

**Smlouva o poskytnutí prostoru v online mediích pro kampaň
na rozšíření informace o přijetí města Brna jako města hudby do kreativní sítě
UNESCO**

uzavřená dle ust. zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, v platném znění

I. Smluvní strany

Statutární město Brno

Zastoupeno: Ing. Petr Vokřál, primátor
Sídlo: Dominikánské nám. 196/1, 602 00 Brno
IČ: 44992785
DIČ: CZ44992785

Ve věcech smluvních je oprávněn jednat:
Ve věcech technických je oprávněna jednat:
K podpisu smlouvy je oprávněna:

(dále jen „objednatel“)

a

Kristián, spol. s r.o.

Zastoupeno: Ing. Ladislav Pleštil, jednatel společnosti
Sídlo: Výstupní 1129/6, 101 00 Praha 10
IČ: 63076331
DIČ: CZ63076331

Číslo účtu:
Kontaktní osoba: Ing. Ladislav Pleštil

Telefon:

E-mail:

(dále jen „zhotovitel“)

II. Předmět smlouvy

1. Za podmínek uvedených v této smlouvě se zhotovitel zavazuje poskytnout prostor v online mediích pro kampaň na rozšíření informace o přijetí města Brna jako města hudby do kreativní sítě UNESCO. Podrobná specifikace je obsažena v příloze č. 1 smlouvy. Objednatel se zavazuje za řádně zhotovené dílo zaplatit dohodnutou cenu.
2. **Kampaň** bude vycházet z návrhu uvedeného v nabídce zhotovitele a bude rozpracována dle připomínek objednatele.
3. Další specifikace:
 - zacílení na Českou republiku,
 - cílové skupiny: lidé žijící v ČR s akcentem na obyvatele Brna se zájmem o hudební a obecně kulturní dění. Dále profesionálové v cestovním ruchu – destinační společnosti včetně agentury CzechTourism, média v cestovním ruchu, incomingové cestovní kanceláře a agentury. Věková kategorie 18–65 let,
 - dodání reportu o realizaci předmětu smlouvy.

III. Doba a místo plnění

1. Zhotovitel se zavazuje poskytnout prostor v online médiích pro kampaň rozšíření informace o přijetí města Brna jako města hudby do kreativní sítě UNESCO dle této smlouvy od 4. 12. 2017 do 31. 12. 2017.
2. Místem pro provedení kampaně je Česká republika, Polsko, Slovensko.

IV. Cena za dílo

1. Cena díla je stanovena dohodou smluvních stran a činí celkem 194 758,- Kč bez DPH.
2. Cena je dohodnuta jako cena nejvýše přípustná a platí po celou dobu platnosti smlouvy.
3. Cena podle odst. 1 tohoto článku smlouvy obsahuje veškeré náklady zhotovitele spojené se splněním jeho závazku z této smlouvy, včetně odměny za poskytnutí licence. Cena obsahuje i případně zvýšené náklady spojené s vývojem cen vstupních nákladů, a to až do doby ukončení kampaně.

V. Platební podmínky

1. Cena je splatná na základě daňového dokladu (faktury) vystaveného zhotovitelem. Faktura bude vystavena a doručena nejpozději do 14. 12. 2017.
2. Faktura bude mít náležitosti účetních daňových dokladů, zejména:
 - a) označení a číslo,
 - b) označení smluvních stran,
 - c) důvod fakturace, popis práce, přesné označení zakázky,
 - d) označení bankovního ústavu a číslo účtu, na který má být placeno,
 - e) den odeslání faktury a lhůta splatnosti,
 - f) datum uskutečnění zdanitelného plnění,
 - g) částka k úhradě.Datum splatnosti faktury bude činit min. 21 dnů ode dne doručení faktury. Pokud poslední den lhůty úhrady faktury vychází na den pracovního volna nebo pracovního klidu, je dnem rozhodným pro úhradu nejbližší následující pracovní den.
3. Objednatel je oprávněn před uplynutím data splatnosti vrátit fakturu, pokud neobsahuje požadované náležitosti nebo obsahuje nesprávné cenové údaje. Oprávněným vrácením faktury přestává běžet lhůta její splatnosti. Zhotovitel vystaví objednateli novou fakturu se správnými údaji a dnem doručení nové faktury začíná běžet lhůta její splatnosti.
4. Strany se dohodly, že platba bude provedena na číslo účtu uvedené v této smlouvě.
5. Povinnost zaplatit je splněna dnem odepsání příslušné částky z účtu objednatele.

VI. Práva a povinnosti stran

1. Objednatel je oprávněn v průběhu provádění zakázky kontrolovat kvalitu, způsob provedení, soulad se zadáním ve smlouvě.
2. Zhotovitel je povinen v průběhu provádění zakázky poskytovat informace o plnění zakázky, při plnění dodržovat obecně závazné předpisy, postupovat s náležitou odbornou péčí, chránit zájmy objednatele.
3. Zhotovitel odpovídá v průběhu provádění zakázky za dodržení bezpečnostních předpisů, je dále povinen obstarat veškerá nutná povolení k provádění činnosti. Objednatel nenese

žádným způsobem odpovědnost za nesplnění povinnosti ve vztahu k dalším orgánům veřejné správy.

4. Není-li stanoveno touto smlouvou výslovně jinak, řídí se vzájemná práva a povinnosti smluvních stran ustanoveními § 2586 a následujícími občanského zákoníku.
5. Dodavatel si je vědom toho, že je ve smyslu § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě, v platném znění, povinen spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.
6. Objednatel je oprávněn svými pokyny modifikovat předmět smlouvy přiměřeně s přihlédnutím k aktuálnímu vývoji realizace online marketingové kampaně a s přihlédnutím a aktuálnímu vývoji naplňování cíle.
7. Dodavatel se bude řídit pokyny objednatele, přičemž náklady na jejich realizaci jsou již zahrnuty v celkové úplatě za předmět smlouvy dle čl. IV. odst. 1 smlouvy. Dodavatel pokynům objednatele vyhová vždy v přiměřené lhůtě.
8. Pro plnění předmětu smlouvy je objednatel oprávněn rozložit celkový rozpočet modifikovat. Dodavatel je povinen plnění předmětu smlouvy v uvedeném období přizpůsobit pokynům objednatele.
9. Dodavatel doloží plnění kampaně formou jedné závěrečné zprávy po skončení kampaně (s min. požadovanou strukturou).
10. Dodavatel je povinen při plnění předmětu smlouvy spolupracovat se společností C.E.M.A. – Central European Music Agency, s. r. o.

VII. Záruční podmínky a vady díla

1. Dílo má vadu, jestliže jeho provedení neodpovídá požadavkům uvedeným v této smlouvě.
2. Zhotovitel poskytuje objednateli na provedené dílo záruku v délce kampaně. Záruční doba začíná plynout ode dne zahájení kampaně.
3. Zhotovitel odpovídá za vady, které má kampaň v době předání objednateli a za vady, které vzniknou v záruční době.
4. Vyskytne-li se v průběhu záruční doby na díle vada, je objednatel povinen bezodkladně písemně oznámit zhotoviteli její výskyt, vadu popsat a uvést, jak se projevuje.
5. Objednatel má právo na bezplatné odstranění vad, za které zhotovitel zodpovídá. Zhotovitel se zavazuje odstranit vady do 5 dnů od doručení písemného oznámení, pokud se smluvní strany nedohodnou jinak. O předání a převzetí opraveného díla bude zhotoven zápis.
6. Objednatel je povinen poskytnout zhotoviteli nezbytnou součinnost k odstranění vady.

VIII. Odstoupení od smlouvy a sankce

1. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit, pokud zhotovitel:
 - a) Provede kampaň, která nemá vlastnosti, které si objednatel vymínil nebo o kterých ho zhotovitel ujistil,
 - b) neodstraní vadu díla ve lhůtě uvedené v čl. VII. odst. 6 této smlouvy.
2. Odstoupením od smlouvy zanikají všechna práva a povinnosti smluvních stran. Účinky odstoupení nastávají dnem následujícím po dni, kdy bylo písemné oznámení o odstoupení doručeno druhé smluvní straně.

3. V případě, že zhotovitel bude v prodlení s provedením kampaně či její části, uhradí objednateli smluvní pokutu ve výši 0,5 % z celkové ceny a to za každý započatý den prodlení, maximálně však do výše celkové ceny.
4. Pro případ prodlení se zaplacením ceny sjednávají smluvní strany smluvní pokutu ve výši 0,5 % z celkové ceny a to za každý započatý den prodlení.
5. V případě nedodržení lhůty k odstranění vad, které se projevily v záruční době, je zhotovitel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 0,5 % z celkové ceny za dílo za každý i započatý den prodlení s odstraněním vady, maximálně však do výše celkové ceny.
6. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo smluvní strany na náhradu škody vzniklé porušením smluvní povinnosti.

IX. Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá účinnosti dnem jejího uveřejnění prostřednictvím registru smluv postupem dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv). Smluvní strany se dohodly, že zveřejnění v registru smluv zajistí objednatel.
2. Pokud tato smlouva nestanoví jinak, řídí se právní vztahy z ní vyplývající příslušnými ustanoveními zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.
3. Tuto smlouvu lze měnit nebo doplňovat pouze písemnými, vzestupně číslovanými dodatky, podepsanými oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
4. Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, z nichž každá smluvní strana obdrží po jednom vyhotovení.
5. Statutární město Brno je při nakládání s veřejnými prostředky povinno dodržovat ustanovení zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (zejména § 9 odst. 2 ve znění zákona č. 61/2006 Sb.). Statutární město Brno je povinným subjektem dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv, v platném znění.
6. Zástupci smluvních stran si smlouvu přečetli, s jejím obsahem souhlasí, což stvrzují svým vlastnoručním podpisem.

V Brně dne 1.12.2017

V Praze dne 30.11.2017

.....
statutární město Brno

.....
Kristián, spol. s r.o.
Ing. Ladislav Pleštil
jednatel společnosti

Příloha č. 1 - Specifikace předmětu

Headlinem kampaně je:

BRNO City of music. UNESCO. Případně BRNO město hudby. UNESCO

Více viz:

<http://www.mestohudby.cz/publicistika/clanky/brno-je-soucasti-site-kreativnich-mest-unesco-v-oblasti-hudby>

Cílem kampaně je oslovit maximální počet lidí v cílové skupině a zvýšit maximálně povědomí o městě Brně jako městě hudby kreativní sítě UNESCO. Úkolem agentury je navrhnout a následně realizovat maximálně efektivní komunikaci napříč internetovými kanály / online médií.

Agentuře bude k dispozici grafika na bannery, textové inzeráty, obrázky apod. Termín kampaně je plánován od 4. 12. do 31. 12. 2017. Rozpočet na kampaň je 195.000 Kč bez DPH.

Předmět Veřejné zakázky bude zacílen na tyto státy:

Česká republika

Předmět Veřejné zakázky bude zacílen na tyto adresáty:

Cílovou skupinou jsou lidé žijící v ČR s akcentem na obyvatele Brna se zájmem o hudební a obecně kulturní dění. Dále profesionálové v cestovním ruchu – destinační společnosti včetně agentury CzechTourism, média v cestovním ruchu, incomingové cestovní kanceláře a agentury. Věková kategorie 18 – 65 let.

Vymezení cíle veřejné zakázky:

Cílem veřejné zakázky je zlepšení prezentace města Brna coby kulturní destinace cestovního ruchu, a to za účelem zvýšení návštěvnosti města Brna zejména ze strany turistů z ostatních regionů České republiky.

Obsah předmětu veřejné zakázky:

Komplexní řešení zakázky bude vycházet z návrhu uvedeného v nabídce a bude rozpracováno dle připomínek zadavatele.

Účel nabídky je předložit strukturovaný plán zviditelnění komunikační kampaně, přičemž předpokládaný termín dodání jejího obsahu je do 1. 12. 2017. Celkový rozpočet činí 195.000 Kč bez DPH. Zadavatel požaduje, aby kampaň obsahovala minimálně tyto marketingové kanály:

- a) Facebook Ads
- b) Google AdWords
- c) Nativní reklamu

Součástí rozpočtů je i fee dodavatele za zprostředkování všech kampaní a jakékoliv související náklady. Typicky se bude jednat o produkci vizuálního obsahu pro reklamní formáty na Facebooku. Dodavatel může navrhnout i úpravu rozdělení rozpočtu, ale musí být jednoznačně zdůvodněna.

Cílení kampaně

Facebook Ads

Komunikace klíčového vizuálu získání titulu kreativní město UNESCO bude probíhat v rámci ucelené komunikační kampaně na Facebooku prostřednictvím dílčích příspěvků zveřejněných na stránce <https://www.facebook.com/mestohudby.cz>

Zadavatel zároveň počítá s využitím dalších reklamních formátů, které reklamní systém Facebooku nabízí. Jedná se o formáty mající za cíl zvýšit relevantní návštěvnost webových stránek www.mestohudby.cz

Google AdWords

Součástí zviditelnění budou i reklamní kampaně v rámci vyhledávací sítě Google AdWords. S využitím obsahové sítě Google AdSense se nepočítá.

Modifikace předmětu Veřejné zakázky dle vyhodnocování plnění cílů Veřejné zakázky:

Plnění předmětu Veřejné zakázky bude probíhat dle smlouvy o předmětu Veřejné zakázky včetně všech jejích příloh a dále též dle pokynů Zadavatele.

Zadavatel bude oprávněn svými pokyny modifikovat předmět Veřejné zakázky stanovený smlouvou o předmětu Veřejné zakázky včetně všech jejích příloh přiměřeně s přihlédnutím k aktuálnímu vývoji realizace Online marketingové kampaně a s přihlédnutím a aktuálnímu vývoji naplňování cíle Veřejné zakázky.

Vítězný Dodavatel se bude řídit pokyny Zadavatele, přičemž náklady na jejich realizaci jsou již zahrnuty v celkové úplatě za předmět Veřejné zakázky stanovené nabídkou Dodavatele. Vítězný Dodavatel pokynům Zadavatele vyhoví vždy ve lhůtě k tomuto účelu stanovené nabídkou Dodavatele.

Pro plnění předmětu Veřejné zakázky je Zadavatel oprávněn výše uvedené rozložení celkového rozpočtu modifikovat. Vítězný Dodavatel je povinen plnění předmětu Veřejné zakázky v uvedeném období přizpůsobit pokynům Zadavatele.

Reportování:

Zadavatel po dodavateli požaduje dodání závěrečného reportu obsahujícího přehled realizace předmětu Veřejné zakázky.

Monitorovací indikátory naplnění cíle kampaně:

- množství impresí/kliků za monitorované období
- množství zobrazení / kliknutí / shlédnutí banneru nebo videoreklamy
- nárůst návštěvnosti stránek www.mestohudby.cz (v % nebo absolutní hodnota – vstupní data dodá provozovatel webu C.E.M.A.),
- průměrná denní/měsíční návštěvnost webu
- příp. další způsoby měření zásahu kampaně u cílové skupiny – navrhne dodavatel

Příloha č. 2 Strukturovaný plán zviditelnění kreativní kampaně

Vzhledem k tomu, že jsou v rámci zadání rozličné dvě cílové skupiny at' svou velikostí nebo zaměřením, navrhujeme kampaň rozdělit na dvě části. První část tvoří obecná široká cílová skupina ve věku 18-65 let. Druhou tvoří agentury typu Czechtourism, státní zpráva apod. – řekněme odborná veřejnost. Odbornou veřejností je velice úzká a specifická cílová skupina a proto zvolíme pro komunikaci s nimi trochu jiný komunikační nástroj než s cílovou skupinou široké veřejnosti. Samozřejmě komunikací pro širokou veřejnost můžeme a oslovíme i lidi z cílové skupiny odborné veřejnosti, ale pokusíme se na ně více zacílit.

Široká veřejnost:

Primárním cílem je oslovení široké cílové skupiny ve věku 18-65 let. Navrhujeme komunikaci na sociálních sítích a formátech PPC kampaně. Pro kampaň navrhujeme využít maximálně efektivní kombinaci reklamních systémů Google Adwords, Facebook, youtube a Seznam Sklik. Tato kombinace nám umožní v průběhu kampaně sledovat dostatečně její efektivitu a přesouvat finanční prostředky mezi jednotlivými platformami tak, aby byla kampaň co možná nejefektivnější. Díky těmto kanálům získáme možnost komunikovat jak graficky, tak textově a také videem. Youtube, které nám umožní vysílat právě video obsah je cenově velice efektivní a dodá kampani dostatečnou sílu a dosah. Vzhledem k tomu, že youtube nebylo součástí zadání, navrhujeme Vám možnost vyrobit spot právě pro tento účel (v rámci spotu nám dodáte obrázky, text a mi Vám reklamní spot vyrobíme).

Odborná veřejnost:

Vzhledem k tomu, že cílová skupina je velice úzká a cílení přes PPC systémy a sociální sítě by nebyla dostatečně efektivní, navrhujeme na Czechtourism, poslance Parlamentu a Senátu České republiky, na jednotlivá ministerstva poslat direct mail, který vytvoříme a rozešleme z Vámi požadované adresy. Tímto zajistíme, že se zpráva dostane přímo do rukou požadovaných lidí a institucí. Seznam lze samozřejmě libovolně rozšířit o další veřejně dostupné adresy. Veřejně dostupné adresy jsou důležité z důvodu, aby se nejednalo o SPAM.

Podrobný rozpočet

SERVER	FORMÁT	CPT nebo Klik	2017					Imprese (předpoklad)	Kliky (garance)	CELKEM K ÚHRADĚ BEZ DPH (Kč)	DPH 21% (Kč)	CELKEM K ÚHRADĚ VČETNĚ DPH (Kč)
			Prosinec									
			49	50	51	52						
			4	11	18	25						
			10	17	24	31						
Pay Per Click kampaně												
Google Adwords	*viz. tabulka TP bannerů	Klik	14 080					7 580 000	14 080	151 958	31 911	183 870
Seznam Sklik	*viz. tabulka TP bannerů	Klik										
Facebook	*viz. tabulka TP bannerů	Klik										
Youtube	*viz. tabulka TP bannerů	Klik										
Propagované příspěvky												
Facebook	*viz. tabulka TP bannerů							23 000		12 000	2 520	14 520
Správa na nastavení kampaně												
Google Adwords										3 000	630	3 630
Seznam Sklik										3 000	630	3 630
Facebook										2 400	504	2 904
Youtube										2 400	504	2 904
Direct mail - poslanci, senátoři, státní správa												
Vyhledání adres + příprava DM + rozeslání										10 000	2 100	12 100
Výroba spotu pro Youtube												
Výroba spotu										10 000	2 100	12 100
									194 758	40 899	235 658	