kč** |

# \*Počty kliknutí, zobrazení a dosahu jsou nejmenší garantované hodnoty. \*\*Rozdělení rozpočtu jsou předem odhadované hodnoty, které budou v průběhu realizace poměrově optimalizovány pro zajištění maximální efektivity investice.

# 

|  |  |
| --- | --- |
| **Práce** | **Cena s DPH** |
| Tvorba PR článku | 5,000 Kč |
| Překlad PR článku do slovenštiny | 2,000 Kč |
| Tvorba 10 příspěvků na SoMe (text+grafika) | 35,000 Kč |
| Tvorba Bannerů PPC | 27,500 Kč |
| Výstavba kampaní SoMe | 5,000 Kč |
| Výstavba vyhledávací kampaně Google Ads | 7,000 Kč |
| Výstavba obsahové kampaně Google Ads | 9,000 Kč |
| Výstavba vyhledávací kampaně Sklik | 5,000 Kč |
| Výstavba obsahová kampaně Sklik | 5,000 Kč |
| Optimalizace kampaní | 5,000 Kč |
| Project management | 5,000 Kč |
| Reporting | 4,000 Kč |
| **Celkem** | **114,500 Kč** |

# 

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Cena bez DPH** | **DPH** | **Cena s DPH** |
| Mediální náklady | 312,397 Kč | 65,603 Kč | 378,000 Kč |
| Produkční náklady | 94,628 Kč | 19,872 Kč | 114,500 Kč |
| **Cena celkem** |  |  | **492,500 Kč** |

# Produkční náklady: Rozpočet kampaně: příloha č. 2 smlouvy – Cena díla

|  |  |
| --- | --- |
| **Aktivita** | **Dílčí částka vč. DPH** |
| Zajištění PR článků – média část | 213000 Kč |
| Správa kampaně na sociálních sítích – média část | 10000 Kč |
| PPC kampaň – média část | 155000 Kč |
| Produkční část za všechny aktivity | 114500 Kč |
| **Celkem** | 492500 Kč |