

Operační program Technická pomoc  
OPTP 2014-2020  
Projekt „Informační kampaně o ESI фондах 2 “  
Reg. č.: CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000157

Číslo v CES: 5736  
Číslo úkolu: 3661/5169/56/28 EU zdroje  
a 3661/5169/55/28 SR ČR  
3661/6119/28 EU zdroje  
3661/6119/28 SR ČR

**RÁMCOVÁ DOHODA**  
**O ZAJIŠTĚNÍ KREATIVNÍCH ŘEŠENÍ A VÝROBY INFORMAČNÍCH KAMPANÍ V OBLASTI**  
**ESI FONDŮ**


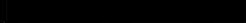
**Smluvní strany**

**Česká republika- Ministerstvo pro místní rozvoj**

se sídlem: Staroměstské nám. 6, Praha 1, PSČ 110 15  
zastoupená: Ing. Radkem Kobzou, ředitelem Odboru publicity EU  
IČO: 66 00 22 22  
bankovní spojení: ČNB Praha 1, Na Příkopě 28  
číslo účtu: 629001 / 0710  
(dále jen "**objednatel**")  
na straně jedné

**a**

**McCANN-ERICKSON Prague spol. s r. o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY**

se sídlem: Riegrovy sady 28, 120 00 Praha 2  
zastoupen: Ing. Jitkou Kuchařovou, jednatelkou společnosti  
IČO: 17046041  
DIČ: CZ-17046041  
bankovní spojení:   
číslo účtu:   
(dále jen "**poskytovatel**")  
na straně druhé,

Smluvní strany uzavřely dále uvedeného dne, měsíce a roku v souladu s § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“), v návaznosti na zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“) a za podmínek dále uvedených tuto

**rámcovou dohodu o zajištění kreativních řešení a výroby informačních kampaní**  
**v oblasti ESI fondů**  
**(dále jen „smlouva“)**

## **Článek I. Předmět plnění**

1. Předmětem plnění této Rámcové dohody je vymezení a úprava podmínek, na jejichž základě budou mezi objednatelem a poskytovatelem uzavírány jednotlivé dílčí objednávky (smlouvy) o zajištění strategicko-kreativních služeb pro informační kampaně o Evropských strukturálních a investičních fondech.
2. Poskytovatel se zavazuje na základě dílčí objednávky objednatele a dle jeho aktuálních potřeb zpracovávat strategické plánování kampaní pro objednatele tak, aby komunikační sdělení oslovilo a efektivně zasáhlo vždy co největší část cílové skupiny, a dále zajistit kreativní řešení a výrobu informačních kampaní. Kampaně si kladou za cíl informovat širokou veřejnost o úspěších dosažených za pomoci evropských fondů a o jejich budoucích možnostech.
3. Podrobná témata jednotlivých kampaní (např. doprava, životní prostředí, podnikání) budou vždy popsána v kreativních briefech objednatele předaných poskytovateli společně s výzvou ke zpracování nabídky dle čl. II.
4. Předmětem dílčích objednávek tedy bude:

### *4.1. Strategicko-analytické služby*

Podrobný rozsah a definice jednotlivých služeb bude vždy součástí kreativního briefu, zpracovaného objednatelem.

Předmětem strategicko-analytických služeb budou:

- Konzultace a plánování v otázkách strategického rozvoje značky (Evropské strukturální a investiční fondy):
  - Zhodnocení výchozího stavu
  - Analýza prostředí a vlivů
  - Analýza cílových skupin
  - Zpracování strategie na jednotlivé kampaně pro naplnění definovaných cílů
  - Vypracování finančního rozpočtu jednotlivých kampaní s rozpadem na rozpočet jednotlivých mediatypů
- Konzultace a plánování v otázkách průzkumu veřejného mínění:
  - Způsoby ověřování účinnosti navrhovaných sdělení
  - Způsoby ověřování účinnosti informačních kampaní

### *4.2. Kreativní řešení kampaně*

Služby spočívající v předložení kreativních řešení jednotlivých kampaní, která budou vycházet z jednotlivých kreativních briefů, zpracovaných objednatelem a předaných poskytovateli. Poskytovatel při návrhu kreativního řešení bude vycházet ze specifík jednotlivých komunikačních nástrojů, které jsou objednatelem požadovány, anebo které bude objednatel požadovat navrhnout v analyticko-strategické části a to tak, aby zůstala zachována rozpoznatelnost kampaní napříč jednotlivými komunikačními nástroji.

Kreativní řešení jednotlivých kampaní bude obsahovat:

- klíčový vizuál kampaně,
- claim kampaně,

- kreativní řešení kampaně pro jednotlivé komunikační nástroje - podle zadání objednatele, nebo podle návrhu poskytovatele z analyticko-strategické části, tj. objednatel nemusí využít všechny níže uvedené mediatypy:
  - **Klíčový vizuál**
    - Návrh klíčového vizuálu/ů kampaně
  - **TV**
    - Návrh motivu/ů storyboardu TV spotu o délce 30 sekund (dále jen „ 30 “)
  - **Internet**
    - Návrh motivu/ů storyboardu internetové videoreklamy o délce 10 “
    - Návrh vizuálu/ů online bannerů
    - Návrh vizuálu/ů reklamy pro sociální sítě
    - Kampaňová microsite
    - Vytvoření designu kampaňové microsite odpovídající vizuálu kampaně
  - **Tisk (print)**
    - Návrh motivu/ů tiskové (printové) reklamy vhodné jak pro deníky, tak pro časopisy a suplementy
  - **Outdoor**
    - Návrh motivu/ů vizuálu/ů venkovního billboardu
    - Návrh motivu/ů vizuálu/ů pro ostatní nosiče venkovní reklamy (variaposter, CLV, lavičky)
    - Návrh motivu/ů vizuálu/ů pro indoor/outdoor poutače (rámečky v MHD, budovách, obchodních centrech, či čerpacích stanicích)
    - Návrh motivu/ů vizuálu/ů polepů vozů MHD

#### 4.3. Výroba

Poskytovatel vyrobí reklamu pro jednotlivé mediatypy, zajistí kampaňovou microsite podle svého kreativního řešení kampaně schváleného objednatelem. Objednatel požaduje následující specifika pro jednotlivé komunikační nástroje:

##### **TV spot:**

- scénář, který bude předložen při kontrole postupu prací (ve smyslu čl. II smlouvy)
- výroba TV spotu/ů o délce 30“
- forma dle kreativního řešení kampaně poskytovatele
- full HD, kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, DVB-T2, DVB-S a DVB-C
- v případě, že spot bude doprovázen komentářem speakera, bude speaker předem schválen objednatelem
- spot bude doprovázen hudební složkou, která podléhá předchozímu schválení objednatele
- spot může mít podobu plně hranou, plně animovanou, či kombinovanou formu (animace-hraný).
- Poskytovatel provede pretest TV spotu/ů. V rámci pretestu bude sledováno, zdali sdělení působí na cílovou skupinu v souladu se záměry kampaně vytyčenými v kreativním briefu. Pretest se odehraje na reprezentativním a vyváženém vzorku minimálně 800 účastníků. Poskytovatel vyhotoví závěrečnou zprávu z pretestu a to ve formátu textového editoru, či nástroje pro tvorbu prezentací, provede konzultaci výsledku pretestu s objednatelem a dle jeho instrukcí provede případnou úpravu TV spotu.

**Internetová videoreklama:**

- výroba on-line videoreklamy, kde hlavní sdělení zazní do 5 sekund od začátku reklamy
- délka: max. 10''
- formát: MP4 a FLV
- rozlišení: min. 720p
- videoreklama může mít podobu plně hranou, plně animovanou, či kombinovanou formu (animace-hraný)

**Internetová reklama:**

- Tvorba sady HTML bannerů ve formátech leaderboard a motherboard (především 970x100px, 970x210px, 990x100px, 990x210px, 998x100px, 998x200px) na základě hlavního vizuálu kampaně zvoleného poskytovatelem.
- Tvorba sady HTML bannerů ve formátech 300x250px, 300x600px, 160x600px, 120x600px na základě hlavního vizuálu kampaně zvoleného poskytovatelem. Finální bannery budou upraveny na přesné rozměry dle instrukcí objednatele po nákupu mediálního prostoru pro danou kampaň.
- Výroba reklamy pro použití na sociálních sítích ve formátech carousel (1080x1080px), single image (1200x628px) a photo (1200x900px).
- Finální bannery budou upraveny na přesné rozměry dle instrukcí objednatele po nákupu mediálního prostoru pro danou kampaň.

**Kampaňová microsite:**

- Grafický návrh a obsahová podpora kampaňové microsite s 1 homepage a min. 1 podstránkou.
- Dodavatel nebude zajišťovat tvorbu a správu (programování stránky), to zajistí zadavatel na svém webovém portálu [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz).
- Grafická podoba bude vycházet z klíčového vizuálu kampaně, design bude responzivní.
- Součástí tohoto dílčího plnění je také zajištění domény odpovídající názvu kampaně na 12 měsíců a přesměrování domény na [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz).
- Obsahem microsite budou základní informace k tématu kampaně. Dále zde bude interaktivní infografika dle kreativního zpracování dodavatele.
- Dodavatel zajistí také textový obsah (copywriting) microsite, dle rámcových podkladů od zadavatele.
- **Tisková (printová) reklama**
- Zpracování DTP podkladů pro inzerci v tištěných médiích ve formátech celostrana (1/1), půlka (1/2) a junior page.
- Zpracování DTP podkladů pro inzerci v tištěných médiích ve formátech podval, ucha a pásy.
- Grafická podoba bude vycházet z klíčového vizuálu kampaně.

### **Outdoor (venkovní reklama)**

- Zpracování DTP podkladů pro reklamu na základě hlavního vizuálu kampaně ve formátech vhodných pro billboard (510x240 cm) a bigboard (960x360 cm).
  - Zpracování DTP podkladů pro reklamu vhodnou pro CLV (118,5x125 cm), variaposter (252x119 cm) a pro reklamu umístěnou na lavičkách (165x60 cm).
  - Zpracování DTP podkladů pro využití ve vhodných indoor či outdoor poutacích (např. rámečky v MHD, v budovách, v obchodech, ve školách či na čerpacích stanicích) dle tématu komunikovaného v rámci kampaně.
  - Zpracování podkladů pro vnější polepy vozů městské hromadné dopravy ve formátech pro metro (60 x 23 cm, 170 x 25 cm, 220 x 60 cm), autobusy (450 x 230 cm, 75 x 200 cm, 200 x 200 cm, 243 x 225 cm) a tramvaje (QS 220 x 60 cm, KS 360 x 60 cm).
5. Dílčí objednávky a potvrzení jejich přijetí budou mezi smluvními stranami doručovány e-mailem na adresu uvedenou v čl. II této smlouvy.
6. Poskytovatel se na základě dílčích objednávek zasláných objednatelem zavazuje zajistit požadované plnění ve stanoveném termínu. Objednatel se zavazuje poskytovateli za řádně a včas provedené služby uhradit cenu dle čl. III. této smlouvy.

### **Článek II.**

#### **Způsob, lhůty a místo plnění**

2

- 2.1 Objednatel zašle poskytovateli na e-mailovou adresu: david.cermak@momentumww.com výzvu k předložení nabídky, která bude obsahovat popis objednatelem požadovaného plnění vč. klientského briefu, orientační termíny pro poskytnutí plnění a lhůtu pro zaslání nabídky poskytovatelem.
- 2.2 Poskytovatel se zavazuje zaslat objednateli ve stanovené lhůtě nabídku plnění. V případě, že objednatel bude s nabídkou souhlasit bez výhrad, zašle poskytovateli dílčí objednávku dle odst. 2.3 tohoto článku. Obsahuje-li předložená nabídka vady nebo neodpovídá-li zadání objednatele, zašle objednatel poskytovateli své výhrady, které je poskytovatel povinen zpracovat a ve stanovené lhůtě předložit objednateli upravenou nabídku. Objednatel si vyhrazuje právo zaslat poskytovateli novou výzvu k podání nabídky v případě, že se v době od zaslání původní výzvy k podání nabídky do okamžiku doručení nabídky poskytovatele změní podmínky uvedené v původní výzvě k podání nabídky nebo dojde ke změně v preferencích objednatele. Poskytovatel je v takovém případě povinen zaslat objednateli novou nabídku plnění, přičemž ustanovení tohoto odstavce se obdobně uplatní i na novou nabídku plnění. Poskytovatel bere podpisem smlouvy na vědomí, že si objednatel vyhrazuje právo neodebrat žádné plnění ze smlouvy nebo nezaslat poskytovateli dílčí objednávku na základě již zasláné výzvy k předložení nabídky.
- 2.3 Poskytovatel se zavazuje poskytovat plnění dle čl. I. této smlouvy na základě a ve lhůtách uvedených v jednotlivých dílčích objednávkách, které bude objednatel poskytovateli zasílat na e-mailovou adresu: david.cermak@momentumww.com. Dílčí objednávka bude obsahovat vždy alespoň:
- popis objednatelem požadovaného plnění vč. klientského briefu,
  - lhůtu pro poskytnutí plnění včetně orientačních kontrolních termínů, v nichž je poskytovatel povinen předložit dílčí fáze plnění, které je předmětem dané dílčí objednávky, ke kontrole objednateli. Poskytovatel je následně povinen zpracovat připomínky objednatele v objednatel stanovené lhůtě. Smluvní strany jsou s ohledem na charakter předmětu plnění oprávněny dohodnout jinou četnost kontrolních termínů, než je uvedena v dílčí objednávce.

- 2.4 Objednatel se zavazuje zaslat poskytovateli dílčí objednávku dle předchozího odstavce a to dle termínů uvedených v čl. 2.5. Poskytovatel se zavazuje písemně potvrdit dílčí objednávku nejpozději následující pracovní den po jejím doručení.
- 2.5 Objednatel stanovuje, že minimální lhůty pro doručení výstupů od poskytovatele budou následující:
- Strategicko-analytické služby: 14 dní od obdržení dílčí objednávky
  - Kreativní řešení: 30 dní od obdržení dílčí objednávky
  - Výroba: 30 dní od obdržení dílčí objednávky
- Konkrétní lhůty budou vždy specifikovány v jednotlivých dílčích objednávkách.
- 2.6 Poskytovatel bere podpisem smlouvy na vědomí, že objednatel bude čerpat plnění dle této smlouvy na základě svých aktuálních potřeb a není povinen odebrat od poskytovatele žádné plnění.
- 2.7 Místem plnění je Česká republika.
- 2.8 Pokud dílo bude splňovat požadavky dané dílčími objednávkami, bude o řádném předání a převzetí plnění poskytnutého na základě dílčích objednávek sepsán předávací protokol v souladu s čl. V. V případě, že dílo bude při předání objednateli vykazovat vady, které brání jeho převzetí, nebude objednatel převzato a poskytovatel je v prodloužení s předáním plnění ve stanovené lhůtě. Objednatel v takovém případě uvede do předávacího protokolu soupis vad včetně lhůty pro jejich odstranění. Objednateli náleží právo rozhodnout s konečnou platností o tom, zda vada brání převzetí díla či nikoliv. Nedohodnou-li se smluvní strany na jiné lhůtě, zavazuje se poskytovatel odstranit vady do 14 dnů ode dne, v němž mu byly objednatelům oznámeny, přičemž poskytovatel je následně povinen předat bezvadné dílo k nové akceptaci. Akceptační procedura popsaná v tomto odstavci nemá vliv na lhůty plnění dle tohoto článku.

### **Článek III.**

#### **Cena předmětu plnění a platební podmínky**

- 3.1 Smluvní strany se dohodly na jednotkových cenách plnění a dílčích licenčních odměnách, které jsou uvedeny v příloze č. 3 této smlouvy.
- 3.2 Jednotkové ceny a dílčí licenční odměny zahrnují veškeré náklady poskytovatele nutné k realizaci dané části předmětu plnění a jsou platné, nepřekročitelné a nejvýše přípustné po celou dobu trvání smlouvy.
- 3.3 Objednatel pro jednotlivá plnění stanoví kompletní částku (rozpočet) s tím, že Poskytovatel předloží návrh jednotlivých činností a alokaci finančních prostředků z přiděleného rozpočtu. Objednatel si také současně vyhrazuje právo neodebrat nabízené plnění v plném rozsahu.
- 3.4 Celková cena předmětu plnění dle této smlouvy nesmí v součtu překročit částku 12 705 000 Kč (slovy dvanáct milionů sedm set pět tisíc korun českých) včetně DPH, tj. 10 500 000 Kč (slovy: deset milionů pět set tisíc korun českých) bez DPH a 21% DPH činí 2 205 000 Kč (slovy: dva miliony dvě stě pět tisíc korun českých). Vyhrazená změna závazku se stanovuje na 5 445 000 (slovy: pět milionů čtyři sta čtyřicet pět tisíc korun) Kč včetně DPH, tj. 4 500 000 Kč (slovy: čtyři miliony pět set tisíc korun českých) bez DPH a DPH 21% činí 945 000 Kč (slovy devět set čtyřicet pět tisíc korun českých).
- 3.5 Cenu předmětu plnění uhradí objednatel bankovním převodem na účet poskytovatele uvedený ve faktuře vystavené poskytovatelem nejdříve po převzetí plnění, které je předmětem dílčí objednávky dle čl. II. Přílohou faktury bude předávací protokol podepsaný oběma smluvními stranami či jiný doklad prokazující realizaci provedeného plnění. Na faktuře bude zvlášť vyčíslena cena za poskytnutí jednotlivých služeb. Objednatel neposkytuje zálohy. Faktura musí splňovat náležitosti daňového, resp. účetního dokladu dle platných a účinných právních předpisů. Na faktuře musí být uvedena věta „Hrazeno z OPTP 2014-2020, projektu Informační kampaně o ESI fondech 2, CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000157. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího doručení objednateli. Faktura musí být zaslána na adresu Ministerstvo pro místní rozvoj, odbor publicity EU, Staroměstské nám. 6, Praha 1, PSČ 110 15. Na faktuře musí být podpis osoby oprávněné jednat za poskytovatele a číslo smlouvy v CES. Změna označení projektu uvedeného v této

smlouvě je účinná dnem doručení písemného oznámení o změně poskytovateli; změna může být provedena také formou e-mailu.

- 3.6 V případě, že faktura nebude obsahovat zákonem předepsané a výše uvedené náležitosti, je objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že poskytovatel je poté povinen vystavit novou fakturu, která bude splňovat zákonem a touto smlouvou stanovené náležitosti, s novým termínem splatnosti. V takovém případě není objednatel v prodlení s úhradou faktury.
- 3.7 Poslední faktura musí být objednateli doručena nejpozději do dne 15. 12. daného roku, ve kterém má být faktura proplacena. V případě nedodání do uvedeného termínu bude faktura proplacena až v roce následujícím.
- 3.8 Dojde-li během plnění smlouvy ke změně sazby daně z přidané hodnoty, bude poskytovatel účtovat cenu plnění s daní z přidané hodnoty podle aktuální sazby. V případě, že se poskytovatel (neplátce DPH) stane za dobu trvání smlouvy plátcem DPH, bude k ceně účtována DPH v aktuální sazbě.
- 3.9 Smluvní strany se dohodly, že dlužná částka je uhrazena okamžikem jejího odepsání z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele.
- 3.10 Smluvní strany se dohodly, že objednatel je oprávněn započíst jakoukoli svou peněžitou pohledávku za poskytovatelem oproti jakékoli peněžité pohledávce poskytovatele za objednatelem.

#### **Článek IV. Práva a povinnosti smluvních stran**

- 4.1 Poskytovatel je vázán pokyny objednatele a garantuje objednateli, že smluvené plnění bude probíhat v dohodnuté kvalitě a bez vad.
- 4.2 Veškeré dokumenty, zprávy, výstupy a jiné písemné materiály, které je poskytovatel povinen vyhotovit při provádění plnění či jeho kontrole, je poskytovatel povinen předkládat objednateli ve dvou vyhotoveních písemných a ve dvou vyhotoveních v datové podobě na nosičích CD nebo DVD (nedohodnou-li se smluvní strany na jiném způsobu předání plnění) nejpozději v den, na nějž připadá kontrola plnění dle čl. II, resp. s předložením předávacího protokolu.
- 4.3 Objednatel je oprávněn kontrolovat poskytování služeb prostřednictvím osoby, kterou k tomu písemně určí. Poskytovatel zajistí objednateli dostatečnou součinnost k provedení kontroly.
- 4.4 Objednatel je povinen poskytnout součinnost při poskytování informací a podkladů, na jejichž základě budou jednotlivé části předmětu plnění vytvořeny a je povinen upozornit poskytovatele na případné změny těchto podkladů.
- 4.5 Objednatel nepřipouští, aby se poskytovatel (ani jeho poddodavatelé) podílel na věcném plnění u nákupů mediálního prostoru, které by jakkoliv souviselo s předmětem této veřejné zakázky, a to po celou dobu trvání smlouvy.
- 4.6 Poskytovatel se zavazuje během realizace předmětu plnění i po jeho předání objednateli zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatele v souvislosti s realizací předmětu plnění a které nejsou veřejně dostupné.
- 4.7 Poskytovatel je povinen uchovávat veškeré originální dokumenty související s realizací veřejné zakázky po dobu uvedenou v závazných právních předpisech upravujících oblast zadávání veřejných zakázek, nejméně však po dobu 10 let od finančního ukončení projektu, zároveň však alespoň do 31. 12. 2028. Po tuto dobu je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s realizací veřejné zakázky.
- 4.8 Poskytovatel je povinen opatřit každý výstup z veřejné zakázky, pokud je určen pro informování široké veřejnosti nebo pro cílové skupiny o podpořené operaci včetně jakéhokoliv potvrzení účasti nebo jiného potvrzení, znakem EU spolu s názvem fondu a programu. Podklady pro splnění pravidel dodá Objednatel.
- 4.9 Poskytovatel není oprávněn postoupit práva, povinnosti a závazky ze smlouvy třetí osobě nebo jiným osobám bez předchozího souhlasu objednatele.

4.10 Poskytovatel se zavazuje provádět plnění podle této smlouvy osobami, jejichž prostřednictvím prokazoval technickou kvalifikaci dle zadávací dokumentace veřejné zakázky, na jejímž základě byla uzavřena tato smlouva. V případě, že by mělo být plněno prostřednictvím jiných osob než uvedených v předchozí větě, zavazuje se poskytovatel předložit objednateli žádost o odsouhlasení jiných osob, a to v dostatečném předstihu. Jiné osoby, jejichž prostřednictvím by mělo být plněno, musí splňovat technickou kvalifikaci podle zadávací dokumentace veřejné zakázky. Bez předchozího písemného schválení objednatele není možné plnění dle této smlouvy jinou osobou provádět.

## **Článek V.**

### **Vlastnické právo, nebezpečí škody na věci, licenční ustanovení**

- 5.1 Vlastnické právo k předmětu plnění přechází z poskytovatele na objednatele v okamžiku, kdy byl oboustranně podepsán předávací protokol o převzetí plnění kontaktními osobami obou smluvních stran nebo došlo k převzetí plnění jiným prokazatelným způsobem. Tímto okamžikem přechází na objednatele nebezpečí škody na věci.
- 5.2 Objednateli vzniká převzetím veškerého plnění podle této smlouvy (pokud se bude jednat o autorské dílo), technologicky a místně neomezené výhradní oprávnění dílo užívat ke všem způsobům užití (též „licence“) alespoň do 31.12. 2023. Součástí licence je i souhlas se zveřejněním díla.
- 5.3 Poskytovatel dává tímto souhlas s úpravou či zpracováním předmětného díla, či jeho části, jiným autorem, a to aniž by byl objednatel či jiný autor povinen uvádět jméno či jiné označení poskytovatele.
- 5.4 Součástí licence jsou též následující oprávnění:
- a) užití dílo v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru, nebo ve spojení s jiným dílem či prvky,
  - b) užití jen část díla nebo některé jeho části.
- 5.5 Objednatel není povinen licenci využít.
- 5.6 Objednatel může oprávnění tvořící součást licence zcela nebo zčásti poskytnout třetí osobě, a to i bezúplatně. Smluvní strany se výslovně dohodly na vyloučení použití ustanovení § 2364 odst. 2, § 2377 a § 2378 občanského zákoníku.
- 5.7 Poskytovatel se zavazuje, že neudělí oprávnění užití dílo jiným osobám a že bez předchozího písemného souhlasu objednatele sám dílo neužije. Poskytovatel se zavazuje zajistit, že autor/autoři díla neudělí oprávnění užití dílo jiným osobám a že sám neužije dílo bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
- 5.8 Poskytovatel prohlašuje, že práva, která touto smlouvou poskytuje (včetně práv k doprovodné hudbě, mluvenému slovu apod.), mu náleží bez jakéhokoliv omezení, a odpovídá za škodu, která by objednateli vznikla, pokud by toto prohlášení bylo nepravdivé.

## **Článek VI**

### **Odpovědnost za vady**

- 6.1 Poskytovatel se zavazuje, že předmět plnění bude mít vlastnosti stanovené ve specifikaci předmětu plnění po dobu plnění smlouvy.
- 6.2 Poskytovatel neodpovídá za vady a nedodělky na předmětu plnění, které byly po jeho převzetí způsobeny objednatelem, neoprávněným zásahem třetí osoby či neodvratitelnými událostmi.
- 6.3 V případě, že předané plnění vykazuje vady, musí tyto vady objednatel písemně u poskytovatele reklamovat, a to na adrese uvedené v záhlaví této smlouvy nebo e-mailem na



david.cermak@momentumwww.com. Písemná forma je podmínkou platnosti reklamace. V reklamaci musí objednatel uvést, jak se zjištěné vady projevují.

- 6.4 V případě, že se jedná o vadu, kterou lze odstranit opravou, má objednatel právo na bezplatné odstranění vad nebo nedodělků. Poskytovatel se vady plnění zavazuje odstranit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 10 dnů ode dne oznámení vady, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě písemně jinak.
- 6.5 Jestliže jde o vady, které nelze odstranit a vady či nedodělky jsou takového charakteru, že podstatně ztěžují užívání předmětu plnění či dokonce brání v jeho užívání, platí, že objednatel má právo od smlouvy odstoupit.
- 6.6 Reklamace vad musí být doručena poskytovateli nejpozději poslední den záruční doby, jinak práva objednatele z odpovědnosti za vady zanikají. Záruční doba v délce 6 měsíců začíná běžet datem podpisu předávacího protokolu nebo jiného dokladu. Záruka však neběží po dobu, kdy je oznámení vad doručeno poskytovateli, a to až do odstranění vad.

## **Článek VII Smluvní pokuty**

- 7.1 V případě prodlení poskytovatele se zasáním nabídky nebo zapracováním připomínek objednatele dle odst. 2.2 je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 1 000,- Kč za každý i započatý pracovní den prodlení.
- 7.2 V případě prodlení poskytovatele s plněním předmětu smlouvy ve lhůtě dle odst. 2.3 je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 5 000,- Kč za každý i započatý den prodlení.
- 7.3 V případě prodlení poskytovatele s odstraněním vad plnění dle čl. 6.4 je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 2 000,- Kč za každý i započatý den prodlení, a to za každou vadu zvlášť. Stejnou smluvní pokutu je poskytovatel povinen uhradit, neodstraní-li ve stanovené lhůtě vady plnění.
- 7.4 Za porušení povinnosti mlčenlivosti specifikované v této smlouvě v článku 4.6 je poskytovatel povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 25 000,- Kč, a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti.
- 7.5 Smluvní strany se dohodly, že celková výše náhrady škody, kterou je objednatel oprávněn požadovat po poskytovateli z titulu smluvních pokut uvedených ve Smlouvě, nepřekročí částku 500 000 Kč.
- 7.6 V případě prodlení objednatele s úhradou dlužné částky je poskytovatel oprávněn požadovat úrok z prodlení podle nařízení vlády č. 351/2013 Sb., kterým se určuje výše úroků z prodlení a nákladů spojených s uplatněním pohledávky, určuje odměna likvidátora, likvidačního správce a člena orgánu právnické osoby jmenovaného soudem a upravují některé otázky Obchodního věstníku, veřejných rejstříků právnických a fyzických osob a evidence svěřeneckých fondů a evidence údajů o skutečných majitelích.
- 7.7 Poskytovatel bere na vědomí, že objednatel není v prvních dvou měsících daného roku v prodlení s úhradou fakturované částky, pokud nedošlo ke schválení státního rozpočtu (včetně rozpočtů projektů, které se podílí na úhradě faktur) a objednatel tak není schopen proplácet daňové doklady – faktury v souladu se stanovenou splatností.
- 7.8 Úhradou smluvní pokuty není dotčeno právo smluvní strany na náhradu škody vzniklé porušením smluvní povinnosti, které se smluvní pokuta týká.
- 7.9 Splatnost a náležitosti dokladů na úhradu smluvní pokuty či úroků z prodlení se řídí podle čl. III této smlouvy.

## **Článek VIII Ukončení smlouvy**

- 8.1 Smlouvu lze ukončit písemnou dohodou smluvních stran, jejíž nedílnou součástí je i vypořádání vzájemných závazků a pohledávek.
- 8.2 Účinnost této smlouvy zaniká také písemným odstoupením od smlouvy v případě podstatného porušení smlouvy jednou ze smluvních stran, které je účinné dnem doručení písemného oznámení o odstoupení druhé smluvní straně. Za podstatné porušení smlouvy ze strany poskytovatele smluvní strany sjednávají zejména:
- prodlení poskytovatele se zasláním nabídky oproti termínům uvedeným v odst. 2.2 delší než 14 dnů,
  - prodlení poskytovatele s poskytnutím služeb oproti termínům uvedeným v odst. 2.3 delší než 14 dnů,
  - prodlení poskytovatele s odstraněním vad v záruční době dle odst. 6.4 delší než 10 dnů,
  - plnění smlouvy v souladu s čl. I neprobíhá v dostatečné kvalitě.
- 8.3 Poskytovatel je oprávněn odstoupit od této smlouvy v případě jejího podstatného porušení objednatelem. Za toto podstatné porušení se považuje prodlení objednatele s úhradou poskytovatelem vystaveného daňového dokladu (faktury) o více než třicet dnů po dni splatnosti, pokud objednatel nezjedná nápravu ani do deseti dnů od doručení písemného oznámení poskytovatele o takovém prodlení se žádostí o jeho nápravu.
- 8.4 Pro zamezení jakýchkoliv pochybností smluvní strany sjednávají, že oznámení se žádostí o nápravu ve smyslu předchozích odstavců může být doručeno kdykoliv po započetí prodlení jedné ze smluvních stran.
- 8.5 Smluvní strany se dohodly, že při odstoupení od této smlouvy vylučují použití ustanovení § 2993 občanského zákoníku a zrušením závazku na základě odstoupení není dotčeno vzájemné plnění, které bylo řádně a bezvadně poskytnuto a bylo již přijato nebo přijato být mělo a mohlo před účinností odstoupení, jakož i nároky na úhradu ceny za takové plnění. To neplatí, nemají-li již přijatá dílčí plnění sama o sobě pro objednatele význam.
- 8.6 Objednatel je oprávněn odstoupit od smlouvy, pokud je na poskytovatele vydáno rozhodnutí o úpadku nebo byl insolvenční návrh zamítnut pro nedostatek majetku poskytovatele, dle zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení, ve znění pozdějších předpisů nebo pokud poskytovatel vstoupí do likvidace.
- 8.7 Smluvní strany se dohodly, že objednatel je od této smlouvy oprávněn odstoupit bez jakýchkoliv sankcí, pokud nebude schválena částka ze státního rozpočtu následujícího roku, která je potřebná k úhradě za plnění poskytované podle této smlouvy v následujícím roce. Objednatel prohlašuje, že do 30 dnů po vyhlášení zákona o státním rozpočtu ve Sbírce zákonů oznámí poskytovateli, zda byla schválena částka ze státního rozpočtu následujícího roku, která je potřebná k úhradě za plnění poskytované podle této smlouvy v následujícím roce.
- 8.8 Objednatel je rovněž oprávněn odstoupit od smlouvy pouze v částečném rozsahu.
- 8.9 Odstoupením od smlouvy nezanikají ustanovení, která mají podle zákonů nebo této smlouvy trvat i po zrušení smlouvy, zejména ustanovení týkající se náhrady škody, smluvních pokut, ochrany informací a řešení sporů.

## **Článek IX. Odpovědnost za škodu, pojištění**

- 9.1 Smluvní strany nesou odpovědnost za způsobenou škodu v rámci platných právních předpisů a této smlouvy. Poskytovatel plně odpovídá za plnění smlouvy rovněž v případě, že příslušnou část plnění poskytuje prostřednictvím třetí osoby (poddodavatele).
- 9.2 Smluvní strany se zavazují k vyvinutí maximálního úsilí k předcházení škodám a k minimalizaci vzniklých škod.
- 9.3 Poskytovatel se zavazuje nahradit škodu, především navrácením v původní stav, není-li to možné, v penězích. Nahrazuje se skutečně vzniklá škoda a ušlý zisk.

## **Článek X. Závěrečná ujednání**

- 10.1 Smluvní strany se dohodly, že jejich závazkový vztah se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
- 10.2 Kontaktními osobami pro účely této smlouvy jsou:
  - za objednatele: Mgr. Michal Klusák, e-mail: [REDACTED]
  - a Mgr. Monika Geryková, e-mail: [REDACTED]
  - za poskytovatele: David Čermák, MBA, [REDACTED]
- 10.3 Poskytovatel je ve smyslu ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále „ZFK“), osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finančních kontrol prováděných v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů nebo z veřejné finanční podpory, tj. poskytovatel je povinen dle §13 ZFK poskytnout požadované informace a dokumentaci kontrolním orgánům (ŘO OPTP MMR, Ministerstvu financí, Evropské komisi, Evropskému účetnímu dvoru, Evropskému úřadu pro boj proti podvodům, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu, příslušnému finančnímu úřadu a dalším oprávněným orgánům správy) a vytvořit kontrolním orgánům podmínky k provedení kontroly vztahující se k předmětu smlouvy a poskytnout jim součinnost.
- 10.4 Poskytovatel je seznámen s výše uvedenými povinnostmi. V případě, že v průběhu plnění smlouvy dojde ke změně těchto pravidel, bude objednatel o těchto změnách poskytovatele bezodkladně informovat.
- 10.5 Tato smlouva obsahuje úplné ujednání o předmětu smlouvy a všech náležitostech, které strany měly a chtěly ujednat, a které považují za důležité pro závaznost této smlouvy. Žádný projev stran učiněný při jednání o této smlouvě ani projev učiněný po uzavření této smlouvy nesmí být vykládán v rozporu s výslovným ustanovením této smlouvy a nezakládá žádný závazek žádné ze stran.
- 10.6 Smluvní strany se dohodly, že vylučují aplikaci ustanovení § 557 občanského zákoníku.
- 10.7 Smluvní strany prohlašují, že mají zájem uzavřít tuto smlouvu a že si vzájemně sdělily všechny skutkové a právní okolnosti potřebné k uzavření platné smlouvy.
- 10.8 Smluvní strany se dohodly, že 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) ve znění pozdějších předpisů, tuto smlouvu v registru smluv uveřejní objednatel.
- 10.9 Veškeré změny smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků ke smlouvě odsouhlasených oběma smluvními stranami. Ustanovení předchozí věty se neuplatní na změnu kontaktních osob uvedených v odst. 10.2. smlouvy a dále v případech výslovně uvedených v této smlouvě; tato změna je účinná dnem jejího oznámení druhé smluvní straně.
- 10.10 Tato smlouva je uzavřena elektronicky, opatřena elektronickými podpisy smluvních stran.


- 10.11 Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv.
- 10.12 Tato smlouva se uzavírá na dobu dvou let ode dne nabytí její účinnosti, nebo do vyčerpání finančních prostředků dle čl. III, podle toho, která skutečnost nastane dříve.
- 10.13 Objednatel si vyhrazuje změnu závazku z této smlouvy, jejímž předmětem je další plnění vymezené v čl. I. této smlouvy, které bude realizováno v době dvou let, počítané od ukončení plnění na základě této smlouvy, způsobem popsaným v čl. II. této smlouvy za cenu dle Čl.III. odst. 3.1 této smlouvy. Plnění na základě vyhrazené změny závazku si objednatel vyhrazuje zadat poskytovateli podle § 100 odst. 1 ZZVZ ve spojení s § 222 odst. 2 ZZVZ. Čerpání dalšího plnění na základě vyhrazené změny závazku předpokládá uzavření dodatku k této smlouvě. Čerpání dalšího plnění na základě vyhrazené změny závazku bude odvislé od aktuálních potřeb objednatele, přičemž objednatel není povinen odebrat od poskytovatele žádné plnění.
- 10.14 Smluvní strany prohlašují, že je jim znám celý obsah smlouvy a že tuto smlouvu uzavřely na základě své svobodné a vážné vůle. Na důkaz této skutečnosti připojují své podpisy.
- 10.15 Nedílnou součástí této smlouvy tvoří tyto přílohy:

Příloha č. 1: návrh kreativního řešení

Příloha č. 2: návrh mediamixu modelové kampaně

Příloha č. 3: cenový list

V Praze dne



za objednatele:

**Ing. Radek Kobza**

ředitel Odboru publicity EU

Česká republika - Ministerstvo pro místní rozvoj

V Praze dne.....



za poskytovatele:

**Ing. Jitka Kuchařová**

jednatelka společnosti

McCANN-ERICKSON Prague  
spol. s. r. o., INTERNATIONAL  
ADVERTISING AGENCY

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 35/ KREATIVNÍ KONCEPT

- / Koncept je založen na jednoduchém insightu: počet projektů, podpořených z ESI fondů, přesahuje 70 000, takže možnost, že by člověk mohl být jen zahlédnout **skutečný rozsah pozitivních změn v mnoha oblastech** našich životů, ať už jde o zdravotnictví, dopravu či výrobu a podnikání, je *de facto* fyzicky vyloučena.
- / **Leda by nebyl člověkem, ale obrem**, opravdovým Gulliverem. Proto **v rámci lehké nadsázky** našeho konceptu vidíme postupně celou rodinu Gulliverů, kteří obdivují viditelné výsledky a materiální realizace projektů, podpořených z ESI fondů.

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

### 36/ KREATIVNÍ KONCEPT

- / Kreativní ztvárnění vizuálů (TVC, printů, bannerů) bude kombinací reálných charakterů (fotorealismus) s vektorovou grafikou (stylizace). Technicky tedy jde o fotografie a video natočené před klíčovacím pozadím (green screen), místo nějž budou do záběrů vloženy 3D ilustrace prostředí. Při realizaci konceptů je možné upravit styl 3D vizualizací i grafiky dle požadavků zadavatele.
- / Tak budeme moci díky reálným charakterům navázat emoční kontakt s divákem a zároveň nám tento přístup umožní dramatizovat v podstatě libovolný projekt, téma či aktivitu bez složitého a drahého natáčení v exteriérech na mnoha místech v ČR.
- / Možností představit libovolný projekt či téma zároveň splňujeme požadavek zadavatele na možnost kampaňovitosti kreativního konceptu a bude možné na něj bez problémů navázat s jiným tématem.

# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ 37/ KLÍČOVÝ VIZUÁL



**70 000 PROJEKTŮ  
PRO LEPŠÍ ČESKO** > 

Mezi v lidských silách zahlédnout všechno, co se u nás za posledních pár let změnilo k lepšímu. Peníze z Evropských strukturálních a investičních fondů míří do všech koutů naší země. Modernizujeme dílny nám nemocnice. Zvyšujeme komfort na železnicích a snižujeme ekologickou zátěž ve veřejné dopravě. A podporujeme inovace ve firmách. Přesvědčte se sami na [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz)

**DotaceEU.cz**

 EVROPSKÁ UNIE  
Fond soudržnosti  
Operační program Technická pomoc

 MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ 38/ STORYBOARD TV SPOTU 30“



## MMR ESIF STORYBOARD

CLIENT: MMR // LENGTH: 30" // TITLE: GULLMEROVY CESTY



Rodina zhruba třicetimetrových obrů stojí ve stylizované vektorové české krajině a s úsměvem se rozhlíží.

VO:

*Není v lidských silách zahlédnout všechno, co se u nás za posledních pár let změnilo k lepšímu. Peníze z Evropských strukturálních a investičních fondů míří do všech koutů naší země.*



Máma s dědečkem přetvářejí sáňkové vlekut a obdivují půldruhometrovou nemocnici, na jejíž síťce právě přistává záchranný vrtulník.

VO:

*Modernizujeme díky nim nemocnice.*



# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

## 39/ STORYBOARD TV SPOTU 30“



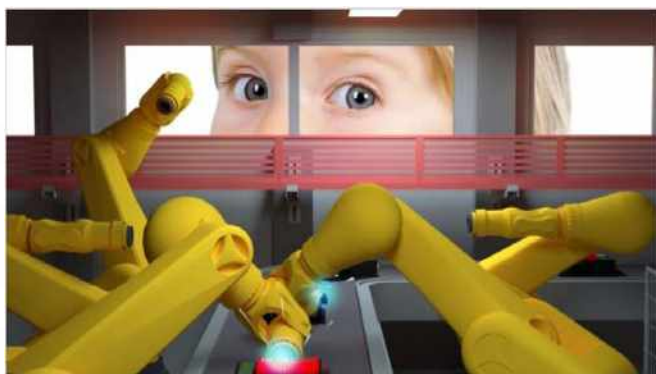
### MMR ESIF STORYBOARD

CLIENT: MMR // LENGTH: 30" // TITLE: GULLIVEROVY CESTY



Táta se synkem sedí na stráni, pod nimi v údolí jede příměstský vláček.

VO:  
*Zvyšujeme komfort na železnicích a snižujeme ekologickou zátěž ve veřejné dopravě.*



Jsme v supermoderní tovární hale a vidíme zvenčí okny zvědavě nakukující obřímí holčičku.

VO:  
*A podporujeme inovace ve firmách.*

# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

## 40/ STORYBOARD TV SPOTU 30“



### MMR ESIF STORYBOARD

CLIENT: MMR // LENGTH: 30" // TITLE: GULLIVEROVY CESTY



Poté ji vidíme zvenčí, jak se zvedá od oken a mává na zbytek rodiny opodál, aby se taky šli podívat.

VO:  
*Každá utracená koruna je vidět.*



Packshot nám ukáže celou rodinu na bílém pozadí, za nimiž se objevují menší i větší modré puntíky, symbolizující jednotlivé projekty (o nichž mluvíme ve VO), které postupně vytváří stylizovanou mapu ČR.

VO:  
*A ne na jednom místě, ale na desítkách. Stovkách.*

# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

## 41/ STORYBOARD TV SPOTU 30"



MMR ESIF STORYBOARD

CLIENT: MMR // LENGTH: 30" // TITLE: GULLVEROVY CESTY



VO:  
*Tisících po celé České republice.*



VO:  
*Sedmdesát tisíc projektů pro lepší život v celém Česku. Přesvědčte se sami na webu [dotaceeu.cz](http://dotaceeu.cz)*

# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

## 42/ STORYBOARD ONLINE SPOTU 10“



### MMR ESIF STORYBOARD

CLIENT: MMR // LENGTH: 10" // TITLE: GULLIVEROVY CESTY



Rodina na bílém pozadí, za nimiž se objevují menší i větší modré puntíky, symbolizující jednotlivé projekty (o nichž mluvíme ve VO), které postupně vytvářejí stylizovanou mapu ČR.

VO:  
*Sedmdesát tisíc projektů pro lepší život v celém Česku.*



Táta se synkem sedí na stráni, pod nimi v údolí jede příměstský vláček.

VO:  
*Třeba modernizace železnic a snížení ekologické zátěže ve veřejné dopravě.*

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

# 43/ STORYBOARD ONLINE SPOTU 10“



### MMR ESIF STORYBOARD

CLIENT: MMR // LENGTH: 10" // TITLE: GULLIVERŮVY CESTY

70 000 PROJEKTŮ  
PRO LEPŠÍ ČESKO



DotaceEU.cz



VO:

*Přesvědčte se sami na webu [dotaceeu.cz](http://dotaceeu.cz)*

## KREATIVNÍ ŘEŠENÍ KAMPANĚ

# 44/1 MOTIV TISKOVÉ REKLAMY



**70 000 PROJEKTŮ  
PRO LEPŠÍ ČESKO** > 

Nemí v lidských silách zahrnout všechno, co se u nás za posledních pár let změnilo k lepšímu. Peníze z Evropských strukturálních a investičních fondů míří do všech koutů naší země. Modernizujeme díky nim nemocnice. Zvyšujeme komfort na železnicích a snižujeme ekologickou zátěž ve veřejné dopravě. A podporujeme inovace ve firmách. Přesvědčte se sami na [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz)

**DotaceEU.cz**

 EVROPSKÁ UNIE  
Fondů soudržnosti  
Operační program Technická pomoc

 MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

Číslo v CES: 5736 - Příloha č. 2: Formulář pro návrh mediámixu modelové kampaně

Dodavatel do tabulky vyplní mediátup, jeho váhu v navrženém mediámixu pro modelovou kampaň, podrobně popíše zvolené médium a uvede reklamní formát. V případě nevyužití některého z řádků jej dodavatel proškrtně. Zadavatel si vyhrazuje právo nabízené díle plnění veřejné zakázky nevyužít nebo nevyužít v plném rozsahu.

Mediátup	Váha mediátupu	Popis	Reklamní formát
TV	53%	Media Club - Bundle Total (Prima 38,5 %, Prima COOL 10 %, Prima LOVE 5,5 %, Prima ZOOM 4,5%, Prima MAX	30"
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
Rozhlas	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
Print - Zpravodajské deníky	3%	Mladá Fronta DNES	1/2
	2%	Metro	1/2
	1%	Právo	1/2
	1%	Lidové noviny	1/2
	4%	Deník ČR	1/2
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
Print - Přílohy zpravodajských deníků	4%	TV magazín	1/1
	2%	Magazín DNES + TV	1/1
	2%	Ona Dnes	1/1
	1%	Vikend Dnes	1/1
	1%	Magazín Právo + TV	1/1
	1%	Pátek	1/1
	1%	Deník Vikend	1/1
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
Print - Tematické tituly (dodavatel blíže specifikuje zvolenou skupinu titulů)	3%	5plus2	1/1
	2%	Reflex	1/1
	1%	Týdeník Květy	1/1
	1%	Téma	1/1
	1%	Blesk pro ženy	1/1
	1%	Chvilka pro tebe	1/1
	1%	Tina	1/1
	1%	Respekt	1/1
	1%	Ekonom	1/1
	1%	Euro	1/1
	-	-	-
	-	-	-
OOH	7%	billboardy	5,1 x 2,4
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-

Mediátup	Váha mediátupu	Popis	Reklamní formát
Online - zpravodajské weby	12%	CNC info.cz	Leaderboard, Halfpage Ad, Video 10"
	9%	Tiscall tiscall.cz	Leaderboard, Halfpage Ad
	12%	Seznam seznamzpravy.cz	Leaderboard, Halfpage Ad, Video 10"
	12%	CNC e15.cz	Leaderboard, Halfpage Ad, Video 10"
	15%	Economia IHNED.cz, Aktuálně.cz	Leaderboard, Halfpage Ad, Video 10"
Online - sociální sítě	5%	Facebook	Carousel
	5%	Facebook	Single image
	5%	Facebook	Photo
	5%	Facebook	Video 10"
	-	-	-
Online - vyhledávače	3%	Seznam	Search
	3%	Google	Search
	7%	Google Adwords Display Network	Bannery
	7%	Seznam Sklik Display Network	Bannery
	-	-	-

Odhad zásahu jednotlivých médií

TV	15+	25-50	50+	SME	TOTAL
Odhad GRPs	220	220	220	220	880
Odhad TRPs	242	198	308	220	968

MEDIUM	Reach 1+	GRPs	TRPs	Imprese
TISK ODHAD	64%	180	240	
ONLINE ODHAD	58%			30mil

**Jednotkové ceny za služby agentury - Strategicko-analyticko-plánovací část**

Niže uvedené jednotkové ceny budou kromě nákladů na 1 hodinu práce konkrétního člena týmu na 1 modelové kampani zahrnovat i veškeré náklady spojené s režijními náklady agentury. Zadavatel nepřipouští, aby tyto náklady byly účtovány jako náklady třetích stran. Zadavatel stanovuje, že cena za jednotku by neměla překročit průměrné ceny hodinových sazeb obvyklé na trhu v ČR pro rok 2017, které jsou uvedeny na webových stránkách Asociace komunikačních agentur (AKA) (viz kapitola 9 ZD). Zadavatel si vyhrazuje možnost neodebrat v průběhu realizace veřejné zakázky nabízené plnění v plné výši.

Člen týmu	Specifikace dílčích plnění	Jednotka	Cena v Kč za jednotku bez DPH	DPH (sazba v %)	Množství hodin nutných pro přípravu a realizaci strategicko-analyticko-plánovací části nabídkové kampaně	Celková cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	Celková cena v Kč včetně DPH
Account manager	Klíčová osoba pro kontakt se zadavatelem. Má na starost dohled nad zakázkami a rozvoj spolupráce. Nese zodpovědnost za dodržování harmonogramu a doručování plnění zadavatel.	1 hodina	1 800,00 Kč	21%	50	90 000,00 Kč	18 900,00 Kč	108 900,00 Kč
Strategic planner	Osoba zodpovědná za poskytování strategického poradenství zadavateli, spoluurčuje cíle a formuluje strategii produktu. Má na starost zavádění strategie a jeho úkolem je udržet nadhled a splnit klientův vytyčený cíl. Je dopovědný za návrh odpovídajícího mediámixu.	1 hodina	2 500,00 Kč	21%	20	50 000,00 Kč	10 500,00 Kč	60 500,00 Kč
Creative director	Klíčová osoba zodpovědná za kreativní tým. Má na starost to, aby koncepty jednotlivých kampaní odpovídaly požadavkům zadavatele, zvolené komunikační strategii a má odpovědnost za kreativní výstupy.	1 hodina	2 500,00 Kč	21%	20	50 000,00 Kč	10 500,00 Kč	60 500,00 Kč

**Nabídková cena za strategicko-analyticko-plánovací část nabídkové kampaně 229 900,00 Kč**

**Jednotkové ceny za služby agentury - Kreativní a produkční část**

Niže uvedené ceny obsahují náklady na návrh a zpracování konceptu nabídkové kampaně ve formátech příslušného medietypu na základě podkladů z kreativního briefu dodaného zadavatelem, a to včetně nákladů na personální zajištění a závěrečnou DTP úpravu dle zvoleného druhu medietypu a jeho formátu. Změna v nabízených jednotkových cenách je možná pouze v případě, že se konečný rozměr ve zvoleném formátu daného medietypu bude lišit o více než 20 %. Zadavatel si vyhrazuje právo nevyužít všechny zde uvedené formáty v rámci realizace nabídkové kampaně.

Druh formátu	Specifikace formátu	Jednotka	Cena v Kč bez DPH za jednotku	DPH (sazba v %)	Cena v Kč včetně DPH za jednotku	Počet jednotek v nabídkové kampani	Celková cena v Kč bez DPH za formát v nabídkové kampani	DPH v Kč	Celková cena v Kč včetně DPH za formát v nabídkové kampani
TV spot 30 vteřin	Spot určený pro odvysílání v TV zpracovaný v podobě dle zvoleného kreativního řešení kampaně předloženého uchazečem. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, tj. full HD. Scénář, hlasový komentář a hudební složka podléhají schválení zadavatelem.	1 animovaný spot	1 500 000,00 Kč	21%	1 815 000,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
	Spot určený pro odvysílání v TV zpracovaný v podobě dle zvoleného kreativního řešení kampaně předloženého uchazečem. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, tj. full HD. Scénář, herecké obsazení, hlasový komentář a hudební složka podléhají schválení zadavatelem.	1 hraný spot	2 500 000,00 Kč	21%	3 025 000,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
	Spot určený pro odvysílání v TV zpracovaný v podobě dle zvoleného kreativního řešení kampaně předloženého uchazečem. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, tj. full HD. Spot pracuje s kombinací animovaných a hraných prvků. Scénář, herecké obsazení, hlasový komentář a hudební složka podléhají schválení zadavatelem.	1 kombinovaný spot	1 650 000,00 Kč	21%	1 996 500,00 Kč	1	1 650 000,00 Kč	346 500,00 Kč	1 996 500,00 Kč
Internetová videoreklama max. 10 vteřin	Zpracování storyboardu a výroba online videoreklamy. Hlavní sdělení musí zaznít do 5 sekund od začátku reklamy. Video bude zpracováno v rozlišení min. 720p a ve formátech MP4 a FLV.	1 animované video	100 000,00 Kč	21%	121 000,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
	Zpracování storyboardu a výroba online videoreklamy. Hlavní sdělení musí zaznít do 5 sekund od začátku reklamy. Video bude zpracováno v rozlišení min. 720p a ve formátech MP4 a FLV.	1 hrané video	250 000,00 Kč	21%	302 500,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
	Zpracování storyboardu a výroba online videoreklamy. Spot pracuje s kombinací animovaných a hraných prvků a hlavní sdělení musí zaznít do 5 sekund od začátku reklamy. Video bude zpracováno v rozlišení min. 720p a ve formátech MP4 a FLV.	1 kombinované video	130 000,00 Kč	21%	157 300,00 Kč	1	130 000,00 Kč	27 300,00 Kč	157 300,00 Kč
Bannery k využití v online reklamě	Tvorba sady HTML bannerů ve formátech leaderboard a motherboard (především 970x100px, 970x210px, 990x100px, 990x210px, 998x100px, 998x200px) na základě hlavního vizuálu kampaně zvoleného dodavatelem. Finální bannery budou upraveny na přesné rozměry dle instrukcí zadavatele po nákupu mediálního prostoru pro danou kampaň.	1 varianta provedení pro zadané formáty	16 200,00 Kč	21%	19 602,00 Kč	1	16 200,00 Kč	3 402,00 Kč	19 602,00 Kč
	Tvorba sady HTML bannerů ve formátech 300x250px, 300x600px, 160x600px, 120x600px na základě hlavního vizuálu kampaně zvoleného dodavatelem. Finální bannery budou upraveny na přesné rozměry dle instrukcí zadavatele po nákupu mediálního prostoru pro danou kampaň.	1 varianta provedení pro zadané formáty	10 800,00 Kč	21%	13 068,00 Kč	1	10 800,00 Kč	2 268,00 Kč	13 068,00 Kč
Bannery k využití na Facebooku	Výroba reklamy pro použití na sociální síti Facebook ve formátech carousel (1080x1080px), single image (1200x628px) a photo (1200x900px).	1 sada rotujících formátů	6 000,00 Kč	21%	7 260,00 Kč	1	6 000,00 Kč	1 260,00 Kč	7 260,00 Kč
Kampaňová microsite	Tvorba, realizace a obsahová podpora kampaňové microsite s 1 homepage a min. 1 podstránkou. Grafická podoba bude vycházet z klíčového vizuálu kampaně. Součástí tohoto dílčího plnění je také zajištění domény odpovídající názvu kampaně. Obsahem stránky budou základní informace k tématu kampaně, sdělení vůči cílovým skupinám včetně podprůměrných materiálů (texty, videa, infografika apod. dle kreativního konceptu uchazeče a podkladů zadavatele). Samotná stránka bude naprogramována a provozována na webu www.dotaceEU.cz - hosting a programové práce zajistí zadavatel s dodavatelem a správcem webů MMR.	1 homepage	25 000,00 Kč	21%	30 250,00 Kč	1	25 000,00 Kč	5 250,00 Kč	30 250,00 Kč
		1 podstránka	15 000,00 Kč	21%	18 150,00 Kč	1	15 000,00 Kč	3 150,00 Kč	18 150,00 Kč
Reklama v tištěných periodických (deníky, týdeníky)	Zpracování DTP podkladů pro inzerci v tištěných médiích ve formátech celostrana (1/1), půlka (1/2) a junior page.	1 varianta provedení pro zadané formáty	2 500,00 Kč	21%	3 025,00 Kč	2	5 000,00 Kč	1 050,00 Kč	6 050,00 Kč
	Zpracování DTP podkladů pro inzerci v tištěných médiích ve formátech podval, ucha a pásky.	1 varianta provedení pro zadané formáty	1 000,00 Kč	21%	1 210,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
Venkovní billboard	Zpracování podkladů pro reklamu na základě hlavního vizuálu kampaně ve formátech billboard (510x240 cm) a bigboard (960x360 cm).	1 varianta provedení pro zadané formáty	3 000,00 Kč	21%	3 630,00 Kč	1	3 000,00 Kč	630,00 Kč	3 630,00 Kč
Reklama v nosičích venkovní reklamy	Zpracování výstupu ve formátech CLV (118,5x125 cm), variaposter (252x119 cm) a pro reklamu umístěnou na lavičkách (165x60 cm).	1 varianta provedení pro zadané formáty	6 000,00 Kč	21%	7 260,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
Reklamy v indoor/outdoor poutačích	Zpracování podkladů pro využití ve vhodných indoor či outdoor poutačích (např. rámečky v MHD, v budovách, v obchodech, ve školách či na čerpacích stanicích) dle tématu komunikovaném v rámci kampaně.	1 varianta provedení pro zadané formáty	2 500,00 Kč	21%	3 025,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč
Reklama formou polepů vozů MHD	Zpracování podkladů pro vnější polepy vozů městské hromadné dopravy ve formátech pro metro (60 x 23 cm, 170 x 25 cm, 220 x 60 cm), autobusy (450 x 230 cm, 75 x 200 cm, 200 x 200 cm, 243 x 225 cm) a tramvaje (GS 220 x 60 cm, KS 360 x 60 cm).	1 varianta provedení pro zadané formáty	15 000,00 Kč	21%	18 150,00 Kč	0	- Kč	- Kč	- Kč

**Nabídková cena za kreativní a produkční část nabídkové kampaně 2 251 810,00 Kč**

**Jednotková cena - Licenční práva užití k jednotlivým autorským dílům do roku 2023**

V této části účastník uvede ceny za výkon licence k jednotlivým autorským dílům, které budou zpracovány v rámci realizace 1 nabídkové kampaně. Z uvedených cen bude předem hodnocení pouzta ta, kterou uchazeč zvolí ve vztahu k navrhovanému kreativnímu řešení (například v případě hraného spotu započítá do celkové nabídkové ceny 3. variantu). Zadavatel zpěsní své požadavky a každým dalším zadáním. Cena nezahrnuje práva třetích osob vykupovaná pro realizaci jednotlivých komunikačních výstupů (např. režisér, herci, fotografie z fotobanky apod.), tyto ceny budou ze strany uchazeče zahrnuty v jednotkových cenách za kreativní a produkční řešení kampaně.

Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění	Cena bez DPH	DPH	Celková cena včetně DPH
Cena za výkon licence autorských děl uchazeče na 4 nebo 5 let, nejpozději však do roku 2023 s možností zásahu do vytvořených autorských děl ze strany zadavatele a se vzdáním se uvádění jména autora u jednotlivých výstupů autorských děl.	1) Výkon licence pro hlasovou složku kampaně	60 000,00 Kč	12 600,00 Kč	72 600,00 Kč
	2) Výkon licence pro vizuální složku kampaně	300 000,00 Kč	63 000,00 Kč	363 000,00 Kč
	3) Výkon licence pro kombinaci hlasové a vizuální složky kampaně	345 000,00 Kč	72 450,00 Kč	417 450,00 Kč

**Celková nabídková cena za nabídkovou kampaň včetně DPH 2 899 160,00 Kč**

Uchazeč vyplní údaje do pole Celková nabídková cena za nabídkovou kampaň včetně DPH celkem, přičemž tato cena bude tvořena jakou součet pole Nabídková cena Strategicko-analyticko-plánovací část nabídkové kampaně a Kreativní a produkční část nabídkové kampaně a Celkovou cenou včetně DPH za patřičné licenční právo (1,2 nebo 3).