

Č. smlouvy objednatele:

Č. smlouvy zhotovitele:

## SMLOUVA O DÍLO

### **Sdružení lázeňských míst ČR**

se sídlem: Palackého nám. 46/II, 379 01 Třeboň  
zastoupené: Ing. Jiří Houdkem, předsedou sdružení  
IČ: 67155197  
bankovní spojení: Česká spořitelna, Třeboň  
číslo účtu: 0602548399/0800  
(dále jen "**objednatel**")  
na straně jedné

a

### **úplný název druhé smluvní strany**

se sídlem: *(v případě fyzických osob bydliště, u podnikajících fyzických osob i místo podnikání, je-li odlišné od bydliště)*  
zastoupená/é : *(pouze u právnických osob – titul, jméno, příjmení, funkce opravňující k zastupování)*  
IČ :  
DIČ :  
bankovní spojení :  
číslo účtu :  
(dále jen "**zhotovitel**")  
na straně druhé,

uzavřely níže uvedeného dne, měsíce a roku v souladu s § 536 a násl. zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a za podmínek dále uvedených tuto

### **smlouvu o dílo:**

#### **Článek 1 Předmět smlouvy**

1.) Předmětem plnění díla je dle zadávací dokumentace realizace vybraných částí hlavní a podpůrné PR kampaně v rámci projektů „Jedeme do lázní“, podpořených v rámci Integrovaného operačního programu.

Podrobněji je předmět díla specifikován v příloze č. 1 Specifikace požadovaných služeb, která je nedílnou součástí této smlouvy.

Hlavním cílem veřejné zakázky je realizace dílčích částí kampaně tak, aby přilákala více domácích i zahraničních návštěvníků ke strávení dovolené v českých lázních.

Dílčí cíle:

- Kompletní zpracování a tisk propagačních materiálů ( baedeker a brožura)
  - Realizace inzertní kampaně zahrnující redakční PR články, inzerci na internetových portálech, inzerci v rádiu a v tisku;
  - Vytvoření propagačního videa o lázeňských místech
- 2.) Veškeré odchylky od specifikace předmětu díla podle bodu 1.1 mohou být prováděny zhotovitelem pouze tehdy, budou-li písemně odsouhlaseny objednatelem. Jestliže zhotovitel provede práce a jiná plnění nad tento rámec, nemá nárok na jejich zaplacení.

## **Článek 2 Cena díla a platební podmínky**

- 1.) Objednatel a zhotovitel se dohodli, že cena díla činí celkem .....Kč (slovy.....), z toho DPH činí ..... Kč.

V případě, že v době, kdy bude dílo dokončeno, bude uvedená sazba zákonem o dani z přidané hodnoty zvýšena nebo snížena, bude zhotovitel účtovat k ceně plnění daň podle aktuálního znění zákona.

- 2.) Smluvená cena zahrnuje veškeré náklady zhotovitele nutné ke zhotovení díla, jakož i veškeré náklady související. Dohodnutou cenu lze měnit pouze písemnou dohodou mezi objednatelem a zhotovitelem.
- 3.) Úhradu provede objednatel bankovním převodem na účet zhotovitele uvedený v záhlaví faktury. Faktura musí splňovat náležitosti daňového dokladu.
- 4.) Zhotovitel na faktuře uvede přesnou specifikaci díla, odkaz na smlouvu, na jejímž základě byla faktura vystavena a referenční údaje o obou projektech podpořených z IOP (registrační číslo, plný název projektu, informace o programu) v jejichž rámci je zakázka realizována.
- 5.) Částka uvedená na faktuře bude vždy dle podmínek programu IOP vystavena v členění na 2 části, které odpovídají 1/14 fakturované částky a 13/14 fakturované částky tak, aby bylo možno oddělit náklady obou projektů.
- 6.) Faktura je splatná do 30 dnů od jejího doručení objednateli. Nedílnou součástí předložené faktury je potvrzený zápis o převzetí díla, respektive jeho dílčí části, případně soupis provedených prací.

- 7.) Zhotovitel bude cenu za zpracování jednotlivých částí díla fakturovat ve 2 samostatných fakturách dle následujícího členění:

První faktura ve výši .....Kč vč. DPH bude vystavena do 30. 11. 2011.

Druhá faktura ve výši .....Kč vč. DPH bude vystavena do 31. 6. 2012.

- 8.) V případě, že faktura nebude obsahovat zákonem předepsané a výše uvedené náležitosti, je objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit zhotoviteli s tím, že zhotovitel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není objednatel v prodlení s úhradou faktury.
- 9.) Předáním jednotlivých částí díla a následně předáním celého díla objednatel nabývá majetková práva k dílu, to znamená, že má právo dílo nebo jeho části využívat ke všem možným způsobům v neomezeném rozsahu, zejména dílo zveřejňovat, upravovat, spojovat s jiným dílem, zařazovat do souborného díla a uvádět dílo pod svým jménem. Odměna za výše uvedená oprávnění je již zahrnuta v ceně díla dle této smlouvy. Osobnostní práva k dílu a jeho částem náleží výhradně zhotoviteli v souladu s příslušnými ustanoveními zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů.

### **Článek 3 Doba plnění díla**

- 1.) Dnem zahájení realizace zakázky je den podpisu smlouvy.
- 2.) Zhotovitel se zavazuje vyhotovit a předat dílo objednateli do 31. 5. 2012. Termín lze měnit pouze na základě písemné dohody mezi Objednatelem se Zhotovitelem.
- 3.) Detailní harmonogram realizace vymezení doby trvání projektu a časování aktivit je stanoven v nabídce uchazeče, která je přílohou č. 2 této smlouvy.

### **Článek 4 Práva a povinnosti smluvních stran**

- 1.) Zhotovitel je povinen v rámci předmětu plnění díla provést veškeré smluvní činnosti, služby a výkony, kterých je potřeba k provedení a dokončení smluveného předmětu díla, a to ve sjednané době, kvalitě a při dodržení ostatních podmínek dle Smlouvy.
- 2.) Zhotovitel se zavazuje během plnění smlouvy (zhotovování předmětu díla) i po jejím ukončení zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatel

v souvislosti s plněním smlouvy (se zhotovením díla).

- 3.) Objednatel je oprávněn až do dokončení díla od této smlouvy písemně odstoupit za podmínek stanovených obchodním zákoníkem.
- 4.) V případě odstoupení od této smlouvy smluvní strany protokolárně potvrdí výsledek realizace projektu k datu odstoupení.
- 5.) Objednatel je oprávněn rovněž písemně odstoupit od smlouvy, je-li zřejmé, že dílo nebude dokončeno v termínu dohodnutém v článku 3. smlouvy nebo, že bude provedeno nekvalitně. Předpokladem odstoupení od smlouvy je předchozí písemná výzva objednatele s upozorněním na prodlení či vadnost realizace projektu ze strany zhotovitele s uvedením přiměřené lhůty přiměřené k nápravě uvedených nedostatků. Odstoupí-li objednatel písemně od smlouvy z důvodů uvedených v tomto článku, náleží zhotoviteli odměna ve výši 1/10 ceny zakázky na základě předávacího protokolu skutečně odvedené práce.
- 6.) Odstoupení od smlouvy musí být písemné, jinak je neplatné. Odstoupení je účinné ode dne, kdy bude doručeno zhotoviteli. V pochybnostech se má za to, že odstoupení bylo doručeno zhotoviteli pátý den od jeho prokázaného odeslání v poštovní zásilce s dodejkou.
- 7.) Zhotovitel se zavazuje, že bude dílo realizovat osobně na svůj náklad a nebezpečí, v obvyklé kvalitě a s maximální odbornou péčí.
- 8.) Zhotovitel je podle ustanovení §2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.
- 9.) Zhotovitel se při zhotovování díla zavazuje:
  - postupovat na základě věcného zadání a podle instrukcí objednatele, které budou předány v písemné formě zhotoviteli, na nevhodnost instrukcí objednatele ihned písemně upozorní,
  - poskytovat jednotlivé výstupy z plnění této smlouvy pouze a výlučně objednateli,
  - nevyvíjet žádné aktivity směrem k prezentaci částí zhotoveného díla nebo celého díla třetím osobám; veškeré prezentace zhotoveného díla nebo jeho částí třetím osobám si vyhrazuje pouze objednatel.
- 10.) Zhotovitel je povinen provádět propagaci účasti prostředků strukturálních fondů na financování projektu v souladu s Pravidly pro provádění informačních a propagačních opatření a Logo manuálem IOP, které jsou zveřejněny na webových stránkách Integrovaného operačního programu v sekci Dokumenty a to zejména tím, že zajistí, že všechny výstupy budou splňovat pravidla publicity IOP.

- 11.) Během realizace předmětu veřejné zakázky se předpokládá průběžná komunikace zhotovitele s objednatelem. Komunikace bude probíhat formou pracovních porad 2x měsíčně v sídle objednatele. Z každé porady pořídí zhotovitel písemný zápis, který bude předán a potvrzeno objednatelem.
- 12.) Zhotovitel je povinen po dobu deseti let od ukončení realizace projektu za účelem ověřování plnění povinností vyplývajících ze Stanovení výdajů a Podmínek poskytovat požadované informace a dokumentaci zaměstnancům nebo zmocněncům pověřených orgánů (Centra pro regionální rozvoj ČR; Ministerstva pro místní rozvoj ČR; Ministerstva financí ČR; Evropské komise, Evropského účetního dvora, Nejvyššího kontrolního úřadu, příslušného finančního úřadu a dalších oprávněných orgánů státní správy) a je povinen vytvořit výše uvedeným osobám podmínky k provedení kontroly vztahující se k realizaci projektu a poskytnout jim při provádění kontroly součinnost.
- 13.) Objednatel se zavazuje poskytovat Zhotoviteli potřebné podklady ke zhotovení zakázky. Zejména se jedná o grafický manuál, grafický návrh pro prezentační brožuru, grafický návrh pro Baedeker, návrh propagačního webového banneru a tištěného inzerátu a databázi fotografií.
- 14.) Objednatel je odpovědný za úplnost, včasnost a správnost podkladů, informací a údajů. Objednatel se zavazuje neprodleně informovat Zhotovitele o všech okolnostech, které zjistil v průběhu realizace díla a které mohou mít vliv na splnění předmětu smlouvy.
- 15.) Jestliže je smlouva ukončena dohodou či odstoupením před dokončením díla, smluvní strany protokolárně provedou inventarizaci veškerých plnění, prací a dodávek provedených k datu, kdy smlouva byla ukončena a na tomto základě provedou vyrovnání vzájemných závazků a pohledávek z toho pro ně vyplývajících.
- 16.) Zhotovitel je podle ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.

## **Článek 5 Záruka za dílo**

- 1.) Zhotovitel poskytuje objednateli záruční lhůtu na dílo v trvání 24 měsíců, počínaje dnem předání díla.
- 2.) Zhotovitel neodpovídá za vady a nedodělky díla, které byly po jeho převzetí způsobeny objednatelem, neoprávněným zásahem třetí osoby či neodvratitelnými událostmi.

- 3.) V případě, že předané dílo vykazuje vady, musí tyto vady objednatel písemně u zhotovitele reklamovat. Písemná forma je podmínkou platnosti reklamace. V reklamaci musí objednatel uvést, jak se zjištěné vady projevují.
- 4.) V případě, že se jedná o vadu, kterou lze odstranit opravou, má objednatel právo na bezplatné odstranění vad nebo nedodělků.
- 5.) Jestliže jde o vady, které nelze odstranit a vady či nedodělky jsou takového charakteru, že podstatně ztěžují užívání díla či dokonce brání v jeho užívání, platí, že objednatel má právo od smlouvy odstoupit.
- 6.) Reklamace vad musí být doručena zhotoviteli nejpozději poslední den záruční lhůty, jinak práva objednatele z odpovědnosti za vady zanikají. Záruka však neběží po dobu, kdy je reklamace objednatele doručena zhotoviteli, a to až do odstranění vad.

## **Článek 6 Smluvní pokuty**

- 1.) V případě nedodržení termínu poskytnutí služeb dle smlouvy, je dodavatel povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 5000 Kč (slovy: pět tisíc korun českých), a to za každý započatý den prodlení.
- 2.) V případě prodlení objednatele se zaplacením sjednaného závazku má dodavatel nárok na zaplacení úroku z prodlení za každý i započatý den prodlení ve výši 0,05 % z hodnoty částky, s níž je smluvní strana v prodlení.
- 3.) Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo smluvní strany na náhradu škody vzniklé porušením smluvní povinnosti, které se smluvní pokuta týká.

## **Článek 7 Závěrečné ujednání**

- 1.) Smluvní strany se dohodly v souladu s § 262 odst. 1 Obchodního zákoníku, že závazkový vztah upravený touto smlouvou a právní vztahy ve smlouvě výslovně neupravené a z ní vyplývající, se řídí právní úpravou obsaženou v obchodním zákoníku.
- 2.) Veškeré změny smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků odsouhlasených oběma smluvními stranami.
- 3.) Tato smlouva je vyhotovena ve třech stejnopisech s platností originálu. Strana Objednatele obdrží dva výtisky a strana Zhotovitele jeden výtisk této smlouvy.

- 4.) Zhotovitel je podle ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (zákon o finanční kontrole), osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.
- 5.) Nedílnou součástí této smlouvy je:
  - Příloha č. 1 – Specifikace požadovaných služeb
  - Příloha č. 2 – Nabídka uchazeče
- 6.) Tato smlouva vstupuje v platnost a nabývá účinnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami.
- 7.) Zhotovitel a Objednatel jsou povinni se bez prodlení vzájemně upozornit na jakékoli nedostatky, které při plnění této smlouvy zjistí.
- 8.) Tato smlouva, práva a povinnosti v ní obsažené zavazuje případné právní nástupce obou smluvních stran.
- 9.) Veškeré spory, které mohou vzniknout při realizaci této smlouvy, budou řešeny cestou vzájemného porozumění. V případě, že by nedošlo ke vzájemné dohodě, budou veškeré spory řešeny u místně příslušného soudu.
- 10.) 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.

V ..... dne .....

.....  
Za objednatele

.....  
Za zhotovitele



## **Příloha č. 1 – Specifikace požadovaných služeb**

Předmětem této zakázky jsou pouze vybrané části hlavní a podpůrné PR kampaně.

### Z hlavní PR kampaně zakázka zahrnuje:

- a. inzeráty v tisku
- b. redakční PR články
- c. inzerce na internetových portálech
- d. inzerce v rádiu
- e. vytvoření propagačního videa o lázeňských místech

### Z podpůrné PR kampaně jsou součástí zakázky:

- f. vytvoření informační baedekeru ve 4 jazykových mutacích
- g. vytvoření propagační brožury ve 4 jazykových mutacích

Zhotovitel jako první výstup zakázky připraví upřesněný realizační plán kampaně, který předloží zadavateli ke schválení, před vlastním započítáním kampaně. Realizační plán kampaně bude vycházet z návrhu plánu kampaně, který byl součástí nabídky uchazeče a bude jej dále rozpracovávat tak, aby obsahoval zejména následující údaje:

- ✓ Aktualizovaný návrh harmonogramu realizace jednotlivých prvků kampaně se znázorněním vzájemné provázanosti jednotlivých použitých komunikačních kanálů
- ✓ Případné návrhy nosné hlavní myšlenky („key message“), která byla v rámci přípravy kampaně stanovena jako slogan „Proč cestovat za dovolenou do zahraničí, když je možné prožít aktivní, příjemnou dovolenou v lázních v České Republice“ (dále jen „Klíčové sdělení“). Zhotovitel v rámci realizačního plánu kampaně navrhne případné úpravy tohoto sdělení, případně nový návrh, který navrhuje pro použití v rámci celé kampaně s ohledem na její výše popsaný cíl a stanovenou cílovou skupinu.
- ✓ Časovou a věcnou provázanost jednotlivých aktivit a částí kampaně se zdůvodněním provázanosti tak, aby byl maximalizován dopad kampaně na cílovou skupinu. Návrh bude součástí výše uvedeného harmonogramu.
- ✓ Upřesnění obsahu a vzhledu tištěných materiálů, videí, inzerátů, bannerů s využitím předaných podkladů (Grafický manuál, databáze fotografií, propagační materiály jednotlivých lázeňských míst a regionů), pokud takové upřesnění obsahu a vzhledu bude uchazeč považovat za opodstatněné pro celkový efekt kampaně.



- ✓ V návaznosti na případné navržené úpravy dojde k jednání nad připraveným grafickým manuálem, zda odpovídá stanoveným cílům a dohodnutému postupu, případně bude s jeho autorem po vzájemné dohodě provedena úprava manuálu dle potřeby kampaně.
- ✓ Zhotovitel v rámci Realizačního plánu kampaně rovněž rozpracuje návrh využití soutěže, pro kterou bude moci využít ceny věnované jednotlivými lázeňskými místy a rozpracuje návrh využití periodik, která v rámci nabídky navrhnul využít pro realizaci kampaně.

Zhotovitel předá výsledný návrh „realizačního plánu kampaně“ v podobě vstupní zprávy o rozsahu cca 8 – 10 stran A4 před realizací všech aktivit.

Navazujícím úkolem zhotovitele bude kompletní redakční zpracování, příprava a eventuální dopracování textů a obrazových podkladů pro tištěné materiály, video i inzertní kampaň a řízení této přípravy vlastním nákladem zhotovitele.

Pro přípravu těchto textových podkladů budou zhotoviteli dány k dispozici podkladové materiály ve formě existujících publikací, brožur a letáků, které mají v současné době jednotlivá lázeňská místa k dispozici, které mu budou pouze inspirací a zdrojem informací o každém lázeňském místě a jeho okolí.

Úkolem zhotovitele bude zpracovat s využitím dodaných podkladů k baedekeru, brožuru a všem dalším částem kampaně dále uvedené údaje a vytvořit tak nové textové podklady pro nové propagační materiály.

Návrh jednotlivých kapitol bude upřesněn a doplněn dle návrhu uchazeče v rámci jednání o předloženém Realizačním plánu kampaně zmíněném v předchozím bodě, tak aby obsah a struktura materiálů odpovídala co nejvíce cílům kampaně a stanovené cílové skupině.

### **Specifikace jednotlivých dílčích výstupů (aktivit) této části zakázky:**

#### **Informační baedeker**

Tištěný katalog určený pro organizace (SLM ČR, lázeňská místa, cestovní kanceláře, destinační managementy, informační centra apod.), obsahující hlavní souhrnné informace za všechna lázeňská místa ČR.

#### **Specifické požadavky zadavatele:**

- Baedeker musí být vyhotoven v souladu s grafickým manuálem, který bude mít uchazeč k dispozici
- Baedeker bude obsahovat 2 strany za každé lázeňské místo, předělové dvoustrany regionů – tj. cca 96 stran, přičemž grafická podoba bude jednotná i pro všechny jazykové mutace
- Zhotovitel zajistí zpracování textových podkladů pro baedeker včetně zajištění jazykové korektury

- Příprava a vytvoření nových textů, které musí obsahovat:
  - Název, polohu (kraj, příp. oblast), přírodní zdroj lázní, hlavní indikace léčby, wellness aktivity, zajímavé stavby v místě a okolí, muzea, galerie a jiné návštěvnické zajímavosti místa v okolí, tradiční kulturní akce v místě a okolí, přírodní zajímavosti v místě a okolí, jiné turistické cíle v místě a okolí, podmínky pro sporty, kontakty
- Zhotovitel zajistí, aby texty i obrázkové podklady byly připraveny tak, aby co nejvíce odpovídaly spektru cílové skupiny
- Zhotovitel zajistí překlad zpracovaných textových podkladů do jazyka anglického, německého a ruského (Aj, Nj a Rj)
- Během zpracování baedekeru budou probíhat opakované dílčí korektury zadavatele a to ve formě náhledu ve formátu \*.pdf. Před vlastním započítáním tisku proběhne finální korektura publikace formou podepsání vytištěných materiálů se schválením k tisku zadavatelem.

### **Technické požadavky zadavatele:**

Odhadovaný rozsah (počet stran vč. obálky):	<b>96 stran (celkem 384 včetně jazykových mutací)</b>
Předpokládaný tiskový náklad:	<b>20 000 ks (včetně všech jazykových mutací)</b>
Formát:	<b>DL</b>
Obálka:	<b>300 g/m<sup>2</sup> křída matná, 4/4 CMYK (oboustranně barevné), 4 strany, tiskový lak</b>
Vnitřní strany:	<b>115 g/m<sup>2</sup> křída matná, 4/4 CMYK (oboustranně barevné), 76 stran, tiskový lak</b>
Lamino:	<b>jednostranné matné na líci obálky</b>
Vazba:	<b>V1 (měkká sešitová), 2 spony</b>

Informační baedeker bude kromě tištěného výstupu dodán též ve finální upravené podobě pro tisk v elektronickém formátu, připraveném pro případné dotisky. **Součástí nabídkové ceny na tisk baedekeru musí být provedení předtiskových úprav s využitím dodaného grafického návrhu včetně zalomení textu.**

### **Propagační brožura**

Propagační brožura popisující základní nabídku lázní a jejich okolí ve snaze maximálně zviditelnit nejen lázně jako takové, ale též turistické zajímavosti v jejich okolí. Brožury budou zpracovány nikoli za jednotlivé lázně, ale vždy za určený lázeňský region – viz rozčlenění níže.

Rozčlenění lázeňských regionů - **celkem 8 regionů** je následující:

1. **jižní Čechy:** Vráž, Bechyně, Třeboň, Lázně Aurora

2. **západní Čechy:** Konstantinovy Lázně, Mariánské Lázně, Lázně Kynžvart, Františkovy lázně, Karlovy Vary, Jáchymov
3. **severní Čechy:** Dubí, Teplice, Bílina, Lázně Libverda, Osečná
4. **střední Čechy:** Mšené Lázně, Lázně Toušeň, Poděbrady
5. **východní Čechy:** Janské Lázně, Lázně Bělohrad, Náchod, Velichovky, Lázně Bohdaneč
6. **Jesenicko:** Lipová - lázně, Jeseník, Velké Losiny, Karlova Studánka, Bludov
7. **střední a severní Morava:** Slatinice, Skalka, Teplice nad Bečvou, Klimkovice, Karviná
8. **jižní a východní Morava:** Pozlovice, Luhačovice, Ostrožská Nová Ves, Hodonín

### Specifické požadavky zadavatele:

- Brožura musí být vyhotovena v souladu s grafickým manuálem, který bude mít uchazeč k dispozici, dodržení publicity dle grafického manuálu
- Brožura bude obsahovat 10 stran za každé lázeňské místo, celkový rozsah jednotlivých brožur bude tedy odpovídat počtu lázeňských míst v daném regionu, přičemž grafická podoba bude jednotná i pro všechny jazykové mutace. Celkem bude vyhotoveno 8 brožur (např. region jižní Čechy - 4 lázeňská místa x 10 = 40 stran plus obálka)
- Zhotovitel zajistí zpracování textových podkladů pro baedeker včetně zajištění jazykové korektury
- Příprava a vytvoření nových textů, které musí obsahovat:
  - Název, poloha (kraj, oblast, zeměpisné určení – blízkost pohoří, vodního díla, histor. nebo přírod. významnosti, atd.), historie místa + přírodní zdroj lázní, hlavní indikace léčby, hlavní procedury, případně wellness aktivity, historické zajímavosti v místě a okolí, zajímavé stavby (i moderní), muzea, galerie a jiné návštěvnické zajímavosti místa, přírodní oblasti a zajímavosti v místě a okolí, jiné turistické cíle v místě a okolí, podmínky pro sporty a volnočasové aktivity, celoročně
- Zhotovitel zajistí, aby texty i obrázkové podklady byly vytvořeny tak, aby co nejvíce odpovídaly spektru cílové skupiny
- Zhotovitel zajistí překlad zpracovaných textových podkladů do jazyka anglického, německého a ruského (Aj, Nj a Rj)
- Během zpracování brožur budou probíhat opakované dílčí korektury zadavatele a to ve formě náhledu ve formátu \*.pdf. Před vlastním započítáním tisku proběhne finální korektura publikace formou podepsání vytištěných materiálů se schválením k tisku zadavatelem.

### Technické požadavky zadavatele:

Odhadovaný rozsah (počet stran vč. obálky):	<b>8 brožur, 10 stran/lázeňské místo (celkem 37 míst), obálka, 4 jazykové mutace</b>
Předpokládaný tiskový náklad:	<b>168 000 ks (včetně všech jazykových mutací)</b>
Formát:	<b>A5</b>
Obálka:	<b>300 g/m<sup>2</sup> křída matná, 4/4 CMYK</b>

	<b>(oboustranně barevné), 4 strany, tiskový lak</b>
Vnitřek:	<b>135 g/m<sup>2</sup> křída matná, 4/4 CMYK (oboustranně barevné), 36 stran, tiskový lak</b>
Lamino:	<b>jednostranné matné, na líci obálky</b>
Vazba:	<b>V1 (měkká sešitová), 2 spony</b>

Předpokládaný rozsah textů je odhadován na 300 normostran za každý jeden jazyk (Čj, Aj, Nj, Rj), celkem tedy 1200 normostran.

**Pro přípravu textů baedekeru a brožury budou zhotoviteli dány k dispozici podkladové materiály ve formě aktuálních existujících publikací, které mají v současné době jednotlivá lázeňská místa k dispozici, které mu budou pouze inspirací a zdrojem informací o každém lázeňském místě a jeho okolí. Tím, že budou probíhat dílčí korektury, které budou zadavatelem konzultovány s jednotlivými lázeňskými místy, vzniknou úplně nové publikace.**

Součástí předmětu veřejné zakázky je postoupení licence zadavateli na jakékoliv v současnosti známé využití tiskovin, včetně práva zadavatele udělit k využití tiskovin dalším osobám podlicenci.

**Souhrn pro zpracování a tisk propagačních materiálů (baedeker a brožura), čímž se rozumí:**

➤ úprava grafického zpracování

Zhotovitel bude provádět především grafický zlom celého baedekeru a 8 druhů brožur podle grafického manuálu, přizpůsobení dodaných podkladů a zpracovaných textů dle jejich rozsahu, úpravy a korektury dle zadání zadavatele (i opakovaně vždy však max. 4 korektury na jednu variantu tiskového materiálu), jazykové korektury, tvorbu popisků a jejich přizpůsobení, výběr a umístění fotografií včetně případné úpravy, grafický zlom a korektury jazykových mutací baedekeru a brožur a kompletní předtiskovou přípravu výše uvedeného.

Zhotovitel zajistí, že konečná podoba materiálů pro tisk bude v souladu s dodaným grafickým manuálem a zajistí na své náklady průběžné schvalování a před odevzdáním zadavateli také písemné schválení výsledných podkladů autorem grafického manuálu (autorský dozor), které si vyměňuje zadavatel.

➤ zpracování textových podkladů

➤ překlad

Propagační brožury a baedeker budou vyhotoveny ve 4 jazykových mutacích (ČJ, AJ, NJ, RJ). Zhotovitel tedy zajistí jejich překlad do angličtiny, němčiny a ruštiny.

➤ tisk

Závěrečným výstupem je tisk jednotlivých materiálů podle specifikace uvedené níže.

Počet vnitřních stran jednotlivých titulů je orientační, případné navýšení počtu stran po grafickém zpracování podkladů nepřesáhne 1 tiskový arch (4 strany).

➤ Distribuce a skladování

Zhotovitel je povinen do úplného odebrání tištěného nákladu zadavatelem zajistit jeho skladování. Vytisknuté materiály dle popisu a množství níže uvedeného dodá zhotovitel ve čtyřech samostatných dodávkách jednak do sídla zadavatele a jednak do sídla jeho členů.

*inzeráty v tisku*

**Specifické a technické požadavky zadavatele:**

- Inzerát v tisku musí být v souladu s grafickým manuálem
- Zhotovitel zajistí vytvoření a zveřejnění inzerátů v časopisech s tematickým zaměřením na cestovní ruch, volnočasové aktivity, životní styl, aktivity spojené s poznáváním přírodního a kulturního bohatství a památek, aktivity spojené s odpočinkem, regenerací a rekreací apod.
- Zhotovitel zajistí publikování inzerátů ve 4 vybraných časopisech uvedeného zaměření 4 x za období realizace, tzn. celkem 16 inzerátů za období 10/ 2011 – 05/ 2012 v souladu s časovým harmonogramem
- **Inzerce musí proběhnout v médiích, která splní následující požadavky:**
  - ✓ celostátní media se zaměřením na cílovou skupinu, která je detailně popsána **v kapitole 4.2. Podstata a cíl projektu** (aktivní trávení volného času, odpočinek, regeneraci a rekreaci, případně cestování, lázeňství, wellness, přírodu, památky, turistiku, kulturu, sport atd.)
  - ✓ struktura čtenářů zvolených medií dle výzkumu čtenosti Media Projekt – Unie vydavatelů za období 1. 10. 2010 – 31. 3. 2011 musí splňovat následující parametry:
    - alespoň 40 % čtenářů představuje některá z cílových skupin (kap.. 4.2)
  - ✓ periodičita časopisu či deníku musí být minimálně 4x do měsíce;
  - ✓ minimální náklad musí být 200 tisíc výtisků v rámci jednoho čísla.
- Velikost inzerátu musí odpovídat minimálně velikosti 1/3 formátu A4
- Zhotovitel na základě výše uvedených specifikací navrhne v rámci své nabídky periodika, ve kterých navrhuje inzeráty umístit.
- Před prvním odevzdáním každého rozměrového typu inzerce do médií proběhne písemné schválení nátisků s věrným barevným vyobrazením jednotlivých vzorových inzerátů zadavatelem.

*redakční PR články*

### **Specifické a technické požadavky zadavatele:**

- Publikování celkem 8 redakčních (PR) článků, vždy v rozsahu 2 A4 ve 4 zvolených časopisech či denících, tzn. 2 články v každém z časopisů za období 2011 – 2012, tj. celkem 16 redakčních (PR) článků
- **PR články musí být umístěny v médiích, která splní následující požadavky:**
  - ✓ celostátní media se zaměřením na cílovou skupinu, která je detailně popsána v kapitole 4.2. Podstata a cíl projektu - aktivní trávení volného času, odpočinek, regeneraci a rekreaci, případně cestování; lázeňství, wellness, přírodu, památky, turistiku, kulturu, sport atd.
  - ✓ struktura čtenářů zvolených medií dle výzkumu čtenosti Media Projekt – Unie vydavatelů za období 1. 10. 2010 – 31. 3. 2011 musí splňovat následující parametry:
    - alespoň 40 % čtenářů představuje některá z cílových skupin – rodiny s dětmi, mladí lidé či aktivní senioři vyhledávající aktivní odpočinek, regeneraci či rekreaci;
  - ✓ periodicita časopisu či deníku musí být minimálně 4x do měsíce;
  - ✓ minimální náklad musí být 200 tisíc výtisků v rámci jednoho čísla.
- PR články publikované v celostátních časopisech budou zaměřeny na prezentaci lázeňských míst a jejich kulturního a přírodního dědictví. Zhotovitel zajistí zpracování článků a jejich zveřejnění.

Před prvním odevzdáním každého rozměrového typu PR článků do médií proběhne písemné schválení nátisků s věrným barevným vyobrazením jednotlivých vzorových PR článků zadavatelem.

### **inzerce na internetových portálech (bannerová reklama)**

### **Specifické a technické požadavky zadavatele:**

- Prezentace formou reklamních bannerů umístěných na internetových portálech po dobu 4 x 4 týdnů za dobu realizace kampaně, tj. celkem 16 týdnů za období 2011 – 2012 a to vždy tak, aby došlo k oslovení cílové skupiny
- Bannerová reklama musí být v souladu s grafickým manuálem
- Portály, na kterých uchazeč navrhne realizaci bannerové reklamy musí spadat alespoň do jedné z následujících kategorií dle projektu NetMonitor:
  - Kategorie 5: Servery zaměřené na ženy, děti, zdraví - 50%
  - Kategorie 12: Společenské magazíny – 25%
  - Kategorie 13: Cestování – 25%
- Navržené portály musí být v českém jazyce s minimální návštěvností 600 000 RU měsíčně podle projektu NetMonitor (<http://www.netmonitor.cz/>).
- Banner musí být umístěn vždy na homepage daného portálu/sekce na dobře viditelných pozicích (horní část stránek nebo např. u postranního menu).



- Preferovány jsou bannery následujících velikostí (standarty dle SPIR):
  - Square - 250x250 pix
  - Skyscraper - 120x600 pix
  - Medium Rectangle - 300x250 pix
- Zhotovitel zajistí vytvoření bannerů a zprostředkování jejich umístění na vybrané internetové portály
- Vytvořené bannery vítězný zhotovitel posléze předá k využití Zadavateli.
- Před prvním odevzdáním každého banneru do médií proběhne písemné schválení barevných výjezdů bannerů s vyobrazením jednotlivých kroků banneru zadavatelem

### *inzerce v rádiu*

Předmětem této části zakázky je zajištění propagace v rádiu. Součástí aktivity je jak výroba spotů, tak zajištění/ zprostředkování jejich odvysílání ve vybraných 2 rádiích s celostátní působností splňujících níže uvedená požadavky.

Uchazeč navíc pro realizaci propagace v rádiích dostane k dispozici věcné ceny, s jejichž využitím zorganizuje v zvolených rádiích soutěž na podporu kampaně.

### **Specifické a technické požadavky zadavatele:**

- Odvysílání spotů po dobu jednoho týdne 4x ročně, tj. vždy dva týdny za rok 2011 a 2 týdny za rok 2012 ve 2 celostátních rádiích, tj. za dobu realizace celkem 8 týdnů
- Odvysílání spotů musí být v souladu s časovým harmonogramem
- Rádia zvolená zhotovitelem musí splňovat následující kritéria:
  - Celoplošné pokrytí
  - Poslechovost minimálně 850 tis. posluchačů za období 6-12/ 2010 dle odhadů poslechovosti rádií za 1. čtvrtletí 2011 od agentur Stem/Mark a Median, zveřejněných v rámci průzkumu Radioprojekt (<http://www.median.cz/?lang=cs&page=1&sub=9>).
- Zhotovitel bude mít k dispozici od zadavatele ceny, s jejichž využitím navrhne a následně zrealizuje 2 soutěže, které je možno využít pro zvýšení poslechovosti.
- Zhotovitel pro obě uvedené soutěže dohromady dostane k dispozici následující ceny v hodnotě zhruba 30 tis pro každou soutěž: lázeňské pobyt pro dvě osoby, vstupenky do wellness, vstupenky na procedury, vstupenky na kulturní akce, vstupenky dle libovolného výběru na procedury aj.
- Soutěž by se měla mezi rádií prolínat tak, aby nedocházelo k vzájemnému narušení propagace
- Zaměření a průběh soutěže bude nastaveno tak, aby byla soutěž maximálně využita pro propagaci internetových stránek [www.jedemedolazni.cz](http://www.jedemedolazni.cz), které jsou aktuálně tvořeny v rámci samostatné části projektu jako úprava stávajících internetových stránek [www.spas.cz](http://www.spas.cz).



- Před prvním odevzdáním každého typu spotu do médií proběhne písemné schválení záznamu spotu zadavatelem.

### **Propagační video o lázeňských místech**

Předmětem této části zakázky je vytvoření krátkých filmů/ spotů o jednotlivých lázeňských místech s akcentem na kulturní a přírodní dědictví, sport, aktivity spojené s odpočinkem, relaxací a regenerací.

Zhotovitel video spotů by se měl vždy konkrétně zaměřit na jednotlivá lázeňská místa a vybrat vše, co vystihuje typičnost daného lázeňského místa a jeho okolí. Propagační video o lázeňských místech bude využito zejména pro webové stránky, propagaci na veletrzích a další propagační aktivity jednotlivých lázeňských míst.

### **Specifické a technické požadavky zadavatele:**

- Zhotovitel zpracuje za každé lázeňské místo jedno video. Jednotlivá videa budou opatřena komentářem namluveným jedním „průvodcem“, přičemž budou poskytnuta jednotlivým lázeňským místům v elektronické podobě (DVD);
- Každé video, vytvořené pro jednotlivá lázeňská místa bude mít podobu reklamního spotu o rozsahu cca 2,5 minuty pro účely propagace jednotlivých lázeňských míst (celkem 37 spotů). Pro každé video navrhne zhotovitel v rámci prvního kroku zakázky obsah, který bude vycházet z hlavních předností daného regionu a daného lázeňského místa – např. památky, příroda, sportovní vyžití apod.
- Každý dílčí spot bude propagovat jedno lázeňské místo.
- Součástí zpracování bude natočení, sestříhání, ozvučení, grafická úprava, příprava komentářů a jejich překlad do cizojazyčných mutací (Aj, Nj, Rj);
- Jako podklad pro zpracování komentářů využije zhotovitel texty, které budou připraveny pro tisk propagačních materiálů (baedeker a brožura), případně další části kampaně;
- Sepsané komentáře o jednotlivých lázeňských regionech budou mimo jiné sloužit pro volbu scénáře a přípravu doprovodného textu.
- Předpokládaný rozsah textů potřebných pro přípravu komentářů je 5 stran A4 za jedno lázeňské místo - tzn. cca 185 stran textu. Tyto texty budou v rámci zakázky rovněž přeloženy a předány v uvedených jazykových mutacích.
- Všechny Spoty musí obsahovat jednotnou hlavní myšlenku, tzv. „key message“, která zní: „Proč cestovat za dovolenou do zahraničí, když je možné prožít aktivní, příjemnou dovolenou v lázních v České republice“ (dále jen „Klíčové sdělení“);
- Spoty musí být zaměřeny tak, aby oslovily danou cílovou skupinu (kap.. 4.2)
- Spoty musí být zacíleny zvláště na jednotlivé lázeňské místo a okolní region tak, aby vystihly podstatu kulturního a přírodního bohatství, historii, možnosti sportovního vyžití, lázeňství atd.
- Spoty musí být obsahově i věcně správné;

- Hlavní součástí každého Spotu bude slogan, tzv. nosný claim (dále jen „Nosný claim“)
  - nosný claim bude navržen zhotovitelem tak, aby odpovídal Klíčovému sdělení a aby bylo možné ho využít i pro další formáty marketingové kampaně pro podporu propagace lázeňských míst a jejich okolí. Nosný claim bude navržen tak, aby odpovídal charakteru každého lázeňského místa a jeho okolí. Je tedy možné, že bude jeden nosný claim, vždy pro skupinu lázeňských míst se stejnými charakteristikami a podmínkami;
- Kromě jednotlivých spotů pro jednotlivá lázeňská místa zpracuje zhotovitel jeden společný spot v délce do 3 minut, který bude propagovat souhrnně všechna lázeňská místa v ČR; Jednotlivé dílčí spoty budou proto vytvořeny tak, aby bylo možno z jednotlivých spotů vytvořit ucelenou prezentaci za všechna lázeňská místa v ČR, případně prezentaci za jednotlivé lázeňské regiony.
- Veškeré redaktorské práce budou zajištěny zhotovitelem;
- Doprava související s veškerým natáčením bude zajištěna zhotovitelem;
- V pozadí každého Spotu bude tzv. podkresová hudba;
- Ústřední hudební tematika bude navržena zhotovitelem;
- Spot bude doplněn komentářem moderátora/ průvodce – speakera, který musí splňovat alespoň následující minimální požadavky:
  - Praxe v oboru moderátora, speakera min. 5 let;
  - Reference na minimálně 3 zakázky obdobného charakteru. Za zakázku obdobného charakteru se v tomto případě považuje dabování propagačního videa;(uchazeč pro účely doložení uvedených požadavků uvede v nabídce jako součást návrhu řešení této části zakázky profesní životopis navrhovaného moderátora, který bude doplněn o čestné prohlášení moderátora prokazující, že o svém zařazení do nabídky ví a s účastí na zakázce souhlasí);
- Kromě vlastních zpracovaných spotů předá zhotovitel zadavateli veškeré dílčí materiály, které v rámci tvorby spotů pořídil pro další použití. Tento materiál bude předán pouze pro účely případného dalšího využití při další propagaci jednotlivých lázeňských míst, nebude doplněno hudebním doprovodem ani komentářem, (materiál bude předán ve formátu \*mpeg).
- Zpracované materiály musí splňovat následující technické požadavky:
  - Bezeztrátový kodek, formát MPEG-2, MPEG-4 s možností převedení do běžných formátů (avi, DVD);
  - Formát obrazu 16:9
  - Spoty budou vytvořeny v HD kvalitě
- Všechna videa musí mít jednotnou vizuální podobu v souladu s předaným grafickým manuálem. Jakékoliv jiné návrhy na grafické zpracování a efekty budou konzultovány se zadavatelem
- Po schválení spotů a jejich vytvoření a zveřejnění na webových stránkách [www.jedemedolazni.cz](http://www.jedemedolazni.cz) bude Zadavatel disponovat veškerými právy k jejich zveřejnění/úpravám a dalšímu šíření.

- Po ukončení natáčení předání všech reportáží na DVD nosičích.

### ***Grafická podoba Spotu:***

- Dodavatel navrhne grafickou podobu spotu s ohledem na vytvořený grafický manuál tak, aby spot graficky korespondoval s ostatními materiály v projektu.
- Dodavatel zajistí, aby součástí spotu bylo sdělení informace, že je spot vytvořen v rámci projektu podpořeného z IOP, dle příslušných manuálů programu. Tyto manuály budou vybranému dodavateli předány po podpisu smlouvy.
- Spot může být ve svém průběhu doplněn krátkými textovými titulky v podobě hesel, která budou korespondovat s obsahem spotu a komentářem speakra;
- Poslední záběr spotu bude věnován slidu s Nosným claimem Spotu a s logy prezentujícími IOP.
- Jiné návrhy na grafické zpracování a efekty budou konzultovány se zadavatelem.
- Před odevzdáním jednotlivých videospotů proběhne jejich písemné schválení zadavatelem

## **Příloha č. 2 – Nabídka uchazeče**