



DÍLČÍ SMLOUVA Č. 3/2017/MQI

Komunikační kampaň na podporu značky Vína z Moravy, vína z Čech pro období 2016 – 2018

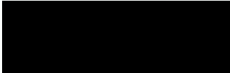
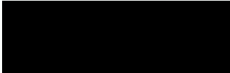
Část 2 – Rámcová smlouva – služby mediální agentury v oblasti plánování a nákupu pro značku
Vína z Moravy, vína z Čech pro období 2016 – 2018

Smluvní strany:

Název: Vinařský fond
IČO: 71233717
Adresa sídla: Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
**Osoba oprávněná zastupovat
Objednatele:** Ing. Jaroslav Machovec, ředitel
Bankovní spojení: 
Číslo účtu: 

dále jen „**Objednatel**“ – na straně jedné

a

Obchodní firma: MQI Brno, spol. s r.o.
IČO: 607 52 815
DIČ: CZ60752815
Adresa sídla: Lipová 549/17, Brno 602 00
Právní forma: Společnost s ručením omezeným
Zápis v obchodním rejstříku: Spisová značka C 19412 vedená u Krajského soudu v Brně
**Osoba oprávněná zastupovat
Agenturu:** Ing. Eva Voňavková, prokurista
Bankovní spojení: 
Číslo účtu: 

dále jen „**Agentura**“ – na straně druhé

(společně dále jen „**Smluvní strany**“)

dnešního dne uzavřely tuto smlouvu v souladu s ustanoveními § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „**Občanský zákoník**“), a § 92 odst. 1 písm. b) dle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „**ZVZ**“)

(dále jen „**Dílčí smlouva**“).

1. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

- 1.1 Tato Dílčí smlouva se uzavírá jako prováděcí smlouva k rámcové smlouvě *Komunikační kampaň na podporu značky Vína z Moravy, vína z Čech pro období 2016-2018, Část 2 – Rámcová smlouva – služby mediální agentury v oblasti plánování a nákupu pro značku Vína z Moravy, vína z Čech pro období 2016 – 2018*, uzavřené Objednatelům a Agenturou dne 24. 3. 2016 (dále jen "**Rámcová smlouva**").
- 1.2 Práva a povinnosti stran při poskytování plnění dle této Dílčí smlouvy se řídí ustanoveními této Dílčí smlouvy a ustanoveními Rámcové smlouvy.
- 1.3 Ustanovení Rámcové smlouvy mají v případě rozporu přednost před ustanoveními této Dílčí smlouvy, ledaže by se jednalo o nepodstatnou změnu v podmínkách Rámcové smlouvy ve smyslu § 92 odst. 5 ZVZ.

2. PŘEDMĚT SMLOUVY

- 2.1 Agentura se na základě této Dílčí smlouvy zavazuje poskytnout Objednateli služby uvedené v příloze č. 1 této Dílčí smlouvy.
- 2.2 Objednatel se zavazuje zaplatit za řádně poskytnuté služby cenu v souladu s podmínkami Rámcové smlouvy.
- 2.3 Celkový rozsah Služeb poskytovaných na základě této Dílčí smlouvy nepřekročí **569.018 Kč** včetně DPH.

3. DOBA A MÍSTO PLNĚNÍ

- 3.1 Služby budou poskytovány v době stanovené v harmonogramu uvedeném v příloze č. 2 této Dílčí smlouvy.
- 3.2 Místem plnění této Dílčí smlouvy se sjednává: Česká republika.

4. ODMĚNA

- 4.1 Za služby poskytované v souladu s touto Dílčí smlouvou se Objednatel zavazuje zaplatit Agentuře odměnu ve výši stanovené v příloze č. 1 této Dílčí smlouvy (dále jen „**Odměna**“). Výše Odměny bude určena podle rozsahu jednotek poskytnutých služeb a ceny stanovené v příloze č. 1 této Dílčí smlouvy. Položky, u nichž je stanoveno fixní množství, budou Objednatelům hrazeny po úplném poskytnutí příslušného počtu dané položky. Daň z přidané hodnoty bude účtována v zákonné výši.
- 4.2 Celková cena plnění dle této Dílčí smlouvy nepřekročí částku **470.262,- Kč** bez DPH, tj. **569.018,- Kč** včetně DPH.

5. OSTATNÍ UJEDNÁNÍ

- 5.1 Objednatel je oprávněn pozastavit poskytování plnění dle této Dílčí smlouvy svým jednostranným písemným oznámením doručeným Agentuře, a to bez jakýchkoliv sankcí. Pozastavení plnění se stává účinným sedmým dnem následujícím po doručení oznámení o pozastavení plnění Agentuře. Právo Agentury na úhradu ceny řádně poskytnutého plnění do doby pozastavení plnění tím není dotčeno.

6. TRVÁNÍ SMLOUVY

- 6.1 Tato Dílčí smlouva nabývá účinnosti dnem doručení přijetí návrhu na její uzavření smluvní straně, která návrh na uzavření Dílčí smlouvy učinila.
- 6.2 Tato Dílčí smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do na dobu **květen až září 2017** ode dne nabytí její účinnosti.
- 6.3 Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od této Dílčí smlouvy za podmínek uvedených v Rámcové smlouvě a za podmínek stanovených příslušnými právními předpisy.
- 6.4 Objednatel je oprávněn bez jakýchkoliv sankcí tuto Dílčí smlouvu vypovědět bez udání důvodů, a to s měsíční výpovědní lhůtou, která začne běžet následujícím dnem po dni, kdy byla písemná výpověď doručena Agentuře.

7. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- 7.1 Nedílnou součástí této Dílčí smlouvy tvoří tyto přílohy:
Příloha č. 1: Popis poskytovaných služeb
- 7.2 Tato Dílčí smlouva je uzavřena ve čtyřech stejnopisech, z nichž každá strana obdrží po dvou stejnopisech.

Smluvní strany prohlašují, že si tuto Dílčí smlouvu přečetly, že s jejím obsahem souhlasí a na důkaz toho k ní připojují svoje podpisy.

Objednatel

Agentura

V BRNO dne 22.5.2017

V BRNO dne 24.5.2017

.....
vlnarsky fond
Ing. Jaroslav Machovec, ředitel

.....
MQI Brno, spol. s r.o.
Ing. Eva Voňavková, prokurista

PROJEKT: MEDIALIZACE VINAŘSKÉ TURISTIKY – MEDIÁLNÍ AKTIVITY PRO TURISTICKOU SEZONU 2017

Úvod

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

Projekt předkládá a bude pro Vinařský fond realizovat MQI Brno, spol. s.r.o. (MQI) ve spolupráci s agenturou Omnimedia s.r.o.

Projekt navazuje na dosavadní aktivity projektu „Podpory a propagace vinařské turistiky na jižní Moravě a v Čechách“. Doplnění projektu o medializaci je mimořádně důležité zejména v souvislosti s potřebou posílit současnou návštěvnost jižní Moravy, jako hlavního vinařského regionu.

Cíle mediálních aktivit v roce 2017:

- Představit široké veřejnosti vinařskou Moravu a Čechy jako atraktivní destinaci pro krátkodobé pobyty i dovolené, kde víno, vinařství a vinařská krajina nebude hrát pouhou kulisu pro jinak běžnou tuzemskou turistiku, ale vinařské atributy budou hrát klíčovou roli a hlavní náplň této dovolené či výletu.
- Zvláštní zřetel bude stejně jako v loňském roce kladen na regionální specifika (terroir), která činí právě daný region výjimečným a hodným návštěvy. Krajina, odrůdy, vinaři atd. skládají dohromady jedinečný zážitek, který vybízí k dalšímu poznávání.
- Aktivizovat digitální veřejnost a viditelně obsadit digitální prostor, tak aby motivoval potenciální návštěvníky k dovolené či výletu na jižní Moravu.
- Podpořit návštěvnost vinařských akcí a prezentovat regionální vinařské slavnosti a přehlídky jako plnohodnotnou a konkurenceschopnou zábavu a turistický program.
- Podpořit návštěvnost zařízení kvalitních poskytovatelů služeb vinařské turistiky s akcentem na držitele certifikace vinařské turistiky (certifikace, TOP vinařský cíl atd.).

Cílová skupina:

- Primární: Široká veřejnost ČR se zájmem o kvalitní moravská a česká vína
- Sekundární: Veřejnost zajímající se o tuzemskou turistiku

Načasování projektu:

- realizace: květen – srpen 2017
- publicita: červen – září 2017

Popis projektu:

Projekt bude realizován tak, aby zasáhl v maximální míře cílovou skupinu a kromě poskytnutí všeobecných informací a vinařské turistice aktivizoval veřejnost k návštěvě vinařských regionů, zejména v souvislosti s aktuálně probíhajícími atraktivním programem. Obsah všech projektů: texty, fotografie, inzeráty připraví agentura ve spolupráci s NVC. Vzhledem k tomu byly vybrány následující nástroje:

- Media Relations
 - pozitivní informace o cílech vinařské turistiky, připravené infrastrukturu v regionech, zajímavých akcích zprostředkované novinářům a jejich prostřednictvím čtenářům médií.
- Speciální mediální projekty
 - připravené zejména ve spolupráci s vysoce navštěvovanými a afinitními médii on-line médii.
 - Využívající výhodných last minute nabídek afinitních printů a letních turistických speciálů vysokonákladových tištěných titulů
- S vydavatelstvími byly dohodnuty zajímavé finanční podmínky [REDAKCE]
- Podpora vinařské turistiky prostřednictvím prezentace vinařských akcí na on-line agregátorech informací o turisticky zajímavých událostech v České republice. Agentura bude ve spolupráci s redakcemi na jejich stránky pravidelně umisťovat informace o TOP vinařských akcích pro dané období. Tento druh komunikace má hned dva pozitivní přínosy – zvýšení povědomí veřejnosti a zajímavých vinařských akcích a zvýšení návštěvnosti webu Vína z Moravy, vína z Čech, kam budeme jednotlivé zápisy linkovat.

Speciální projekty

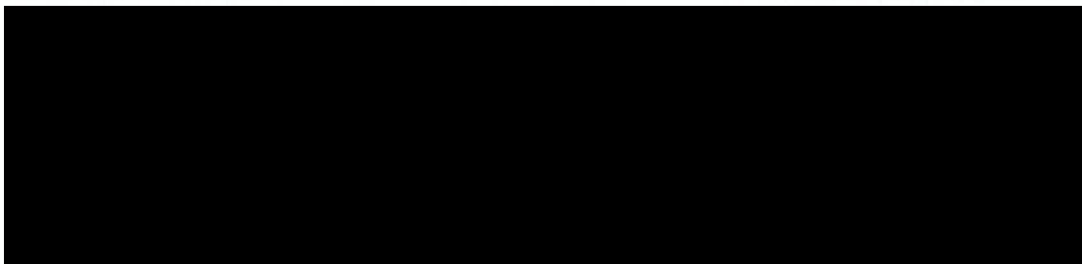
Spolupráce s on-line médii

www.denik.cz

V uplynulém ročníku medializace vinařské turistiky se zejména s ohledem na směřování návštěvníků na web VMVČ osvědčilo mediální partnerství s vysoce navštěvovaným serverem www.denik.cz. V poměru ceny a výkonu vychází spolupráce s Deníkem suverénně nejefektivněji a dosahujeme zde naprosto nestandardních podmínek v podobě 94% slevy.

Na www.denik.cz byla dojednána více než dvouměsíční kampaň v měsících červen a červenec, která spočívá v umístění seriálu 10 PR článků (1x týdně) o vinařské turistice a bannerové kampani v podobě 5x týdenní kampaň banneru 300x300 s úhrnným počtem impresí 4 000 000. jako bonus leze ve spolupráce s tištěním Deníkem realizovat také 2-3 čtenářské soutěže doplněné stručným článkem.

- Mediální hodnota dle ceníku médií: 1 350 000 Kč (1 633 500 Kč vč. DPH)



Czech News Center pack

Jde o spolupráci s balíkem on-line magazínů sdružených pod vydavatelství Czech News Center. Spoluprací s CNC se zaměříme na vysoce navštěvovaná média skupiny zaměřující se primárně na životní styl a větší míře, než je tomu např. u www.denik.cz na ženské čtenáře.

Média obsažená v balíku:

www.bleskprozeny.cz

www.ahaonline.cz

www.blesk.cz

www.dokonalazena.cz

www.e15.cz

www.extra.cz

www.G.cz

www.supermamy.cz

www.info.cz

www.dama.cz

www.maminka.cz

www.recepty.cz

www.fitweb.cz

www.zeny.cz

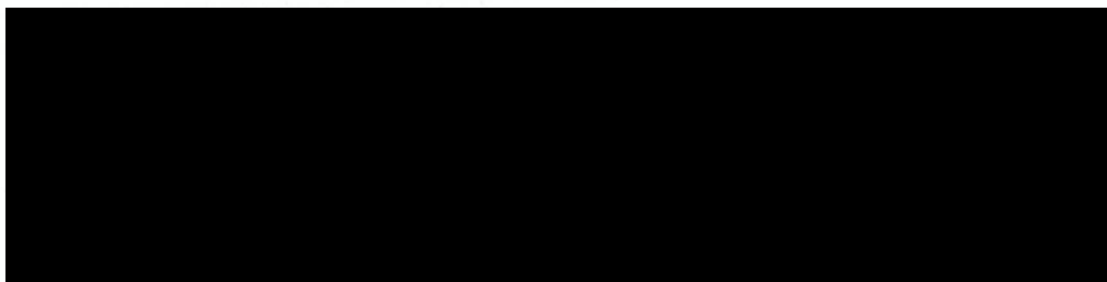
www.mojezdravi.cz

www.lifecz.cz

S Czech News Center byla vyjednána čtyřtýdenní kampaň napříč médii obsaženými v balíčku, která bude probíhat v červnu a červenci. Kampaň bude spočívat v nasazení floating reactangle banneru vedoucího na PR články o vinařské turistice na

www.wineofczechrepublic.cz s měsíčním počtem impresí 1 570 000. Dále bude spolupráce doplněna seriálem 5 PR článků o vinařské turistice a redakční reportáží navázanou na cestu redaktorky na jižní Moravu. Reportáž bude dále uveřejněna na dvoustraně tištěného magazínu Blesk pro ženy.

- Mediální hodnota dle ceníku médií: 471 600 Kč (570 636 Kč vč. DPH)



Paseo pack

Dalším balíčkem tentokrát zacílený na cestovatele je soubor webů vydavatelství Paseo. Podpora vinařské turistiky zde bude realizována formou 300x300 floating banneru (předpokládaný počet prokliků 3-4000), 6 PR články a newsletterem:

www.vyletnik.cz (PR)

www.kdykde.cz (PR)

www.hedvabnastezka.cz

www.holiday.cz

www.cykloserver.cz

www.velehory.cz

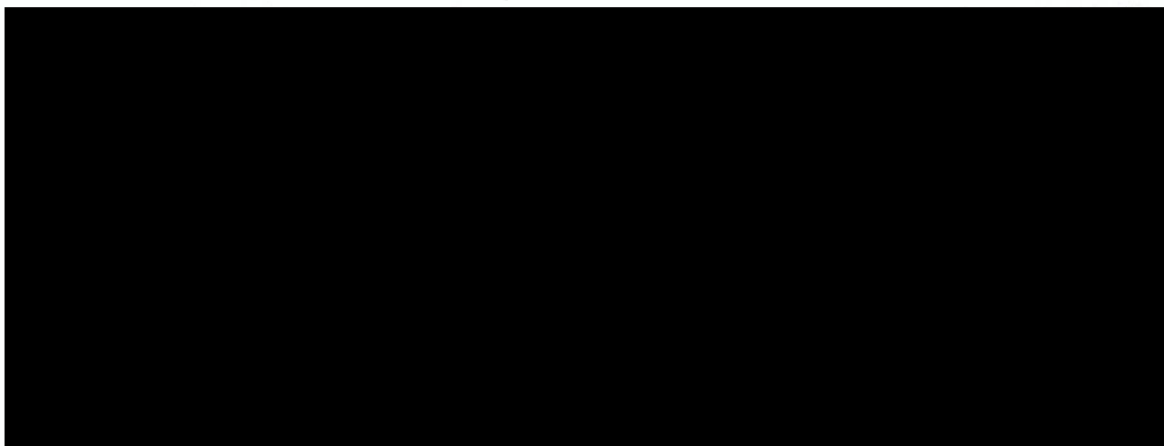
www.rodinnevylety.cz

www.tipynavylet.cz (PR)

www.atlasceska.cz

www.cestujme.cz (PR)

www.ziju.cz



Last Minute

Umísťování PR článků a inzerce do atraktivních médií za last minute ceny s akcentem na vysokonákladové tituly, zajímavé on-line projekty a maximální slevy.

Alokace relativně významné části inzertního rozpočtu pro last minute nabídky se v uplynulých letech ukázala jako jednoznačně nejefektivnější způsob dosažení optimálního poměru ceny a velikosti dosaženého mediálního prostoru.



- Mediální hodnota dle ceníku médií: minimálně čtyřnásobek fakturované částky, tedy požadavek na minimálně 75% slevu



Případnou nevyčerpanou část last minute rezervy navrhujeme v letních měsících investovat do on-line propagace (náboru fanoušků - odběratelů) facebookového profilu.

Spolupráce s agregátory akcí

- Agentura dojedná a pravidelně bude na týdenní bázi umisťovat tipy na zajímavé vinařské akce na vybrané agregátory akcí. Typově půjde o servery: www.kudyznudy.cz, www.akce.cz, www.atlasceska.cz, www.kamzajdem.cz, www.listyjm.cz, www.ibrno.cz, www.i60.cz, www.informuji.cz, www.mistnikultura.cz a další.
- Aktualizace cca 1x týdně v období červen – srpen 2017
- Odměna agentury za 4měsíční podporu na akčních serverech: 24 000 Kč bez DPH (29 040 vč. DPH)

Media Relations

- Příprava materiálů o vinařské turistice a jejich umísťování do médií
 - 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)
- Témata komunikace
 - Víno jako turistický cíl – představení vinařských cílů
 - 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
- Top vinařský cíl 2016 – medializace nejlepších vinařství a vinných sklepů
- 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 v ČR
- Timing: červen 2017 – srpen 2017
- Odměna agentury: success fee dle množství a hodnoty zveřejněných příspěvků ve výši 8 % z cenikové ceny dosaženého mediálního prostoru.
- Celková fakturace za Media Relations nepřekročí částku 150 000 Kč bez DPH (181 500 Kč vč. DPH)

Celkový rozpočet (včetně DPH)



- | | |
|---------------------------------|------------|
| • Spolupráce s agregátory akcí: | 29 040 Kč |
| • Media Relations (Omnimedia): | 181 500 Kč |



- | | |
|-----------|------------|
| • Celkem: | 569 018 Kč |
|-----------|------------|

Předpokládaný dosažený prostor dle ceníku médií: 4 mil.