PRG/2018/008

SMLOUVA

o poskytování služeb public relations

uzavřená mezi :

VÝSTAVIŠTĚ PRAHA, a.s.

(dále jen „klient")

a

ARISTON P.R., a.s.

(dále jen „agentura")

VÝSTAVIŠTĚ PRAHA

SMLOUVA

o poskytování služeb public relations

číslo smlouvy: PRG/2018/008

Výstaviště Praha, a.s.
se sídlem: Výstaviště 67, 170 00 Praha 7
IČO: 25649329
DIČ: CZ25649329
zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 4495
zastoupená: Ing. Pavlem Klaškou, předsedou představenstva
Ing. Janem Adámkem, členem představenstva
(dále jen „**klient**")

a

ARISTON P.R., a.s.
se sídlem: Zelenečská 113/21, Hloubětín, 198 00 Praha 9
IČO: 26140896
DIČ: CZ26140896
zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 15586
zastoupená: Janem Vávrou, členem představenstva
(dále jen „agentura")

Klient a agentura oba společně dále jen jako „**smluvní strany**"

uzavřely níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu o poskytování služeb v oblasti public relations (dále jen „**smlouva**"). Tato smlouva je uzavřena v souladu s § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „**občanský zákoník**") s tím, že pokud výsledek činnosti agentury bude hmotně zachycen, a nebude-li dále ve smlouvě uvedeno jinak, řídí se práva a povinnosti smluvních stran k takto hmotně zachyceným výsledkům činnosti agentury dle této smlouvy příslušnými ustanoveními občanského zákoníku o smlouvě o dílo.

Čl. I

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je rámcová úprava práv a povinností smluvních stran při realizaci služeb v oblasti public relations a závazku agentury k provedení jednotlivých činností nebo jejich souboru, jak jsou upraveny v Čl. II této smlouvy, a to buď průběžně po dobu trvání smlouvy specifikované v čl. IX. smlouvy, nebo na základě objednávky klienta akceptované agenturou,

přičemž každá objednávka bude obsahovat odkaz na tuto smlouvu a bude se v plném rozsahu řídit ustanoveními této smlouvy.

2. Pro odstranění možných pochybností, které mohou vzniknout v budoucnu mezi smluvními stranami, se smluvní strany rozhodly vymezit pojem použitý v této smlouvě, a to pojem „**public relations**". Public relations jsou techniky a nástroje, pomocí kterých agentura buduje a udržuje vztahy mezi klientem a veřejností. Jedná se o cílevědomou činnost po dobu trvání této smlouvy, která by měla mimo jiné zajišťovat poskytování informací veřejnosti a zároveň získávání zpětné vazby a dalších informací od veřejnosti.

Čl. II

Poradenství v oblasti public relations

1. Agentura se na základě této smlouvy zavazuje řádně poskytovat klientovi služby v oblasti public relations (dále jen „**PR**"), které zahrnují zejména následující činnosti (dále jen **„obligatorní servis"**):

   a) zajišťování pozitivní mediální prezentace a public relations služeb ve vztahu k akci PragueCON, která se uskuteční v období od 28. 9. 2018 -do 30. 9. 2018 na Výstavišti v Praze v relevantních tuzemských médiích, které agentuře klient předem písemně odsouhlasí,

   b) organizace tiskových konferencí,

   c) tvorba tiskových zpráv, tvorba podkladů pro média, tvorba krátkých textů a příspěvků, jejichž obsah bude před jejich uveřejněním odsouhlasen klientem,

   d) tlumení potenciální negativní mediální prezentace spojené s organizací akce PragueCON,

   e) krizový management v oblasti PR, vztažený zejména k mediální prezentaci PragueCON, kdy detailní plán výše nadepsaných PR aktivit, včetně časového harmonogramu, je definován v příloze č. 1 smlouvy „PR nabídka pro PragueCON 2018", která je nedílnou součástí této smlouvy.

Čl. III

Odměna agentury za obligatorní servis a platební podmínky

1. Klient se zavazuje zaplatit agentuře za poskytnuté služby (viz. čl. II. této smlouvy) jednorázovou a konečnou odměnu ve výši [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby daně z přidané hodnoty (dále jako"DPH"). Příslušná sazba DPH bude účtována ke shora uvedené odměně podle příslušných platných právních předpisů v době uskutečnění zdanitelného plnění.

2. Odměna uvedená v odst. 1 tohoto článku zahrnuje veškeré výdaje vynaložené agenturou na plnění jejích povinností, včetně nákladů spojených s nutností trvalého vyčlenění odborného týmu schopného bezprostředně reagovat v příslušném rozsahu na aktuální požadavky ze strany klienta v souvislosti s poskytováním obligatorního servisu PR.

3. Odměnu podle odst. 1 tohoto článku bude agentura fakturovat dle následujícího harmonogramu:

- k 30. dubnu 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH

- k 31. květnu 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH

- k 30. červnu 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH

- k 31. červenci 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH

- k 31. srpnu 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH

- k 30. září 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH

- k 31. říjnu 2018 vystaví agentura fakturu [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých) bez příslušné sazby DPH.

4. Lhůta splatnosti faktur bude činit 14 dní od doručení konkrétní faktury klientovi. Faktury – daňové doklady vystavené dle výše uvedeného musí obsahovat veškeré náležitosti vyžadované platnými právními předpisy. Nebude-li faktura obsahovat stanovené náležitosti nebo v ní nebudou správně uvedeny potřebné údaje, je klient oprávněn vrátit takovou fakturu ve lhůtě deseti dnů od jejího obdržení agentuře s návrhem na doplnění chybějících náležitostí nebo úpravu nesprávných údajů. V takovém případě se přeruší běh lhůty splatnosti a nová lhůta splatnosti faktury (jež nebude činit méně než 14 dní od doručení opravené faktury klientovi) počne běžet okamžikem doručení opravené faktury klientovi.

Čl. IV

Práva a povinnosti agentury

1. Agentura je povinna poskytovat klientovi služby PR v rozsahu a způsobem upraveným touto smlouvou. Agentura se zavazuje postupovat při plnění povinností z této smlouvy s náležitou odbornou péčí a respektovat a chránit jí známé zájmy a dobrou pověst klienta.

2. Poskytnuté podklady nebo informace mohou být agenturou použity pouze za účelem plnění jejích povinností při poskytování služeb PR pro klienta dle této smlouvy.

3. Při poskytování služeb PR dle této smlouvy je agentura povinna řídit se pokyny klienta, nebo jím pověřených osob.

4. Agentura je povinna klienta průběžně písemně informovat o stavu PR služeb, které pro klienta provádí/prováděla dle této smlouvy a výsledcích poskytování PR služeb, a to vždy na základě písemné žádosti klienta, a to nejpozději do druhého pracovního dne.

5. Agentura poskytuje služby PR zpravidla prostřednictvím svých zaměstnanců, avšak je oprávněna ke splnění své povinnosti dle této smlouvy zadat provedení dílčích úkolů třetím osobám, pokud tyto klient předem schválil, formou subdodávky. Vůči klientovi v takovém případě odpovídá stejně, jako by tyto činnosti prováděla sama.

6. Agentura předá klientovi věci, které za něho převzala nebo pro něho obstarala v souvislosti s plněním povinností podle této smlouvy, nebo které jí klient předal v souvislosti s plněním této smlouvy v dohodnutých lhůtách, nejpozději do 14 dnů po zániku této smlouvy. Agentura je oprávněna zničit na náklady klienta tyto věci v souladu s právními předpisy v případě, že je klient nepřevezme do 150 dnů od doručení písemné výzvy k jejich převzetí.

7. Pokud věci obstarané agenturou pro klienta podle této smlouvy jsou předmětem autorských práv, popřípadě jiných práv duševního vlastnictví, je agentura povinna poskytnout klientovi nezbytnou součinnost k tomu, aby se klient stal subjektem majetkových autorských práv k těmto věcem ve smyslu příslušných autorskoprávních předpisů České republiky.

Čl. V

Práva a povinnosti klienta

1. Klient se zavazuje předat agentuře veškeré informace a podklady potřebné ke splnění povinností agenturou při poskytování služeb PR dle této smlouvy nebo objednávky.

2. V případě prodlení agentury s poskytováním služeb PR dle této smlouvy řádně anebo včas, má klient nárok na poměrnou slevu z odměny uvedené v čl. III odst. 1 této smlouvy.

3. Klient se zavazuje informovat agenturu o veškerých skutečnostech, které by mohly mít vliv na plnění povinností agentury dle této smlouvy. Zejména se jedná o skutečnosti, kdy klient aktivity v oblasti PR realizuje samostatně, případně je v určitém rozsahu klientovi poskytováno poradenství v oblasti public relations třetí stranou.

Čl. VI

Důvěrnost informací a mlčenlivost

1. Agentura je povinna zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech a informacích, o nichž se dozvěděla v průběhu výkonu své činnosti podle této smlouvy, včetně informací o klientovi a jejich obchodních partnerech, a to bez časového omezení, tedy i po zániku této smlouvy, s výjimkou informací, které je nutné poskytnout třetí osobě pro řádný výkon práv nebo povinností agentury podle této smlouvy, a informací, které jsou veřejně dostupné nebo jsou podle pokynů klienta určeny ke zveřejnění. Pokud agentura použije k plnění povinností třetí osobu, je povinna ji informovat o důvěrnosti jí poskytnutých informací a podle povahy ji zavázat k zachovávání mlčenlivosti v přiměřeném rozsahu. Povinnosti mlčenlivosti může agenturu zprostit jen klient.
2. Poruší-li agentura povinnost sjednanou v odstavci 1 tohoto článku zavazuje se klientovi zaplatit smluvní pokutu ve výši [redacted] Kč (slovy: [redacted] korun českých). Agentura prohlašuje, že smluvní pokutu sjednanou v odstavci 1 tohoto článku považuje za přiměřenou s ohledem na povahu a význam zajištěné povinnosti a vzdává se svého práva domáhat se snížení smluvní pokuty u příslušného soudu.

Čl. VII

Exkluzivita

Agentura se zavazuje, že v České republice nebude poskytovat služby PR jiné osobě se stejným předmětem podnikání jaký má klient. Poruší-li agentura povinnost sjednanou v předchozí větě tohoto článku zavazuje se klientovi zaplatit smluvní pokutu ve výši [redacted] (slovy: [redacted] korun českých). Agentura prohlašuje, že smluvní pokutu sjednanou v tomto článku považuje za přiměřenou s ohledem na povahu a význam zajištěné povinnosti a vzdává se svého práva domáhat se snížení smluvní pokuty u příslušného soudu.

Čl. VIII

Převod smlouvy

Agentura i klient jsou oprávněni převést nebo postoupit práva a povinnosti vyplývající z této smlouvy pouze na základě předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany.

Čl. IX

Doba trvání smlouvy

Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to s účinností **od 10. dubna 2018 do 31. října 2018**.

Čl. X

Ukončení smlouvy

1. Tato smlouva zaniká:

   a) na základě písemné dohody smluvních stran,

   b) na základě výpovědi,

   c) odstoupením.

2. Kterákoli ze smluvních stran může ukončit tuto smlouvu výpovědí i bez uvedení důvodu, a to ve výpovědní lhůtě jednoho měsíce. Výpověď musí být odeslána na adresu sídla druhé smluvní strany formou doporučené poštovní zásilky. Smlouva v takovém případě končí posledním dnem výpovědní lhůty, která počíná plynout prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po kalendářním měsíci, ve kterém byla výpověď doručena druhé smluvní straně. Smluvní strany jsou následně povinné mezi sebou bezodkladně vypořádat odměnu za poskytnuté služby poměrově s ohledem na dobu a rozsah jejich poskytování.

Čl. XI

Závěrečná ustanovení

1. Záhlaví (resp. pojmenování) článků v této smlouvě se uvádějí pouze pro přehlednost a v žádném ohledu neomezují nebo neslouží k výkladu pojmů a ustanovení této smlouvy.

2. Tato smlouva může být měněna pouze písemnými dodatky řádně podepsanými oběma smluvními stranami.

3. Všechny ujednání a podmínky v této smlouvě sjednané se budou vztahovat i na právní nástupce obou smluvních stran a budou závazné pro právní nástupce obou smluvních stran.

4. V případě sporu jsou smluvní strany povinny vynaložit veškeré úsilí, které na nich lze spravedlivě požadovat, ke smírnému řešení sporu. Nenajdou-li řešení, pak všechny spory vznikající z této smlouvy a v souvislosti s ní budou rozhodovány s konečnou platností u Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky podle jeho řádu jedním rozhodcem jmenovaným předsedou Rozhodčího soudu.

5. Veškeré písemnosti v souvislosti se smluvním vztahem založeným touto smlouvou budou mezi smluvními stranami doručovány osobně nebo prostřednictvím držitele poštovní licence na adresu sídla smluvních stran uvedenou v této smlouvě výše, případně na jinou adresu, kterou smluvní strana druhé smluvní straně za tímto účelem písemně oznámí. Písemnost zaslaná prostřednictvím držitele poštovní licence bude považována za doručenou třetím dnem ode dne odeslání doporučeně na příslušnou adresu druhé smluvní straně, a to i v případě, že adresát zásilku nevyzvedne a příp. se ani nedozví o jejím uložení na poště.

6. Tato smlouva je vyhotovena a podepsána ve dvou stejnopisech, přičemž každá ze smluvních stran obdrží po jednom z nich.

7. Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami. Smlouva nabývá účinnosti dnem zveřejnění smlouvy ve smyslu příslušných ustanovení zákona č. 340/2015 Sb. v platném znění.

8. Smluvní strany prohlašují, že ujednání této smlouvy uvedené v čl. III této smlouvy, týkající se smluvní odměny a její výše, považují smluvní strany za obchodní tajemství, které je kterákoli smluvní strana oprávněna zveřejnit jiné třetí osobě pouze s předchozím písemným souhlasem druhé smluvní strany. Smluvní strany berou na vědomí a souhlasí s tím, že údaje tvořící předmět obchodního tajemství tak, jak je shora uvedeno, budou vyloučena z uveřejnění prostřednictvím registru smluv podle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv v platném znění, včetně uveřejnění ve formě metadat. Tímto však není dotčeno uveřejnění těchto údajů v registru smluv, uveřejní-li je Nájemce jako opravu podle § 5 odst. 7 zákona č. 340/2015 sb. v platném znění do 30 dnů ode dne, kdy mu bylo doručeno rozhodnutí nadřízeného orgánu nebo soudu, na jehož základě má být neuveřejněná část smlouvy nebo dotčená metadata poskytnuta podle předpisů upravujících svobodný přístup k informacím.

9. Smluvní strany se dohodly, že tato smlouva bude uveřejněna společností Výstaviště Praha, a.s., a to v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv).

Čl. XII

Podpisy

Smluvní strany tímto prohlašují a potvrzují, že tato smlouva byla uzavřena po vzájemném projednání, a to svobodně, vážně a určitě, nikoliv v tísni a na důkaz toho připojují své podpisy osoby oprávněné smluvní strany zavazovat:

Příloha č. 1 - PR nabídka pro PragueCON 2018

V Praze dne 04 -04- 2018 .....

Za klienta:

[redacted] .....

Výstaviště Praha., a.s.

Ing. Pavel Klaška, předseda představenstva

Ing. Jan Adámek, člen představenstva

Výstaviště Praha, a.s.
Výstaviště 67, 170 00 Praha 7
IČ: 25649329, DIČ: CZ25649329
②

V Praze dne 4.4.2018 .....

Za agenturu:

ARISTON P. R., a. s.
Zelenečská 21/113, 190 00 Praha 9
IČO: 26140896

[redacted] .....

ARISTON P.R., a.s.

Jan Vávra, člen představenstva

ARISTON
PR

PRAGUE CON 2018

PR NABÍDKA

ZPRACOVALA AGENTURA ARISTON PR

BŘEZEN 2018

ÚVOD

PRAGUE CON 2018

Návrh kompletního zajištění PR aktivit vztahujících se k akci PragueCon 2018, která se bude konat ve dnech 28. - 30. září 2018 na Výstavišti Praha.

Cílem navrhovaných aktivit je popularizace samotné akce, jednotlivých žánrů popkultury a přilákání co největšího počtu návštěvníků. PragueCon bude prezentován jako unikátní akce, která v regionu střední a východní Evropy nemá svým rozsahem absolutní konkurenci.

PR činnost bude zahrnovat kompletní mix aktivit, které budou atraktivní formou představovat akci veřejnosti. Veškeré komunikační aktivity musí být provázány a koordinovány na všech využívaných kanálech - tedy komunikace s médii, na sociálních sítích i v rámci inzerce.

HARMONOGRAM

PRAGUE CON 2018

Dále naleznete doporučený harmonogram aktivit, které považujeme za optimální k dosažení nejlepší možné propagace akce. Harmonogram bude upřesněn na základě specifikace časových milníků akce – první oznámení informace o akci, start předprodeje vstupenek, potvrzení zahraničních hostů atd.

Nejintenzivnější komunikace bude probíhat ve třech vlnách – první vlna při startu předprodeje vstupenek, druhá zhruba měsíc před samotnou akcí a třetí v týdnu přímo před samotným začátkem akce.

Harmonogram a jednotlivá komunikační témata by měla být přizpůsobena také momentálnímu stavu předprodeje vstupenek. Pokud bude kapacita naplněna, je již bezpředmětné investovat do masivní inzertní kampaně. Naopak, pokud nebude zájem o akci splňovat očekávání, je nutné kampaň zintenzivnit.

HARMONOGRAM

PRAGUE CON 2018

DOPORUČENÝ HARMONOGRAM

Květen 2018 – první informace o konání akce (zaslání malého teaseru vybraným novinářům a influencerům). Dle dostupnosti reklamních ploch je možné princip teaseru uplatnit i pomocí inzerce. Ke konci května pak zahájení klasické komunikace o připravované akci.

Červen 2018 – start předprodeje vstupenek, tisková konference, informace o programu, tisková zpráva, individuální rozhovory s organizátory/účastníky, start online (bannerové kampaně).

Červenec/srpen 2018 – využití mediálně „okurkové" sezony, postupné odtajňování účastníků akce, detailů doprovodných programů, tiskové zprávy, individuální rozhovory s organizátory/účastníky, pokračování bannerové kampaně, outdoorová kampaň (billboardy Praha, velká města ČR), guerillová kampaň ve větších městech, komunikace s influencery.

Srpen 2018 - zajištění pozvánek pro média a press pasů, registrace novinářů do konce srpna – dostatek času na domluvení jednotlivých rozhovorů s VIP hosty a vytvoření efektivního harmonogramu.

Září 2018 – intenzivní komunikace směrem k jednotlivým cílovým skupinám, influencerům, tisková konference, zajištění PR na místě akce, pokračování inzertní kampaně.

Říjen 2018 – komunikace po skončení eventu, tisková zpráva a infografika s údaji o návštěvnosti a průběhu akce.

SPECIFIKACE AKTIVIT

PRAGUE CON 2018

PR činnost bude zahrnovat veškeré komunikační aktivity, které musí být provázány a koordinovány na všech využívaných kanálech – tedy komunikace s médii, na sociálních sítích, inzerce.

Sdělení budou přizpůsobena jednotlivým typům médií, oblasti, na kterou se zaměřují a jejich publiku. Veškerá komunikace bude maximálně přizpůsobena tématu celé akce – tematické balíčky pro novináře a influencery, personalizované press kity (flash disky v podobně komiksových hrdinů apod.), případně i místa konání tiskové konference.

TAILOR-MADE SDĚLENÍ

Při přípravě veškerých komunikačních aktivit se zaměříme na tři základní otázky:

- Co chceme médiím říci?
- Bude to zajímat jejich publikum?
- Zapadáme do jejich zaměření?

MEDIA RELATIONS

PRAGUE CON 2018

MÉDIA

- Průběžný kontakt se všemi relevantními médii (kompletní spektrum – tištěná média, online média, radia, televize, influenceři, blogeři) z jednotlivých oblastí pokrývající různé zaměření akce
- Aktivní vyhledávání publikačních možností
- Dojednání rozhovorů s pořadateli akce / výraznou osobností české popkultury, která aby akci podporovala
- Soutěže o vstupenky a merchandise ve vybraných médiích (rádia, především online servery, vybraní influenceři)
- V případě zájmu dojednání mediálních partnerů (nutná specifikace podmínek spolupráce)
- Press kit – agentura vytvoří press kit, který bude pro novináře k dispozici v tištěné i elektronické podobě (tisková konference, samotná událost) a bude zahrnovat tiskové zprávy, tiskové materiály, loga, obrázky, propagační materiály partnerů, merchandise
- Spolupráce se zahraničními médii – vyhledání a oslovení vhodných médií, další komunikace

INFLUENCEŘI

- Spolupráce s nejvýznamnějšími influencery a youtubery v oblastech fantasy, komiksu a herního prostředí (nejsilnější zastoupení)
- Nabídka spolupráce formou volných vstupenek, případně dalších výhod v rámci festivalu – setkání se s významnými hosty atp.
- Před akcí spolupráce např. formou unboxingu merche (videa, na kterých rozbalují balíčky s dárky, čímž akci propagují a šíří mezi své followery)

KOMUNIKACE

PRAGUE CON 2018

START KOMUNIKACE

- První informace o konání akce - zaslání malého teaseru „coming soon" vybraným novinářům a influencerům, který by obsahoval např. merchandise, tematické sladkosti (např. cupcakes ozdobené symboly superhrdinů, seriálů, her atd.) a byl by spojen s tématem PragueConu a s informací, že se brzy mají na co těšit
- Dle dostupnosti reklamních ploch je možné princip teaseru uplatnit i pomocí inzerce (vizuály s pozadím Prahy a dokreslenými postavami z oblasti popkultury
- Ke konci května 2018 pak následuje zahájení komunikace o připravované akci: vydání tiskové zprávy, spuštění webové stránky, profilů na sociálních sítích apod.

TISKOVÉ KONFERENCE

- Doporučujeme uspořádat dvě tiskové konference, na kterých bude zástupcům médií představen koncept akce, jeho široký program, highlighty, unikátnost celého konceptu
- Tisková konference – se startem předprodeje, velké představení programu, hostů
- Tisková konference - před začátkem akce (středa 27. 9. 2018)
- Tiskové konference pro novináře i vybrané influencery před začátkem akce s organizátory akce a nejlépe speciálním VIP hostem, který upoutá pozornost širokého spektra médií. Zajištění tematického občerstvení.

KOMUNIKACE

PRAGUE CON 2018

TISKOVÉ ZPRÁVY

- Tiskové zprávy, fotografie a další informace budou průběžně zasílány kompletnímu spektru novinářů a médií
- Frekvence dle dohody a novinek k publikaci (první TZ informující o konání akce jako takové, průběžné TZ informující, které hvězdy potvrdily účast, start předprodeje, stav předprodeje, doprovodný program)
- Specializované tiskové zprávy pro jednotlivé typy médií (zaměření na fantasy, filmy, hudbu, hry atd.)
- Doporučujeme publikovat veškeré informace online (webové stránky akce a na sociálních sítích) včetně galerie, ze které je možné čerpat ilustrační obrázky
- Vzhledem k očekávané zahraniční účasti ze sousedních zemí, zajistíme distribuci tiskových zpráv také na vhodná zahraniční média z této oblasti, a to včetně překladu zpráv do požadovaných jazyků
- Je pravděpodobné, že unikátnost celé akce přivede i návštěvníky z jiných zemí a z tohoto důvodu by tiskové zprávy měly být dostupné na webové stránce také v anglickém jazyce

KRIZOVÉ PR

- Příprava plánu krizové komunikace v případě potřeby
- Stanovení komunikačních pravidel (včetně odpovědné osoby), doporučení, jednání s médii
- Stanovení komunikačních pravidel pro potenciální negativní reakce na sociálních sítích
- Definice potenciálních krizových témat

KOMUNIKACE

PRAGUE CON 2018

PR NA MÍSTĚ

- Zástupci agentury budou přítomni během celého trvání akce
- Přímo na akci se novinářům budou věnovat 3 PR manažeři z agentury a podpůrný tým (hostesky dle potřeb)
- V případě potřeby agentura může zajistit také překladatele na místě

PRESS PASSES

- Registrace předem online na webové stránce, případně pomocí emailu
- Výběr novinářů (stanovení maximálního počtu) - akce bude exkluzivní
- Doporučujeme, aby registrace byly uzavřeny nejpozději ke konci srpna, aby byl dostatek času na tvorbu časového harmonogramu pro jednotlivé tiskové konference i rozhovory s VIP hosty v průběhu akce, nedoporučujeme dodatečné registrace médií na místě (omezíme tím výskyt „rádoby novinářů", kteří z mediálního hlediska akci nemohou nic nabídnout)
- Agentura zajistí pozvánky i výrobu press pasů

CELEBRITY PR

- Formou tiskové konference (nutno potvrdit, které hvězdy se zúčastní)
- Novináři / influenceři - nutná rezervace místa kvůli omezené kapacitě a exkluzivitě
- Informace, zda některé z hvězd budou ochotny poskytovat i individuální rozhovory (médiím nebo např. rozhovor organizovaný PragueCon publikovaný na vlastním YouTube kanálu)
- Každý den jedna TK dle témat (pátek Game of Thrones, sobota Guardians of the Galaxy, Deadpool, neděle Vikings, Thor, Harry Potter)
- Tiskové konference budou obsahovat pro média zajímavé, nové či unikátní informace vztahující se k jednotlivým tématům či hercům

KOMUNIKACE

PRAGUE CON 2018

EVENTY

- Superhrdinové a fantasy ve městě 1
  - Konec srpna 2018
  - 3D kresby či postavy rozmístěné po Praze, opatřené logem PragueConu, které budou vybízet k fotografování a sdílení na sociálních sítích
- Superhrdinové a fantasy ve městě 2
  - Postavy spojené s PragueConem se mohu objevovat na různých místech v Praze, informovat o konání akce a např. se fotografovat s lidmi, což pomůže sdílet informaci o chystané akci na sociálních sítích

SOCIÁLNÍ SÍTĚ A ONLINE

- Vzhledem k charakteru akce a cílovému publiku pokládáme za nezbytné, aby probíhala komunikace na sociálních sítích
- Doporučujeme se zaměřit na Facebook, Twitter (zde zejména vzhledem k zahraničnímu publiku) a YouTube
- Agentura je připravena pomáhat s vytvářením obsahu i správou sítí, pokud bude ze strany organizátorů zájem
- Klíčovým komunikačním kanálem budou také vlastní webové stránky akce – nemáme informaci, v jakém stavu přípravy jsou, ale i na jejich vytvoření a správě (vkládání novinek, tiskových zpráv atd.) se může agentura aktivně podílet

INZERCE

PRAGUE CON 2018

Příprava inzertního plánu bude upřesněna na základě požadavků a rozpočtu. Doporučujeme se s inzercí zaměřit i na zahraniční (okolní státy), a to formou online inzerce (PPC kampaně) s rozpočtem 300.000 - 400.000 Kč.

V rámci inzerce se doporučujeme zaměřit především na online inzerci, kterou lze nejefektivněji zasáhnout jednotlivé cílové skupiny. PPC inzerce a inzerce na Facebooku má také tu výhodu, že ji lze v průběhu kampaně operativně přizpůsobovat aktuální situaci (stav předprodeje vstupenek atd.).

V rámci dalších médií - především rádia, tisk, případně TV, je inzertní podporu výhodnější dojednat v rámci mediálního partnerství - navrhovaná média (Evropa 2, Prima Cool, Prima Comedy Central, časopisy Cinema, Level, Score, Pevnost + samozřejmě také online média jako například Doupě.cz, Excalibur.cz, Koule.cz, Kinobox.cz. Gamingsite.cz, Playtvak.cz, Stream.cz, Playzone.cz a další).

Inzerci bychom doplnili také outdoorovou reklamou, a to jednak v úvodní fázi (teaser kampaně) a pak také v měsících červenec a srpen, kdy jsou plochy obecně volnější. V září je nutno brát v potaz, že v Praze a v dalších městech budou outdoorové plochy z velké části obsazeny z důvodu komunálních voleb.

Je možné také navázat spolupráci s kiny, ať už formou kinoreklamy, letáků či info stánků pro návštěvníky.

INZERCE

PRAGUE CON 2018

ONLINE KAMPAŇ

- Timing: červen – září (intenzivnější kampaň po startu předprodeje a před akcí)
- PPC a RTB kampaň - cílení dle specifikovaných cílových skupin + cílení na vybrané weby
- Facebook kampaň – cílení dle specifikovaných cílových skupin
- Doporučený celkový rozpočet: 250.000 – 300.000 Kč*

TISK A RÁDIO

- V případě, že nebude vyjednáno v rámci mediálního partnerství nebo soutěží
- Timing: září
- Tisk: vybrané magazíny dle zaměření – např. Cinema, Level, Score, Pevnost + možno doplnit obecnými médii, zejména deníky (Blesk, MF DNES) – zaměření na starší a méně vyhraněnou cílovou skupinu
- Rádio: Evropa 2 (krátké spoty s pozvánkou), Radio City
- Doporučený celkový rozpočet: 300.000 – 350.000 Kč (v tomto případě ale bychom spíše doporučili namísto tisku více investovat do online kampaně, což vnímáme jako efektivněji využitý rozpočet)

OUTDOOR

- Timing: červenec – srpen, případně září (intenzivnější kampaň během léta)
- Specifikace formátů: Billboardy, CLV, zaměření na Prahu a velká města
- Doporučený celkový rozpočet: 200.000 – 250.000 Kč*

DALŠÍ AKTIVITY

PRAGUE CON 2018

DALŠÍ MOŽNÉ SLUŽBY A AKTIVITY, SE KTERÝMI MÁME ZKUŠENOSTI

- Založení a správa sociálních sítí (doporučujeme Facebook, Twitter, YouTube)
- Příprava a správa online inzertní kampaně (PPC, RTB)
- Obsahový návrh webových stránek, programování, správa
- Grafické zpracování inzertních formátů a dalších promo materiálů
- Zajištění foto/video dokumentace eventu
- Zajištění mediálního partnerství

ROZPOČET

PRAGUE CON 2018

PR SLUŽBY

Zahrnuto: příprava tiskových podkladů, tiskových zpráv a jejich distribuce včetně follow-up, komunikace s médii a influencery v ČR i zahraničí, dojednávání mediálních výstupů a rozhovorů, organizace tiskových konferencí, pozvánky pro novináře, zajištění mediálního partnerství, příprava textových podkladů pro sociální sítě a webové stránky, celebrity PR, kompletní PR služby v průběhu konání akce

Není zahrnuto: pronájem prostor pro účely TK, občerstvení, grafické a tiskové práce, překlad tiskových materiálů do cizích jazyků, tlumočnické služby a další přímé náklady

Fee za PR služby na celém projektu:

- duben, květen, červen, červenec: 25.000 Kč / měsíc
- srpen: 45.000 Kč / měsíc
- září: 55.000 Kč / měsíc
- říjen: 25.000 Kč / měsíc

Celkem: 225.000 Kč

Fee (duben – říjen 2018) odpovídá zhruba 375 agenturním hodinám. Upřesnění: Obvyklá hodinová agenturní sazba činí 1.600 Kč. Navrhované fee v celkové výši 225.000 Kč v případě nabídky pro PragueCON představuje hodinovou sazbu ve výši 600 Kč.

Navíc, v případě plnohodnotné projektové spolupráce si agentura nepočítá agenturní hodiny a předpokládá práci nad rámec uvedených hodin dle potřeb klienta.

Odměna za služby mimo rozpočet:

Překlad do dalších jazyků, včetně korektur: 350 – 450 Kč / normostrana

Grafické práce: 800 Kč /hodina

ROZPOČET

PRAGUE CON 2018

EVENTY

Cena eventů bude upřesněna na základě specifikace jejich obsahu a rozsahu. Uvedené ceny jsou jen orientační, v jakých rozmezích se mohou pohybovat.

Balíčky pro novináře a influencery: dle dohodnutého obsahu v rozmezí:

50.000 - 150.000 Kč (Zajištění kompletní přípravy obsahu (dárky je možné zajistit ve spolupráci s partnery PragueConu), zabalení, jejich distribuci na vybraná média a influencery, následný follow up)

Superhrdinové a fantasy ve městě: dle dohodnutého obsahu v rozmezí:

50.000 - 500.000 Kč (Zajištění 3D maleb na vytipovaných místech, zajištění kostýmů a promotérů, kteří budou ve městě informovat o akci, grafika a tisk letáků, foto/videodokumentace akce)

INZERCE

Inzerce ČR, doporučený celkový rozpočet: 750.000 - 850.000 Kč*

Inzerce zahraniční, doporučený celkový rozpočet: 300.000 - 400.000 Kč*

* Rozpočet počítá s náklady na mediální plochy, nezahrnuje grafické práce, tisk, výrobu spotů apod.

INFLUENCEŘI

Předpokládáme, že spolupráce s influencery by měla probíhat formou barteru, jelikož samotná akce je z oblasti, která je přímo zajímá. Tedy, že budou o akci informovat poté, co obdrží například dárek či volné vstupenky do soutěže pro svoje followery. Je ovšem možné, že vybraní influenceři budou požadovat placenou spolupráci, kterou využívají například při propagaci různých značek. Cena této spolupráce se pak liší dle jednotlivých influencerů, upřesnění požadavků na formu spolupráce, počet výstupů atd.

Placená spolupráce se může pohybovat v rozmezí 10.000 - 80.000 Kč dle typu influencera.

PRAGUE CON 2018

O AGENTUŘE

Jsme flexibilní PR agentura a současně značka s dlouhou tradicí ve svém oboru. Společnost ARISTON PR byla založena v roce 1999. Zpočátku fungovala převážně jako PR agentura, postupně jsme rozšiřovali portfolio služeb o další obory mediální a veřejné komunikace. V současnosti jsme full-servisovou komunikační agenturou, která pro své klienty tvoří komunikační kampaně na klíč dle jejich potřeb. Máme sehraný tým a perfektně zažitý proces plánování, realizace a vyhodnocení nabízených aktivit, ať už jsou zaměřené na PR, marketing či dílčí kampaně.

ARINSTO PR je zakládajícím členem profesního sdružení Komora public relations (KOPR) a členem mezinárodní sítě komunikačních agentur Newton 21.

NAŠE REFERENCE

Máme bohaté zkušenosti s pořádáním eventů pro naše klienty včetně kompletní PR podpory kulturních akcí pro širokou veřejnost. Níže uvádíme příklady naší práce v této oblasti.

ZUBR – pivovaru Zubr poskytujeme kompletní PR servis včetně každoroční PR podpory největší kulturní události v Přerově – hudebního festivalu ZUBRFEST

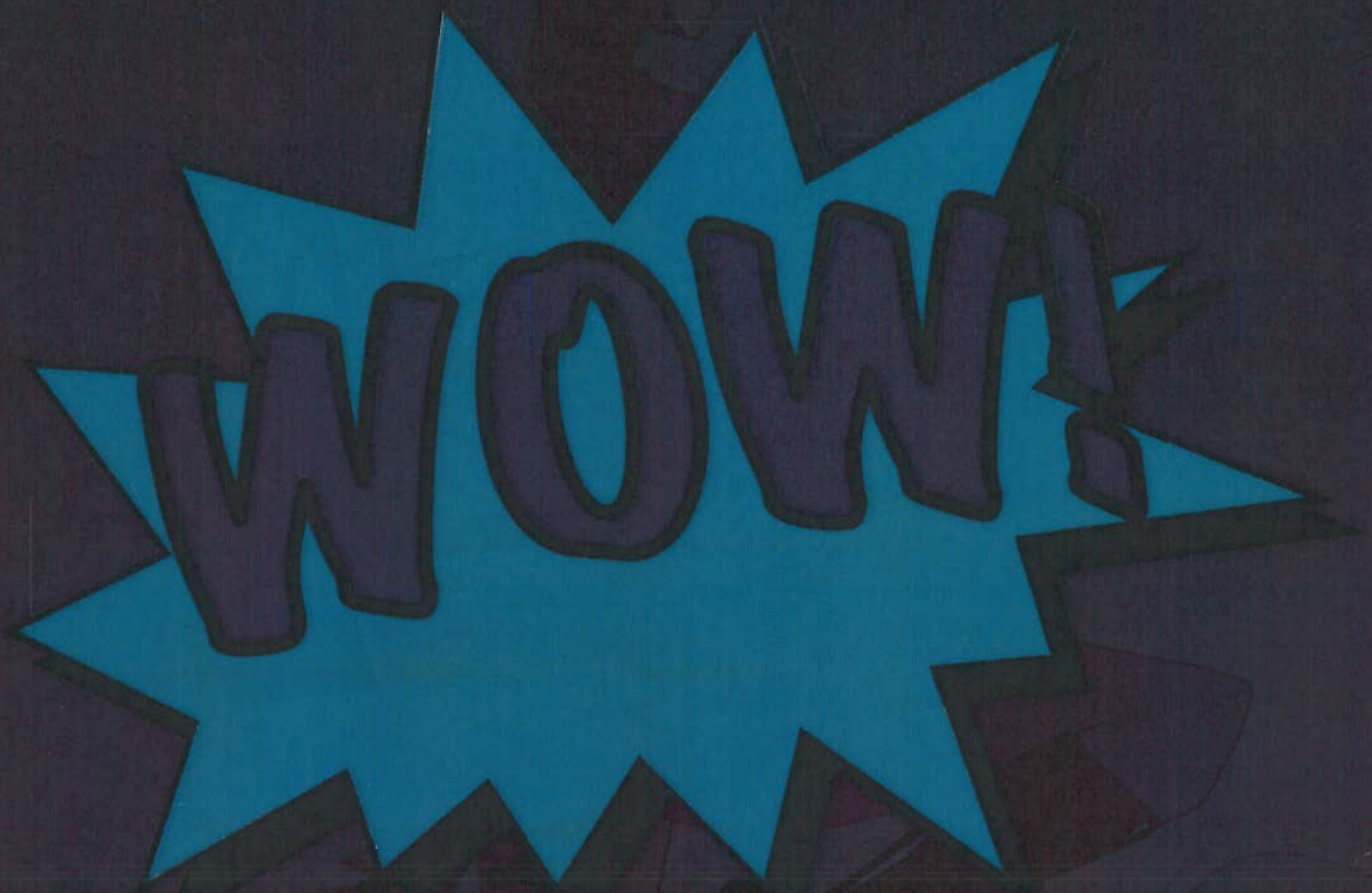
JCDecaux – organizace charitativní sbírky pořádané společností JCDecaux v ulicích Prahy na podporu Armády spásy

Den Lymfomu – organizace osvětové akce ve velkých městech s cílem zvýšit povědomí o tomto onkologickém onemocnění

Woody Allen – PR podpora pražského koncertu Woodyho Allena

THE END

PRAGUE CON 2018



ARISTON PR

Kontaktní osoba:

Jan Vávra, ředitel agentury

jan.vavra@aristonpr.cz

+420 222 523 146

www.aristonpr.cz