



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



SMLOUVA O DÍLO

kterou uzavřely níže uvedeného dne, měsíce a roku níže uvedené Smluvní strany:

1. Smluvní strany

1.1. Statutární město Brno

Zastoupené: Ing. Petrem Vokřálem, primátorem města Brna
Se sídlem: Dominikánské náměstí 1, 601 67 Brno
IČO: 44992785
DIČ: CZ 44992785
Bankovní spojení: Komerční banka, a.s.
Číslo účtu: 43-5316600267/0100

Ve věcech smluvních a technických je oprávněn jednat Mgr. Radek Řeřicha, vedoucí Odboru implementace evropských fondů Magistrátu města Brna.

(dále jen „*Objednatel*“)

a

1.2. SNIP &CO, reklamní společnost, spol. s r.o.

Zastoupený: Jiří Morávkem, jednatelem
Se sídlem: Špitálka 41, 660 18 Brno
IČO: 46966234
DIČ: CZ46966234
Právní osoba zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně, pod sp. zn. C 6815
Bankovní spojení: KB Brno-venkov, Kobližná ul, Brno
Číslo účtu: 31106641/0100
Kontaktní osoba: Ondřej Morávek, ředitel marketingu a obchodu
Telefon: 543 537 217
Fax: 543 210 631

E-mail: omoravek@snip-brno.cz

(dále jen „*Dodavatel*“)

(společně v dalším textu rovněž jen „*Smluvní strany*“)

2. Základní ustanovení, význam a účel smlouvy

- 2.1. Tato smlouva je uzavřena podle ustanovení § 2586 a násl. zákona č. 89/2012, občanský zákoník (dále jen „*občanský zákoník*“).
- 2.2. Tato smlouva je uzavírána na základě výsledku výběrového řízení na veřejnou zakázku malého rozsahu s názvem „Komunikační kampaň Přírodovědného digitária“ (dále jen „*veřejná zakázka*“ či „*výběrové řízení*“). Na základě výsledků uvedeného výběrového řízení Objednatel vybral k realizaci plnění shora uvedeného Dodavatele.
- 2.3. Předmět smlouvy je realizován jako součást projektu s názvem „*Doplnění a rozšíření Přírodovědného digitária*“, reg. č. CZ.1.05/3.2.00/20.0384, který je spolufinancován Evropskou unií prostřednictvím Operačního programu Věda a výzkum pro inovace (dále jen „*Projekt*“).
- 2.4. Účelem díla dle této smlouvy je v rámci Projektu v intervalu minimálně 21 dní posílit všeobecnou známost návštěvnického centra Přírodovědného digitária a také pokračovat v budování dlouhodobého vztahu s návštěvníky Přírodovědného digitária realizovaného v rámci Hvězdárny a planetária Brno.
- 2.5. Dodavatel potvrzuje, že si prostudoval a detailně se seznámil se zadávacími podmínkami výběrového řízení na veřejnou zakázku a jsou mu známy veškeré technické, kvalitativní a jiné podmínky nezbytné k realizaci plnění a že disponuje takovými právy, kapacitami a odbornými znalostmi, které jsou nezbytné k realizaci plnění za dohodnutou cenu.
- 2.6. Neobsahuje-li tato smlouva zvláštní ustanovení, vykládají se práva a povinnosti smluvních stran podle podmínek výběrového řízení, na jehož základě byla tato smlouva uzavřena, jakož i v souladu s nabídkou Dodavatele.

3. Předmět smlouvy

- 3.1. Předmětem smlouvy je vytvořit návrh a realizovat na svůj náklad a nebezpečí pro Objednatele jednotnou komunikační kampaň, včetně media plánu složenou z následujících prvků:
 - 3.1.1. rozhlasová kampaň – minimálně 3 rozhlasové, regionální stanice s minimální

týdenní poslechovostí 100 000 posluchačů, s garancí minimálního množství 100 odvysílání spotů v každém z rádií v průběhu kampaně, v celkovém součtu nejméně 600 odvysílání audio spotů rovnoměrně rozložených na všech stanicích po celou dobu kampaně;

- 3.1.2. internetová kampaň – minimálně 2 sociální sítě (Facebook, Twitter, Instagram event. další) s možností regionálního zacílení s garantovaným minimálním zobrazením, minimálně 3 zpravodajské portály s regionální přílohou s garantovaným minimálními zobrazeními v průběhu kampaně;
- 3.1.3. reklama v denním tisku – minimálně 2 deníky s regionálními přílohami a minimálním nákladem 10 000 ks v Jihomoravském kraji s tištěnou reklamou o velikosti nejméně ½ tiskové strany s vydáním na začátku a konci kampaně;
- 3.1.4. reklama v regionálním magazínu – minimálně 1 magazín s regionálním zaměřením a minimálním nákladem 10 000 ks v regionu s tištěnou reklamou o velikosti nejméně ½ tiskové strany uveřejněné na začátku kampaně;
- 3.1.5. outdoorová kampaň – vysílání videospotu na velkoplošných LED panelech po dobu kampaně,

a to vše dle technické specifikace, která je přílohou č. 1 této smlouvy (dále jen „díl“).

- 3.2. Dodavatel se zavazuje poskytnout Objednateli k jednotlivým prvkům komunikační kampaně licenci za podmínek sjednaných dále touto smlouvou.
- 3.3. Dodavatel prohlašuje, že je k realizaci předmětu plnění podle této smlouvy odborně způsobilý, je oprávněn poskytnout licenci ve sjednaném rozsahu a plněním závazků dle této smlouvy neporušuje žádná autorská ani jiná práva žádné třetí osoby.

4. Doba plnění a místo předání

- 4.1. Dodavatel je povinen zahájit realizaci díla ihned po uzavření smlouvy. Komunikační kampaň bude probíhat nejméně po dobu 21 dnů a bude ukončena nejpozději k 10. 12. 2015.
- 4.2. Dodavatel je povinen předat Objednateli všechny prvky komunikační kampaně v elektronické podobě (v tiskových a zdrojových datech) na 3ks CD/DVD/flash discích a dále pak 2 ks výtisků všech tištěných médií obsahujících příslušné prvky komunikační kampaně v místě předání, kterým je Magistrát města Brna, se sídlem Dominikánské náměstí 1, 601 67 Brno.

5. Cena díla

5.1. Cena díla dle této smlouvy činí

Plnění		Název stanice / soc. sítě/zpravodaj. portálu/ deníku/ magazínu / výpis videoploch	Cena v Kč bez DPH	Cena v Kč vč. DPH
Rozhlasová kampaň		• Rádio Impuls • Rádio Kiss Hády • Rádio Petrov	237.000,-	286.770,-
Internetová kampaň	Sociální sítě	• Facebook • Instagram • Twitter	132.000,-	159.720,-
	Zpravodajské portály	• iDnes.cz • Novinky.cz • Proženy.cz	94.000,-	113.740,-
Reklama v denním tisku		• MF DNES • Deník	120.000,-	145.200,-
Reklama v regionálním magazínu		• Týdeník 5plus2	26.000,-	31.460,-
Outdoorová kampaň		• Brno – Zvonařka (u NG Vaňkovka) • Brno – Mendlovo nám. • Olomouc – Jeremenkova ul. (u Hl. nádraží) • Zlín – tř. Tomáše Bati, (u výjezdu na Brno)	46.000,-	55.660,-
Cena celkem			655.000,-	792.550,-

- 6.1. Maximální cena za dílo podle odst. 5.1. tohoto článku smlouvy zahrnuje veškeré náklady Dodavatele spojené se splněním jeho závazku z této smlouvy, tj. cenu díla včetně dopravného, předání prvků komunikační kampaně, odměny za poskytnutí licence, práce technika apod. Cena za dílo je stanovena jako nejvýše přípustná a není ji možno překročit.
- 6.2. Dodavatel odpovídá za to, že sazba daně z přidané hodnoty bude stanovena v souladu s platnými právními předpisy. Pokud dojde během platnosti a účinnosti smlouvy

ke změně zákona o dani z přidané hodnoty a pokud taková změna bude mít vliv na výši DPH, bude ke sjednané ceně bez DPH připočtena DPH v takto změněné výši. O této skutečnosti není nutné uzavírat dodatek ke smlouvě.

6. Platební podmínky

- 6.3. Vyúčtování sjednané ceny provede Dodavatel na základě jediného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem (dále jen „Faktura“) po řádném provedení díla. Objednatel nebude poskytovat Dodavateli na předmět plnění této smlouvy jakékoliv zálohy.
- 6.4. Lhůta splatnosti Faktury činí 30 (slovy: třicet) dnů ode dne jejího doručení Objednateli. Faktura bude doručena doporučenou listovní zásilkou, datovou schránkou nebo osobně pověřenému zaměstnanci Objednatele proti písemnému potvrzení převzetí. Přílohou faktury musí být předávací protokol podepsaný Objednatelem.
- 6.5. Faktura musí obsahovat všechny náležitosti řádného účetního a daňového dokladu ve smyslu příslušných právních předpisů, zejména zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a § 435 občanského zákoníku. Faktura musí obsahovat zejména:
- označení Faktury;
 - sídlo, IČO, DIČ, bankovní spojení Objednatele a Dodavatele;
 - předmět plnění a datum dokončení plnění;
 - informaci, že se jedná o Projekt, který je spolufinancován Evropskou unií prostřednictvím Operačního programu Věda a výzkum pro inovace, vč. označení Projektu;
 - výši ceny;
 - datum odeslání a datum splatnosti platebního dokladu;
 - veškeré náležitosti pro daňové účely;
 - podpis oprávněného zástupce Dodavatele.
- 6.6. V případě, že Faktura nebude mít odpovídající náležitosti, je Objednatel oprávněn ji vrátit ve lhůtě splatnosti zpět Dodavateli k doplnění či opravě. Lhůta splatnosti počíná v takovém případě běžet znovu ode dne doručení doplněného či nově vystaveného daňového dokladu Objednateli.
- 6.7. Objednatel je povinen za každý den prodlení s úhradou Faktury uhradit Dodavateli úrok z prodlení ve výši odpovídající obecně závazným právním předpisům.
- 6.8. Objednatel splní svůj peněžitý závazek řádně a včas odepsáním příslušné částky odpovídající výši splatné Faktury ze svého účtu u peněžního ústavu ve prospěch bankovního účtu Dodavatele uvedeném v čl. 1 smlouvy.

7. Práva a povinnosti Smluvních stran

7.1. Dodavatel je povinen:

- a) provést dílo řádně a včas za použití materiálů a postupů odpovídajících právním předpisům a závazným normám ČR. Dílo musí odpovídat příslušným právním předpisům, normám nebo jiné dokumentaci vztahující se k provedení díla a umožňovat užívání, k němuž bylo určeno a zhotoveno,
- b) řídit se při provádění díla pokyny Objednatele,
- c) umožnit Objednateli a Hvězdárně a planetáriu Brno, příspěvková organizace, kontrolu provádění díla. Pokud bude při takové kontrole zjištěno, že Dodavatel neprovádí dílo řádně či jinak porušuje svou povinnost, poskytne Objednatel Dodavateli lhůtu k nápravě; neučiní-li tak Dodavatel ve stanovené lhůtě, je Objednatel oprávněn od smlouvy odstoupit,
- d) na základě pozvánky Objednatele se účastnit všech jednání týkajících se realizace plnění nebo na základě písemné výzvy Objednatele poskytnout zprávu o stavu přípravy na poskytnutí plnění,
- e) odstranit zjištěné vady a nedodělky na své náklady,
- f) upozornit Objednatele na nevhodnost či nepřípustnost pokynů Objednatele, ať už z hlediska možných důsledků pro jakost a realizaci plnění či rozporu s ustanoveními smlouvy nebo platnou právní úpravou, jinak Dodavatel odpovídá za škodu,
- g) Dodavatel výslovně prohlašuje, že se před zahájením plnění dle této smlouvy řádně a důkladně seznámil s pravidly pro financování předmětu plnění stanoveného v rámci Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace a zavazuje se tato pravidla v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy plně dodržovat v platném znění, a to zejména ve věci pravidel publicity, archivace dokumentů a poskytnutí veškeré součinnosti příslušným kontrolním orgánům. V případě nedodržení této povinnosti je Dodavatel povinen Objednateli nahradit veškerou škodu, která tím Objednateli vznikla.
- h) Dodavatel je dle ust. § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě, ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.
- i) Dodavatel výslovně bere na vědomí, že předmětem smlouvy jsou aktivity a výstupy, které tvoří součást Projektu spolufinancovaného Evropskou unií v rámci Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace. V této souvislosti se Dodavatel zavazuje:
 - vytvořit zaměstnancům nebo zmocněncům poskytovatele dotace (tj. Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy), Ministerstvu financí, auditnímu orgánu či pověřenému auditnímu subjektu, Evropské komisi, Evropskému účetnímu dvoru, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu a dalším oprávněným orgánům státní

správy podmínky k provedení kontroly vztahující se k realizaci Projektu, poskytnout veškeré doklady vážící se k realizaci Projektu, umožnit průběžné ověřování souladu údajů o realizaci Projektu uváděných ve zprávách o realizaci Projektu se skutečným stavem v místě jeho realizace a poskytnout součinnost všem osobám oprávněným k provádění kontroly, umožnit vstup na pozemky dotčené Projektem a jeho realizací,

- uchovávat odpovídajícím způsobem v souladu se zákonem č. 499/2004 Sb., o archivnictví a spisové službě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a v souladu se zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, po dobu deseti let od finančního ukončení Projektu, zároveň však alespoň po dobu tří let od ukončení programu dle čl. 88 a násl. Nařízení Rady (ES) č. 1083/2006, veškeré originály, smlouvu včetně jejích dodatků a další originály dokumentů, vztahujících se k Projektu, přičemž běh lhůty se začne počítat od 1. ledna kalendářního roku následujícího poté, kdy byla provedena poslední platba na Projekt. Finančním ukončením Projektu se rozumí den, ke kterému je uskutečněna poslední platba spojená s realizací Projektu ze strany řídicího orgánu (tj. Regionální rady regionu soudružnosti Jihovýchod) a veškeré finanční prostředky/dotace jsou proplaceny na účet příjemce (tj. Objednatele),

Splnění shora uvedených povinností je Dodavatel povinen smluvně zajistit i u svých subdodavatelů tak, aby obdobným způsobem mohla být provedena případná kontrola i u subdodavatele.

7.2. Objednatel je povinen:

- a) poskytnout Dodavateli potřebnou součinnost při plnění jeho závazku,
- b) plnění převzít, pokud nemá zjevné vady a splňuje požadavky stanovené touto smlouvou a
- c) za podmínek sjednaných touto smlouvou uhradit Dodavateli sjednanou cenu.

7.3. Objednatel je oprávněn dílo užít ve smyslu ustanovení § 2371 a násl. občanského zákoníku (dále též „licence“), a to:

- v původní nebo zpracované či jinak změněné podobě,
- všemi způsoby užití,
- v územně a množstevně neomezeném rozsahu, po dobu trvání majetkových práv k dílu.

7.4. Objednatel není povinen udělenou licenci využít. Odměna Dodavatele, coby autora komunikační kampaně, za poskytnutí licence je součástí ceny za dílo podle čl. 5 této smlouvy.

7.5. Dodavatel není oprávněn poskytnout licenci jiným osobám než Objednateli.

- 7.6. Smluvní strany se dohodly, že se do 3 dnů ode dne nabytí účinnosti této smlouvy uskuteční koordinační schůzka Objednatele s Dodavatelem, na které se Smluvní strany zkoordinují ohledně podrobností realizace komunikační kampaně. Z této schůzky bude Dodavatelem pořízen zápis, jehož obsah potvrdí zástupci obou Smluvních stran svými podpisy. Zápis bude pro obě Smluvní strany závazný.
- 7.7. Dodavatel předloží Objednateli ke schválení návrh media plánu a jednotlivých prvků komunikační kampaně ke korekturám a schválení Objednatelem nejpozději 10 dnů ode dne konání koordinační schůzky dle předchozího odstavce.
- 7.8. Objednatel je povinen do 3 dnů předložit Dodavateli připomínky k návrhu media plánu a jednotlivým prvkům komunikační kampaně, případně návrh media plánu a jednotlivých prvků komunikační kampaně schválit.
- 7.9. Dodavatel se zavazuje návrh media plánu a jednotlivých prvků komunikační kampaně upravit dle připomínek Objednatele do 3 dnů od obdržení připomínek Objednatele. Tímto způsobem bude postupováno do doby, než Objednatel předložený návrh v celém rozsahu schválí, avšak tento proces dle odst. 7.6. až 7.9. nesmí být delší než 25 dnů.

8. Předání díla, licence

- 8.1. Po realizaci komunikační kampaně bude Dodavatelem zpracována závěrečná zpráva, jejíž přílohou budou doklady prokazující splnění díla v rozsahu dle přílohy č. 1 této smlouvy.
- 8.2. Objednatel se zavazuje dílo převzít v případě, že bude předáno bez vad a nedodělků. O předání a převzetí díla Dodavatel sepíše zápis o předání a převzetí díla, ve kterém Objednatel prohlásí, zda dílo přejímá či nikoli.
- 8.3. Zápis o předání a převzetí díla bude obsahovat:
- označení předmětu díla,
 - označení Objednatele a Dodavatele,
 - číslo smlouvy o dílo a datum jejího uzavření,
 - datum zahájení a dokončení realizace předmětu smlouvy,
 - prohlášení Objednatele, že dílo přejímá (nepřejímá),
 - datum a místo sepsání zápisu,
 - jména a podpisy zástupců Objednatele a Dodavatele,
 - název projektu „Doplnění a rozšíření Přírodovědného digitária“, reg. č. CZ.1.05/3.2.00/20.0384
- 8.4. Licence je Objednateli poskytnuta ke dni schválení návrhu media plánu a jednotlivých

prvků komunikační kampaně Objednatelem.

9. Práva z vadného plnění

- 9.1. Dílo má vadu, jestliže neodpovídá požadavkům uvedeným v této smlouvě. Dílo má vadu, jestliže jednotlivé prvky komunikační kampaně neodpovídají schválenému media plánu.
- 9.2. Dodavatel je povinen bezplatně odstranit vady díla nejpozději do 3 dnů od jejího oznámení Objednatelem, pokud se Smluvní strany v konkrétním případě nedohodnou písemně jinak.
- 9.3. Dodavatel je povinen uhradit Objednateli škodu, která mu vznikla vadným plněním, a to v plné výši. Dodavatel rovněž Objednateli uhradí náklady vzniklé při uplatňování práv z vadného plnění.

10. Smluvní sankce

- 10.1. V případě, že Dodavatel neprovede komunikační kampaň po celou minimální dobu jejího provádění dle odst. 4.1. této smlouvy, je povinen zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny za dílo bez DPH dle odst. 5.1. této smlouvy, a to za každý den, kdy v rozporu s odst. 4.1. této smlouvy nebyla komunikační kampaň provedena.
- 10.2. Pokud Dodavatel neodstraní vadu díla ve lhůtě uvedené v odst. 9.2. této smlouvy, je povinen zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny za dílo bez DPH dle odst. 5.1. této smlouvy, a to za každý započatý den prodlení.
- 10.3. Pro případ prodlení se zaplacením ceny za dílo sjednávají Smluvní strany úrok z prodlení ve výši stanovené občanskoprávními předpisy.
- 10.4. Smluvní pokuty se nezapočítávají na náhradu případně vzniklé škody, kterou lze vymáhat samostatně vedle smluvní pokuty, a to v plné výši.

11. Zánik závazků

11.1. Smluvní strany se dohodly, že smlouva zaniká:

- a) splněním,
- b) dohodou smluvních stran,
- c) jednostranným odstoupením od smlouvy pro její podstatné porušení druhou Smluvní stranou, přičemž podstatným porušením smlouvy se rozumí zejména:
 - neprovedení díla v době plnění dle čl. 4 smlouvy,

- nedodržení pokynů Objednatele, právních předpisů nebo technických norem, které se týkají provádění díla,
- nedodržení smluvních ujednání o právech z vadného plnění,
- neuhrazení ceny za dílo Objednatelem po druhé výzvě Dodavatele k uhrazení dlužné částky, přičemž druhá výzva nesmí následovat dříve než 30 dnů po doručení první výzvy.

11.2. Objednatel je dále oprávněn od této smlouvy odstoupit v těchto případech:

- a) nebude-li Objednateli přidělena dotace k financování předmětu smlouvy,
- b) bylo-li příslušným soudem rozhodnuto o tom, že Dodavatel je v úpadku ve smyslu zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů (a to bez ohledu na právní moc tohoto rozhodnutí);
- c) podá-li Dodavatel sám na sebe insolvenční návrh.

12. Závěrečná ustanovení

- 12.1. Tato smlouva nabývá platnosti i účinnosti dnem podpisu oběma Smluvními stranami.
- 12.2. Vztahy mezi Smluvními stranami se řídí českým právním řádem. Ve věcech smlouvou výslovně neupravených se právní vztahy z ní vznikající a vyplývající řídí příslušnými ustanoveními občanského zákoníku a ostatními obecně závaznými právními předpisy.
- 12.3. Tato smlouva je vyhotovena ve 4 stejnopisech s platností originálu, přičemž Objednatel obdrží 3 a Dodavatel 1 její vyhotovení.
- 12.4. Veškeré změny či doplnění smlouvy lze učinit pouze na základě písemné dohody Smluvních stran. Takové dohody musí mít podobu datovaných, číslovaných a oběma Smluvními stranami podepsaných dodatků smlouvy. Dodatek musí být vyhotoven postupem souladným se ZVZ.
- 12.5. Vztahuje-li se důvod neplatnosti jen na některé ustanovení smlouvy, je neplatným pouze toto ustanovení, pokud z jeho povahy, obsahu anebo z okolností, za nichž bylo sjednáno, nevyplývá, že jej nelze oddělit od ostatního obsahu smlouvy.
- 12.6. Dodavatel nemůže bez souhlasu Objednatele postoupit svá práva a povinnosti plynoucí z této smlouvy třetí straně.
- 12.7. Smluvní strany prohlašují, že osoby podepisující tuto smlouvu jsou k tomuto úkonu oprávněny.
- 12.8. Smluvní strany prohlašují, že si smlouvu, vč. jejích příloh před jejím podpisem přečetly a s jejím obsahem bez výhrad souhlasí. Smlouva je vyjádřením jejich pravé, skutečné, svobodné a vážné vůle. Na důkaz pravosti a pravdivosti těchto prohlášení připojují

oprávnění zástupci Smluvních stran své vlastnoruční podpisy.

12.9. Nedílnou součástí této smlouvy jsou následující přílohy:

Příloha 1: Technická specifikace prvků komunikační kampaně

Doložka platnosti právního jednání dle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů:

Tato smlouva byla schválena Radou města Brna na její schůzi č. R7/040 konané dne 20. 10. 2015.

Datum: 29. 10. 2015

Datum: 23. 10. 2015

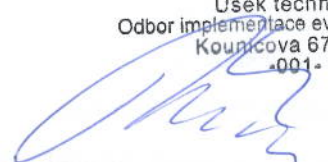
Objednatel

Dodavatel:

Statutární město Brno

SNIP & CO, reklamní společnost, spol. s r.o.

STATUTÁRNÍ MĚSTO BRNO
MAGISTRÁT MĚSTA BRNA
Úsek technický
Odbor implementace evropských fondů
Kounicova 67, Brno
-001-

Podpis: 

Mgr. Radek Řeřicha

vedoucí Odboru implementace evropských fondů

Magistrátu města Brna

Podpis: 

Jiří Morávek,

jednatel společnosti



Příloha č. 1 smlouvy – Technická specifikace prvků komunikační kampaně

Předmětem veřejné zakázky je zajištění prezentace Hvězdárny a planetária Brno prostřednictvím komunikační kampaně v regionálních médiích – rozhlasových stanicích, internetu, tištěných médiích a videomédiích. Podmínkou je regionální zacílení komunikační kampaně do vzdálenosti přibližně 100 km od Brna, tj. regionu Jihomoravského kraje a přilehlých oblastí.

Cíl kampaně:

- Zvýšit celkové povědomí o Hvězdárně a planetáriu Brno, resp. Přírodovědném digitáriu.
- Přilákat co největší počet návštěvníků, zasáhnout širokou laickou veřejnost.
- Upozornit na novinky, které vznikají v rámci projektu „Doplnění a rozšíření Přírodovědného digitária – návštěvnického centra“.
- Budovat dlouhodobý vztah s návštěvníky Hvězdárny a planetária Brno s cílem opakované návštěvy.

Součástí veřejné zakázky je zajištění a realizace všech služeb spojených s kampaní, mj. návrh a výroba komunikačních prostředků (rozhlasového spotu, video spotu, grafické reklamy pro aplikaci na sociálních sítích a zpravodajských kanálech, grafické inzerce pro denní tisk a regionální magazín), pronájem reklamních ploch a nosičů, doložení řádného splnění předmětu veřejné zakázky dle níže uvedených podmínek.

Další podmínky:

- Supervize nad všemi návrhy a realizacemi má Hvězdárna a planetárium Brno.
- Veškeré návrhy a realizace musí být jednotlív motiv, profesionální ztvárnění a dostatečnou technickou kvalitou.
- Veškeré výstupy musí splňovat podmínky povinné publicity definované v rámci projektu OP VaV PI.
- Internetové způsoby komunikace budou aktivně prolinkovány se stránkou (dle specifikace)
 - o www.hvezdarna.cz
 - o www.facebook.com/hvezdarna.brno
 - o www.twitter.com/hvezdarnabrno
- Hvězdárna a planetárium Brno se po skončení kampaně stane výhradním majitelem majetkových práv autorských na vytvořené produkty.

- V případě provedení kampaně na některé z dosud Hvězdárnou a planetárium Brno nepoužívaných sociálních sítí obdrží Hvězdárna a planetárium Brno po skončení kampaně veškerá, výhradní přístupová práva k účtu.
- Veškeré doložení plnění předmětu veřejné zakázky bude dodáno po skončení kampaně:
 - o 2x tištěná verze (vyjma rozhlasového spotu a videospotu)
 - o 3x CD/DVD/flash disk (vč. elektronické verze všech dokumentů)

Členění kampaně – dílčí, monitorované položky:

Rozhlasová kampaně

- nejméně 3 rozhlasové stanice s předpokládanou týdenní poslechovostí minimálně 100 000 posluchačů a možností regionálního zacílení komunikační kampaně
- nejméně 3 verze audio spotu, každý v délce minimálně 20 sekund
- audio spot musí být vysílán mezi 06 a 22 hod.
- garance minimálního množství 100 odvysílání spotů v každém z rádií v průběhu kampaně, v celkovém součtu nejméně 600 vysílaných audio spotů rovnoměrně rozložených na všech stanicích po celou dobu kampaně

Doložení plnění:

- audio spot
- playlist všech odvysílaných audio spotů
- doložení požadované poslechovosti každé z využitých stanic (Radio projekt nebo ekvivalentní služba)

Internetová kampaně

- Propagace stávající stránky www.facebook.com/hvezdarna.brno v prostředí sociální sítě Facebook po celou dobu konání kampaně, tj. minimálně 21 dní, s minimální výší plnění 5000 Kč bez DPH/den s regionálním zacílením komunikační kampaně.
- Propagace stávajícího účtu twitter.com/HvezdarnaBrno po celou dobu konání kampaně, tj. minimálně 21 dní, s minimální výší plnění 1000 Kč bez DPH/den s regionálním zacílením komunikační kampaně.
- Minimálně 3 zpravodajské weby s garancí měsíčního počtu všech návštěvníků (reálných uživatelů) každého zpravodajského webu nejméně 1 000 000:
 - o Textová inzerce formou 1 komerčního sdělení v minimálně 1 z těchto zpravodajských webů po dobu minimálně 1 týdne na konci kampaně. Součástí bude aktivní link na podstránku www.hvezdarna.cz
 - o Grafická inzerce formou statického obrázku s minimálními rozměry 900x100 px umístěném v horní části webové stránky na každém zpravodajském webu (regionální rubrika, nebo domácí, cílená na čtenáře z impaktovaného regionu) po dobu minimálně 1 týdne na konci kampaně. Inzerce bude obsahovat aktivní link na podstránku www.hvezdarna.cz
 - o Regionální zacílení komunikační kampaně.

Doložení plnění:

- pdf reklamního přehledu generovaného Facebook a Twitter (či jinou sociální sítí) na konci kampaně
- print screeny všech textových a grafických reklam
- doložení požadované týdenní návštěvnosti každého zpravodajského webu (NetMonitor nebo ekvivalentní služba)

Reklama v denním tisku

- Minimálně 2 deníky s regionálními přílohami a minimálním nákladem 10 000 ks dostupným v celém Jihomoravském kraji.
- Reklama se musí objevit ve výtiscích deníku (vč. jeho lokálních mutací) distribuovaném po celém Jihomoravském kraji.
- Minimálně 4 identické reklamy o velikosti ½ tiskové strany, z toho 2 uveřejněné v každém z deníku na počátku kampaně a 2 na konci kampaně.

Doložení plnění:

- originální výtisk deníku (vždy 2 kusy ke každé uveřejněné reklamě) + elektronická kopie stránky s reklamou
- doložení požadovaného denního nákladu každého z deníků (Media projekt nebo ekvivalentní služba)

Reklama v regionálním magazínu

- Minimálně 1 magazín (týdeník nebo měsíčník) s regionálním zaměřením minimálním nákladem 10 000 ks dostupným v celém Jihomoravském kraji.
- Reklama se musí objevit ve výtiscích magazínu distribuovaném po celém Jihomoravském kraji.
- Minimálně 1 reklama o velikosti ½ tiskové strany (shodná s reklamou v deníku) uveřejněná na počátku kampaně.

Doložení plnění:

- originální výtisk magazínu (vždy 2 kusy ke každé uveřejněné reklamě) + elektronická kopie stránky s reklamou
- doložení požadovaného týdenního nákladu každého z deníků (Media projekt nebo ekvivalentní služba)

Outdoorová kampaň

- Minimální počet video ploch (nebo permappingových ploch) 4 na frekventovaných místech s denním zásahem nejméně 20 000 lidí v regionu komunikační kampaně.
- Minimálně 2 verze videospotu
- Minimální délka videospotu 20 sekund.
- Minimálně 1000 zobrazení všech videospotů na každém z panelů po dobu konání kampaně rovnoměrně rozložených po dobu konání kampaně (max. 5 zobrazení za 1 hodinu na 1 panelu).
- Celkem minimálně 3000 zobrazení na všech panelech dohromady všech videospotů.

Doložené plnění:

- videospot
- fotodokumentace všech video panelů v době, kdy se zobrazil videospot
- přehled doby a frekvence zobrazování videospotu na každém z panelů