

Smlouva o dílo č. CCRVM/IOP/02/2012

ve smyslu § 536 a následujících ustanovení zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Článek I. Smluvní strany

Objednatel: **Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o.p.s.**
Adresa: J. A. Bati 5520, 761 90 Zlín
Zápis v obchodním rejstříku: oddíl O, vložka 338, vedený u Krajského soudu v Brně
Identifikační číslo: 277 44 485
Daňové identifikační číslo: CZ27744485
Zastoupené: PhDr. Dana Daňová, ředitelka, statutární zástupce
Telefon: 577 043 900
e-mail: dana.danova@vychodni-morava.cz

a

Dodavatel:

Adresa:
Zápis v obchodním rejstříku: **m-ARK Marketing a reklama s.r.o.**
Identifikační číslo: 27772594
Daňové identifikační číslo: CZ27772594
Statutární orgán: RNDr. Ivanem Markem, jednatel společnosti
Kontaktní osoba: RNDr. Ivanem Markem, jednatel společnosti
telefon: 585 104 212, 602 78 45 72
e-mail: m-ark@m-ark.z

Článek II. Preambule

1. Tato smlouva je uzavírána v rámci realizace projektu „Významné turistické akce a cíle východní části České republiky (dále jen „projekt“).
2. Dodavatel prohlašuje, že má veškeré právní, technické a personální předpoklady, kapacity a odborné znalosti, jejichž je třeba k provedení díla sjednaného touto smlouvou (dále jen „dílo“), a je schopen zajistit splnění sjednaného předmětu díla.
3. Objednatel prohlašuje, že má ujasněnou představu o konečné podobě díla, je schopen zajistit průběžné konzultování konkrétní problematiky a má zabezpečeno finanční krytí celé ceny díla, jak je dále sjednáno.

Článek III. Předmět plnění

1. Dodavatel se touto smlouvou objednateli zavazuje, že pro něj ve sjednané době a za sjednaných podmínek zajistí realizaci předmětu této smlouvy. Předmětem smlouvy je zajištění propagace

východní části České republiky a tvorba marketingového komunikačního mixu. Specifikace předmětu smlouvy je přílohou č. 1 této smlouvy.

2. Dodavatel je povinen v rámci předmětu díla provést veškeré smluvní činnosti, služby a výkony, kterých je potřeba k provedení a dokončení smlouvaného předmětu díla.
3. Případné více či méně práce vzniklé v průběhu provádění této smlouvy o dílo budou předmětem písemného dodatku k této smlouvě o dílo a budou oceněny obvyklým způsobem.
4. Dodavatel je povinen provést i práce a dodávky v této smlouvě výslovně nespecifikované, které však jsou k řádnému provedení díla nezbytné a o kterých dodavatel vzhledem ke své kvalifikaci a zkušenostem měl nebo mohl vědět. Provedení těchto prací však v žádném případě nezvyšuje touto smlouvou sjednanou cenu díla.

Článek IV.

Způsob realizace předmětu smlouvy

1. Při plnění zakázky bude dodavatel postupovat zejména v souladu s platnými českými technickými normami, které přejímají evropské normy, evropskými normami, evropskými technickými schváleními, technickými specifikacemi zveřejněnými v Úředním věstníku Evropské unie a českými technickými normami, které se vztahují, upravují či jinak regulují předmět této smlouvy, se zadávací dokumentací zakázky vč. příloh, rozhodnutími dotčených orgánů a organizací, krajskými prioritami a dalšími podstatnými dokumenty z dané problematiky, zákonem č. 129/2000 Sb., o krajích, ve znění pozdějších předpisů, zákonem č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů.
2. Dodavatel se také zavazuje neposkytnout dílo ani jeho části jiným osobám než objednateli.
3. Dodavatel se zavazuje, že bude dílo označovat dle požadavků IOP a v souladu s pokyny objednatele.

Článek V.

Čas a místo plnění

1. Realizace díla bude zahájena po podpisu této smlouvy. Místo plnění: ČR, Itálie, Německo, Rakousko, Slovensko, Polsko. Doba plnění 05/2012 – 02/2013
2. Předání a převzetí řádně zhotoveného díla, včetně předání dílčích plnění dle přílohy č. 1, bude prováděno na základě předaných výstupů a předaného mediaplánu, podepsaného objednatel a dodavatelem.

Článek VI.

Cena plnění, platební podmínky

1. Cena za provedení díla dle této smlouvy byla stanovena dohodou účastníků smlouvy dle zákona číslo 526/1990 Sb., o cenách, v platném znění, a to ve výši:

Celková cena bez DPH	4 596 935,00 Kč
20 % DPH	919 387,00 Kč

Celková cena díla včetně DPH **5 516 322,00 Kč**

(slovy pět milionů pětsetšestnácttisíctřístadvacetdvakorun českých)

2. Cena obsahuje veškeré náklady uchazeče nezbytné k realizaci díla.
3. Cena je nejvýše přípustná.
4. Cena díla je blíže specifikována v příloze č. 2 smlouvy.
5. Změna ceny díla je možná na základě změny rozsahu díla a musí být sjednána písemným dodatkem k této smlouvě.
6. Výše ceny s DPH se v průběhu realizace díla může změnit v případě změny zákonné sazby DPH ke dni uskutečnění zdanitelného plnění oproti zákonné sazbě platné ke dni uzavření této smlouvy.

7. Dodavatel souhlasí s neposkytnutím záloh.
8. Strany se dohodly na níže uvedené formě fakturace. Platby budou provedeny převodem finančních prostředků na účet dodavatele v termínu do 30 dnů po předání faktury objednateli. Termínem úhrady se rozumí den odepsání peněžních prostředků z účtu objednatele. Fakturace bude prováděna po předání řádného díličího plnění díla – tj. po ukončení jednotlivého díličího plnění kampaní:
 - po ukončení aktivity marketingové komunikace Itálie
 - po ukončení aktivity marketingové komunikace Německo
 - po ukončení aktivity marketingové komunikace Rakousko
 - po ukončení aktivity marketingové komunikace Slovensko
 - po ukončení aktivity marketingové komunikace Polsko
9. Faktura bude obsahovat náležitosti podle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.
10. Platby budou prováděny na základě faktur, které budou splňovat náležitosti daňového dokladu dle obecně platných předpisů a budou označeny textem „Tento doklad je hrazen v rámci projektu Významné turistické akce a cíle východní části České republiky, hrazeného z dotace IOP“.
11. Nesplatnou fakturu je objednatel oprávněn vrátit dodavateli, jestliže neobsahuje náležitosti dle předchozích odstavců nebo jestliže fakturovaná cena neodpovídá rozsahu převzatého díla. Nová 30ti denní lhůta splatnosti pak začne běžet doručením opravené faktury.

Článek VII.

Předání díla, odpovědnost za vady a záruka

1. Dodavatel předá dílo (část díla) bez vad, přičemž dílo (část díla) má vady, jestliže provedení díla (části díla) neodpovídá výsledku určenému ve smlouvě.
2. Po té, co dodavatel předá dílo (část díla) objednateli, má tento 5 pracovních dnů na to, aby dílo (část díla) prohlédl a konstatoval zda-li dílo (část díla) odpovídá výsledku určenému v této smlouvě. Konstatuje-li objednatel, že dílo (část díla) odpovídá výsledku určenému v této smlouvě, potvrdí objednatel tuto skutečnost v protokolu. Je-li objednatelem potvrzeno převzetí díla (části díla) bez vad a nedodělků, je dodavatel oprávněn vystavit daňový doklad dle článku VI odst. 7 až 9 této smlouvy.
3. Konstatuje-li však objednatel, že dílo (část díla) neodpovídá výsledku určenému v této smlouvě je dodavatel povinen ve lhůtě 10 dnů upravit dílo (část díla) dle pokynů objednatele tak, aby odpovídalo tomu, co bylo dohodnuto v této smlouvě.
4. Následně dodavatel předá dílo (část díla) objednateli, přičemž postup dle odst. 2 tohoto článku se opakuje. Neodpovídá-li však opět dílo (část díla) výsledku určenému ve smlouvě, je objednatel oprávněn odstoupit od smlouvy, přičemž dodavatel v případě odstoupení objednatele od smlouvy nemá nárok na úhradu části díla, která neodpovídá výsledku dohodnutému ve smlouvě. Odstoupí-li objednatel od smlouvy dle předchozí věty, nemá dodavatel nárok ani na úhradu částí díla, které nebyly ještě dodavatelem předány. Nevyužije-li objednatel práva na odstoupení, je dodavatel povinen v objednatel stanovené lhůtě upravit dílo (část díla) dle pokynů objednatele tak, aby odpovídalo tomu, co bylo dohodnuto v této smlouvě, přičemž postup dle bodu 2 – 4 se opakuje.
5. Dodavatel odpovídá za vady, jež má dílo v době jeho předání.
6. Jde-li o vadu, která se projeví po předání díla (části díla), a kterou lze odstranit, dodavatel tuto vadu odstraní do 30 dnů od dne, kdy objednatel uplatnil právo na odstranění vady.
7. Jde-li o vadu neodstranitelnou, která však nebrání řádnému užívání díla, má objednatel právo na přiměřenou slevu z ceny díla nebo jeho části.

Článek VIII.

Sankce

1. Smluvní závazek provést dílo zaniká včasným a řádným splněním předmětu smlouvy v dohodnutých termínech a předáním díla objednateli.
2. V případě nedodržení termínu splatnosti bude dodavatel oprávněn účtovat objednateli smluvní úrok z prodlení ve výši 0,05% z celkové ceny díla bez DPH, za každý i započatý den prodlení od smluveného termínu.

3. V případě nedodržení termínu dodání díla (části díla) bude objednatel oprávněn účtovat dodavateli smluvní úrok z prodlení ve výši 0,5% z celkové ceny díla bez DPH, za každý i započatý den prodlení od smlouveného termínu.
4. Jestliže je dodavatel v prodlení s dodáním díla trvajícím déle než 14 dní nebo neprovádí dílo v souladu s touto smlouvou, je objednatel oprávněn odstoupit od smlouvy.

Článek IX. Ostatní ujednání

1. Dodavatel se zavazuje archivovat veškeré doklady, které souvisí s realizací projektu a jeho financováním po dobu 10 let od proplacení závěrečné platby příjemci, tj. od odepsání z účtu poskytovatele dotace, nejméně však do konce roku 2026.
2. Dále se dodavatel zavazuje umožnit přístup kontrolním orgánům (poskytovateli dotace, Ministerstvu pro místní rozvoj, Ministerstvu financí, auditnímu orgánu, Evropské komisi, Evropskému účetnímu dvoru, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu, příslušnému Finančnímu úřadu a dalším kontrolním orgánům) do objektů a na pozemky dotčené projektem a jeho realizací a provést kontrolu dokladů souvisejících s projektem.
3. Touto smlouvou zároveň dodavatel objednateli poskytuje výhradní licenci ke všem způsobům užití díla (částem díla) v neomezeném rozsahu a právo upravit či jinak měnit dílo, jeho název nebo označení autora nebo spojit díla s jiným dílem, jakož i zařadit dílo do díla souborného, ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů. Objednatel může oprávnění tvořící součást licence zcela nebo zčásti poskytnout třetí osobě (podlicence), k čemuž dodavatel (autor) poskytuje výslovný souhlas. Poskytnutí licence (včetně všech případných podlicencí) dle této smlouvy je bezúplatné s ohledem na souběžné sjednání ceny díla dle čl. VI této smlouvy.

Článek X. Všeobecná ujednání

1. Tuto smlouvu lze změnit nebo doplňovat pouze písemnými vzestupně číslovanými dodatky, které budou podepsány oběma smluvními stranami.
2. Nastanou-li u některé ze smluvních stran skutečnosti bránící řádnému plnění této smlouvy, je povinna to ihned bez zbytečného odkladu oznámit druhé straně a vyvolat jednání zástupců smluvních stran.
3. Smlouva nabývá účinnost dnem podpisu oběma stranami.
4. Obě smluvní strany se zavazují, že obchodní a technické informace, které jim byly svěřeny druhou stranou, nezpřístupní třetím osobám bez písemného souhlasu druhé strany a nepoužijí tyto informace k jiným účelům, než je k plnění podmínek smlouvy.
5. Právní vztahy touto smlouvou výslovně neupravené se řídí zákonem č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
6. Tato smlouva se vyhotovuje ve dvou stejnopisech, z nichž jeden obdrží dodavatel a jeden objednatel.
7. Smluvní strany této smlouvy prohlašují a stvrzují svými podpisy, že mají plnou způsobilost k právním úkonům, a že tuto smlouvu uzavírají svobodně a vážně, že ji neuzavírají v tísní za nápadně nevýhodných podmínek, že si ji řádně přečetly a jsou srozuměny s jejím obsahem.
8. Nedílnou součástí smlouvy je příloha č. 1 – Podrobný popis díla a příloha č. 2 – Cena dle dílčích plnění

Ve Zlíně dne 10-05-2012
 Centrála gestovního ruchu
 Východní Moravy, o.p.s.
 sídlo: J.A. Bati 5520
 761 90 Zlín
 IČ: 277 44 485

za objednatele

V Olomouci dne 10-05-2012

za dodavatele

příloha č. 1 – Podrobný popis díla
 příloha č. 2 – Cena dle dílčích plnění

**K Marketing
 a reklama s.r.o.**
 Železniční 4, 779 00 Olomouc
 Telefon: 585 104 223
 Tel./Fax/zázn.: 585 104 224
 IČO: 27772594, DIČ: CZ27772594

Příloha č. 1 – Podrobný popis díla

Předmětem zakázky je zpracování návrhu komunikačních nástrojů (marketingového komunikačního mixu) vč. zdůvodnění těchto navržených nástrojů z pohledu účinnosti zásahu. Není-li z níže uvedené specifikace některý parametr díla zřejmý, potom se takový parametr určí podle zadávacích podmínek a podané nabídky dodavatele předcházejících uzavření této smlouvy.

Veškeré návrhy materiálů budou zpracovány v souladu s logomanuálem Východní Moravy Moravské jantarové stezky II, viz manuály na <http://www.vychodni-morava.cz/centrala/14087/>.

V rámci plnění bude předloženo:

1. Aktivity marketingové komunikace Itálie
2. Aktivity marketingové komunikace Německo
3. Aktivity marketingové komunikace Rakousko
4. Aktivity marketingové komunikace Slovensko
5. Aktivity marketingové komunikace Polsko

Místo plnění: Česká republika, Itálie, Německo, Rakousko, Polsko, Slovensko

1. Aktivity marketingové komunikace - ITÁLIE

Zajištění nákupu ploch, časů, databází, zajištění veškerých náležitostí k tiskové konferenci, kompletní zajištění fam a press tripu a prezentace a veškerých dalších aktivit vyplývajících z výše uvedených požadavků.

Kompletním zajištěním prezentací se myslí: zajištění pronájmu výstavních prostor a příslušného vybavení, nutného k zajištění průběhu prezentace (vybavení expozice – např. výstavní pulty, stůl, židle, připojení el. energie) drobný catering, doprava propagačních materiálů a prezentátora na místo konání akce.

Doba plnění: květen/červen 2012 – únor 2013

Místo plnění: Česká republika, Itálie

Cílové skupiny oslovené kampaní:

Cílové skupiny - B2B

Organizátoři zájezdů:

- Cestovní kanceláře (CK)
- Touroperátoři (TO)
- Incomingové agentury (IA)
- Spolky a farnosti zaměřené na církevní turistiku

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: Severní Itálie tj. regiony Lombardie /Milán/, Benátsko /Benátky/, Friuli-Venezia Giulia /Terst/ a Trentino-Alto Adige /Trento/), cca 15 mil obyvatel a region Lazio /Řím/ cca 5 mil obyvatel

Vedlejší: ostatní italské regiony – týká se především zaměření na církevní turistiku, farnosti

Cílové skupiny - B2C



**INTEGROVANÝ
OPERAČNÍ
PROGRAM**



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Individuální návštěvníci: 30+ let, páry, skupiny přátel, střední a vyšší příjmová skupina
Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: regiony, které mají dobré letecké spojení s Brnem tj. Lombardie /Miláno/ a Lazio /Řím/ regiony, které jsou dostupné autem (cca 6 hod) tj. Benátsko /Benátky/, Friuli- Venezia Giulia /Terst/ a Trentino-Alto Adige /Trento/

Vedlejší: v omezené míře i ostatní regiony Itálie (internetová komunikace, PR)

Vlastní komunikační mix a časový harmonogram - Mediaplán

Komplexní návrh - Itálie

Typ/médium	cílová skupina
PR články, programové nabídky, inzerce - 10 A4 celkem	
Reklamní kampaň ve spolupráci s leteckou společností Ryanair z Milana v rámci spolupráce se zahraničním zastoupením CzechTourismu	B2C
Reklama a PR články na podporu církevní a poutní turistiky.	B2C, B2B
Tiskové zprávy o aktuální nabídce 6východních krajů ČR, cca 1 A4, každé 3 týdny rozesílané na datbázi CzT Milano	B2B
Celkem	Min 10 A4
Mailing na TO, CK a spolky - programová nabídka katalogových listů + úvodní dopis	
500 adres	B2B
Elekt. newsletter pro org.skup.pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání	
2000 adres	B2B, B2C
Tisk. konference v Miláně	
1 tisková konference + 1briefing, popis viz níže	B2B
Produktový leták DL, 5 lomů 135g/m2 , 6 000 ks	
Leták na podporu produktových nabídek určený na prezentace 6východních krajů ČR	B2B, B2C
On-line reklama, banerová reklama	
Online reklama ve spolupráci s www.caravanecamper.it velikost min. dle zadání, 1 měsíc	B2C
Fam a Press trip	
popis viz níže	B2B
Elekt. newsletter pro org.skup.pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. podzimní vydání, 2000	
2000 adres	B2B, B2C
Zajištění prospektového servisu na II. Salone del Camper v Parmě, v září 2012	
popis viz níže	B2B, B2C
Zajištění prezentace v Turíně	
popis viz níže	B2B, B2C

Cena celkem bez DPH

877 850,00 Kč

Cena vč. DPH

1 053 420,00 Kč

Popis aktivit:

Veškerá média byla konzultována s odborníky pohybující se na tomto trhu - jak odborníci CR (pro B2B), tak mediální (pro B2C), tj. zahraniční zastoupení CzT, cestovní kanceláře, TO i komunikační agentury.

Inzerce + PR články

- Reklamní kampaň ve spolupráci s leteckou společností Ryanair z Milana v rámci spolupráce se zahraničním zastoupením CzechTourismu.
- Reklama a PR články na podporu církevní a poutní turistiky.
- Tiskové zprávy o aktuální nabídce 6východních krajů ČR, cca 1 A4, každé 3 týdny rozesílané na databázi CzT Milano
- **BONUS pro zadavatele:** Tiskové zprávy - 10 tiskových zpráv o aktuální nabídce 6východních krajů ČR, cca 1 A4, každé 3 týdny rozesílané na profesní databázi CzT Milano (médiá a B2B), v celkovém součtu plochy 10 A4. Zajištěna bude profesionální příprava textů italským novinářem.

Mailing na TO, CK a spolky

- Poštovní mailing na TO, CK a spolky s programovými nabídkami katalogových listů a úvodním dopisem. Bude poštou rozesláno 500 ks na adresy TO, CK nebo spolky zabývající se Českou republikou. Databáze bude nakoupena.

Newsletter

- Elekt. newsletter pro org.skup.pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání, 2000 ks
- Newsletter letecké společnosti na jejich databázi **BONUS**
- Elekt. newsletter pro org.skup.pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. podzimní vydání, 2000 ks

On-line reklama, banerová reklama

Online reklama ve spolupráci s www.caravanecamper.it, velikost min. dle zadání, 1 měsíc

Fam a Press trip

Pro vybraná média a TO, CK a IA (8 -12 osob) bude uspořádán ve spolupráci se zahraničním zastoupením CzechTourism 5denní Press trip „ČESKO jak je neznáte!“ pokrývající nejvýznamnější nabídky tohoto projektu, zvláště zaměřené na oblast církevní turistiky pro italský trh.

Téma tripu: např. Velehrad – 1150 let od příchodu sv. Cyrila a Metoděje, spolupatronů Evropy na Moravu

Téma bude navazovat na církevní produkt pro italský trh

Cílové skupiny: novináři – opinion makers píšící o kulturní turistice

Termín: 5- 9 měsíc 2012

Trip bude pořádán ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Milano:

- sestavení databáze TO a médií - výběr a kontaktování nejvhodnějších zájemců
- programu trip bude konzultován se zadavatelem i CzT
- elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi (oficiálně rozesláno zahraničním zastoupením CzT)

Počet osob: 8-12

Zajištění: Kompletním zajištěním press a fam tripu se myslí - zajištění dopravy účastníků v ČR, ubytování, stravování, vstupy do zařízení, grafická příprava manuálu a jeho tisk, oslovení potenciálních účastníků akce – nábor účastníků na akci, průvodce a tlumočení během celé doby akce, zajištění kulturních aktivit podle programu akce, pronájem prostor.

Tisková konference k projektu ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE Milano 2012/2013

Téma: Nové produkty projektu „ ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE“ pro italský trh 2012/2013

Cíle: Představení nových produktů projektu „ ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE“ médiím a také touroperátorům, jako zajímavého cíle pro prodloužené víkendy i týdenní dovolenou
Představení bude mít dvě etapy:

I. Představení produktové nabídky 2012/2013 6východních krajů ČR formou ranního briefingu s novináři

Místo: Milano **Termín:** 5/2012 Zajištění ve spolupráci s CzT Itálie

II. Tisková konference s ochutnávkou specialit české kuchyně 6východních krajů ČR k aktivitám 6východních krajů ČR na italském trhu v sezoně 2012 a v nadcházející sezoně 2013 pro média a organizátory pobytů

Místo: Milano **Termín:** 2/2013 Zajištění ve spolupráci s CzT Itálie

Průběh TK – Milano únor 2013 v dopoledních hodinách:

- oficiální zahájení – ředitel zahraničního zastoupení CzT Itálie
- prezentace projektu, oblastí, produktů – CCRVM, případně zástupci dalších krajů a nebo vybraný TO profesionál
- prezentace jednoho vhodného tématu danou zemi – zde například „**To nejlepší z gastronomie 6východních krajů ČR**“, prezentace zástupce daného subjektu nebo atraktivity
- krátké představení regionálních specialit a gastrozážitků
- pozvání k diskusi a na ochutnávku českých regionálních specialit

Rozpočet zahrnuje tyto aktivity:

- zajištění tiskové konference (ve spolupráci s CzT Itálie, sestavení databáze médií a TO, připravení pozvánky na tiskovou konferenci, oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi, cca 4 týdny předem, připravení složky s nabídkou produktů)
- Zabezpečení tématické prezentace vč. cateringu
- prezentace projektu a nabídka konkrétních produktů v místě konání např. v prostoru budou umístěny vhodné prezentační POS – roletka apod.

Zajištění prospektového servisu na II. Salone del Camper v Parmě

Cíl: Oslovit speciální nabídkou 6východních krajů ČR cílovou skupinu italských karavanistů

Místo: II. Salone del Camper, Parma **Termín:** 9/2012 Zajištění prospektového servisu ve spolupráci s CzT Itálie

Zajištění prezentace v Turíně

Cíl: Zajištění prezentace 6východních krajů ČR na nejprestižnějším veletrhu gastronomie v Itálii

Místo: Terra Madre Salone del Gusto, Turín **Termín:** 10/2012 Zajištění prezentace, 11m2 standardního stánku

Časový harmonogram:

AKTIVITA	Termín plnění
PR články, programové nabídky, inzerce	06 -12/2012
Mailing na TO, CK a spolky - programová nabídka katalogových listů + úvodní dopis	05-06/2012

Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání	05-06/2012
Tisk. konference v Miláně	05/2012- 02/2013
Produktový leták DL, 5 lomů 135g/m2 – zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták, který bude informovat o všech produktech pro danou zemi. Celkem bude v letáku zastoupeno 10 produktů	05-06/2012
On-line reklama, banerová reklama	05-08/2012
Fam a Press trip	05-06/2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky,...) 2 str.A4. Podzimní vydání	08/2012
Zajištění prospektového servisu na II. Salone del Camper v Parmě, v září 2012	09/2012
Zajištění prezentace v Turíně	10/2012

2. Aktivity marketingové komunikace - NĚMECKO

Zajištění nákupu ploch, časů, databází, zajištění veškerých náležitostí k tiskové konferenci a gastrofestivalu, kompletní zajištění fam a press tripu a veškerých dalších aktivit vyplývajících z výše uvedených požadavků.

Doba plnění: květen/červen 2012 – únor 2013

Místo plnění: Česká republika, Německo

Cílové skupiny oslovené kampaní:

Primární cílové skupiny - B2B

Organizátoři zájezdů:

- Cestovní kanceláře (CK)
- Touroperátoři (TO)
- Incomingové agentury (IA)

Spolky v jednotlivých spolkových zemích zaměřené na:

- Turistiku – poznávací (architekturu), církevní
- Kulturu výtvarnou a hudební
- Zahrádkářství, zemědělství, parkovou architekturu

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: Sasko, Sasko-Anhaltsko, Bavorsko, Bádensko-Württembersko, Berlin

Vedlejší: ostatní spolkové země – týká se především zaměření na spolky a jejich tématickou orientaci, ale nevylučují se ani TO a CK

Sekundární cílové skupiny - B2C

Individuální návštěvníci: 30+ let, mladé páry, střední a vyšší příjmová skupina
60+, prázdné hnízdo, střední a vyšší příjmová skupina

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: Obyvatelé Saska, především Drážďan a okolí (cca 1,5 mil obyvatel)

Vedlejší: v omezené míře i ostatní spolkové země (internetová komunikace)

Vlastní komunikační mix a časový harmonogram - Mediaplán

Komplexní návrh - Německo

Typ/médium	cíl. skupina
------------	--------------

Programové nabídky v katalogích CK, PR články + inzerce - 12 stran A4 celkem	
Programová nabídka v katalogích německých TO, CK, busoperátorů, umístění min 2 str. A4	B2B
Busmail – časopis oslovující pravidelně každý měsíc TO, CK, busoperátory v Německu (5 200 adres) tištěným katalogem s nabídkami, umístění 12 str. A4 programových nabídek 6východních krajů ČR	B2B
Zpracování obsahu nabídky pro TO, příprava pro tisk	
Celkem - zajištění 14 stran A4 s programovými nabídkami BONUS 2 A4 (zadávací dokumentace požaduje 12 str.)	
Mailing na TO, CK a spolky - programová nabídka 4 katalogových listů + úvodní dopis	
Databáze	B2B
Úvodní dopis, balné a poštovné	
Celkem – 7 000 adres	
El. newsletter pro organiz. skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), vč. zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání	
zpracování obsahu nabídky, příprava několika verzí newsletterů pro TO, spolky, ...	B2B
Databáze, rozeslání nabídky	
Celkem - 8915 adres (v ZD - 7000 adres) BONUS 1 915 adres	
„Český Festival chutí a zážitků“ gastro festival vč. tisk. konference. Festival se bude konat v Německu. POPIS NÍŽE	
KUCHYŇ	B2C, B2B
TK, propagace, produkce, kameloti	B2C, B2B
propagační leták - kameloti	B2C
podpora festivalu - rozeslání informace na všechny mediální agentury v Drážďanech	B2C
Produktový leták - zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták. Celkem bude v letáku zastoupeno 10 produktů.	
výroba (zpracování, tisk) DL letáku 135g, KL, 4/4, 5 lomů, 5 000 ks	B2B
Fam a Press trip	
Popis viz níže	B2B
On-line reklama, banerová reklama	
bilderfrau.de - on-line verze nejčtenějšího deníku v D - 468x60	B2C
dresden-fernsehen.de - on-line verze místní TV s vel. sledovaností - 468x60	B2C
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky,...), 2 str. A4. Podzimní vydání	
zpracování obsahu nabídky, příprava několika verzí newsletterů pro TO, spolky,	B2B
Nakoupení databáze a rozeslání této nabídky	B2B
Celkem - 8915 adres (v ZD - 7000 adres) BONUS 1 915 adres	

Cena celkem bez DPH

834 055,00 Kč

Cena vč. DPH

1 000 866,00 Kč

Popis aktivit:

Veškerá média byla konzultována s odborníky pohybující se na tomto trhu - jak odborníci CR (pro B2B), tak mediální (pro B2C), tj. zahraniční zastoupení CzT, cestovní kanceláře, TO i komunikační agentury.

Programové nabídky v katalogích CK, PR články + inzerce

- Programové nabídky budou umístěny v rozsahu min 2 stran A4 v katalogích TO nebo CK
- Dalším distribučním kanálem bude příloha tištěného katalogu firmy Küffmann & Partner GmbH z Německa, která pravidelně obesílá všechny TO, CK a Busoperátory

z Německa i ze zahraničí s tištěným katalogem „Busmail“. Programové nabídky 6východních krajů ČR v rozsahu 12 stran by byly vloženy jako speciální příloha do tohoto katalogu.

- Celkem bude zveřejněno min 14 str. A4 programových nabídek

Mailing na TO, CK a spolky

- Poštovní mailing na TO, CK a spolky s programovými nabídkami katalogových listů a úvodním dopisem. Bude poštou rozeslán na 500 profesních adres TO, CK. Dále bude mailing realizován na více než 6500 adres církevních, farních a zahrádkářských spolků. Databáze budou nakoupeny.

Newsletter

- Elektronický newsletter pro org. skup. pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání, bude obesláno necelých 9000 TO, CA nebo spolků (církevních, farních a zahrádkářských).
- Elektronický newsletter pro org. skup. pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Podzimní vydání, bude obesláno necelých 9000 TO, CA nebo spolků (církevních, farních a zahrádkářských).

On-line reklama, banerová reklama

- On-line reklama by měla být formou bannerové kampaně realizována ve spolupráci s portály www.bild.de nebo www.dresden-fernsehen.de. Elektronická verze nejčtenějšího německého deníku - bild.de - má také největší on-line návštěvnost ze všech zdejších médií. Dresden-fernsehen.de jsou stránky drážďanské televize, které se však profilují podobně, jako stránky všech zpravodajských médií. Mají velmi dobrou návštěvnost a budou sloužit k podpoře Českého Festivalu chutí a zážitků v Drážďanech. Velikost bannerů u obou portálů 468x60 px po dobu 1 měsíce.

„Český Festival chutí a zážitků“ Drážďany a okolí, 23.- 25.5.2012

Téma: Představení nových produktů projektu „ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Festival chutí a zážitků“ pro německý trh s ochutnávkou české kuchyně

Cíle festivalu:

- a) Představení nových produktů projektu „ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Český festival chutí a zážitků“ médiím a také touroperátorům, CK, busoperátorům jako zajímavého cíle pro prodloužené víkendy i týdenní dovolenou
- b) Budování povědomí o nové turistické nabídce 6východních krajů ČR u obyvatel Saska prostřednictvím Českého festivalu chutí a zážitků

„Český Festival chutí a zážitků“ bude oficiálně pořádat 6 východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Berlin a bude zahájen slavnostní tiskovou konferencí za účasti pozvaných médií, dále TO, CK a spolupracujících partnerů.

Průběh TK – Drážďany 23.5 2012 v dopoledních hodinách:

- oficiální zahájení – ředitel zahraničního zastoupení CzT Berlin
- prezentace projektu, oblastí, produktů – CCRVM, případně zástupci dalších krajů a nebo vybraný TO profesionál
- prezentace jedné vhodné turistické atraktivity pro danou zemi – zde například „Kroměříž Arcibiskupský zámek a zahrady“, vazba na fam a press trip a produktovou nabídku Gartenreise - prezentace zástupce daného subjektu nebo atraktivity
- krátké představení regionálních specialit a gastrozážitků – šéfkuchař
- pozvání k diskuzi a na ochutnávku českých regionálních specialit - šéfkuchař

Průběh gastročásti:

Výběr restauračního zařízení včetně výběru menu proběhne ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a profesionálním. Dodavatel předloží po vyzvání nabídku vhodné restaurace v Drážďanech (min. kapacita cca 150 míst).

Rozpočet zahrnuje tyto aktivity:

- 3 denní (min.) gastrofestival ve vybrané restauraci s nabídkou jídel ze 6ti východních krajů ČR,
- zajištění tiskové konference (ve spolupráci s CzT Berlin sestavení databáze médií a TO, připravení pozvánky na tiskovou konferenci, oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi, cca 3-4 týdny předem, připravení složky s nabídkou produktů)
- zajištění publicity „Českého Festivalu chutí a zážitků“ v daném místě – (upoutávky na akci v místních médiích, kameloti v ulicích zvoucí speciálním letáčkem k návštěvě, jednotné označení kamelotů)
- prezentace projektu a nabídka konkrétních produktů v místě konání (po celou dobu budou mít hosté k dispozici nabídkový leták DL 10x21 cm s nabídkou dovolené v 6ti východních krajích ČR, dále v prostoru budou umístěny vhodné prezentační POS – roletka pod.)

Fam a Press trip

Pro vybraná média a TO, CK a IA (8 -12 osob) bude uspořádán ve spolupráci se zahraničním zastoupením CzechTourism 4denní Fam a Press trip „ČESKO jak je neznáte! Festival chutí a zážitků“ pokrývající nejvýznamnější nabídky tohoto projektu, a to v oblasti zahradní architektury pro německý trh.

Téma tripu: Nejkrásnější parky a zahrady Česka

Téma bude navazovat na produkty pro německý trh:

Cílové skupiny: TO, CK a média

Termín: 5- 6 měsíc 2012

Trip bude pořádán ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Berlin:

- sestavení databáze TO a médií - výběr a kontaktování nevhodnějších zájemců
- programu trip bude konzultován se zadavatelem i CzT Berlin
- oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi (bude rozesláno ze zahraničního zastoupení CzT Berlin)

Počet osob: 8-12

Zajištění: Kompletním zajištěním press a fam tripu se myslí - zajištění dopravy účastníků do ČR a zpět, doprava v ČR, ubytování, stravování, vstupy do zařízení, grafická příprava manuálu a jeho tisk, oslovení potenciálních účastníků akce – nábor účastníků na akci, průvodce a tlumočení během celé doby akce, zajištění kulturních aktivit podle programu akce, pronájem prostor.

Časový harmonogram:

AKTIVITA	Termín plnění
PR články nebo programové nabídky, (variantně doplněné inzercí) - celkem min. 12 str.každý o velikosti cca A4	06 -11/2012
Mailing na TO, CK a spolky - programová nabídka 4 katalogových listů + úvodní dopis	05-06/2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání	05-06/2012

„Český Festival chutí a zážitků“ gastro festival vč. tisk. konference. Festival se bude konat v Německu.	23.-25.5.2012
Produktový leták DL, 5 lomů 135g/m2 – zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták, který bude informovat o všech produktech pro danou zemi. Celkem bude v letáku zastoupeno 10 produktů.	05/2012
On-line reklama, banerová reklama	05-06/2012
Fam a Press trip	přelom 05/06/2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky,...) 2 str.A4. Podzimní vydání	08/2012

3. Aktivity marketingové komunikace - RAKOUSKO

Zajištění nákupu ploch, časů, databází, zajištění veškerých náležitostí k tiskové konferenci vč. gastrofestivalu a veškerých dalších aktivit vyplývajících z výše uvedených požadavků.

Doba plnění: květen/červen 2012 – únor 2013

Místo plnění: Česká republika, Rakousko

Cílové skupiny oslovené kampaní:

Primární cílové skupiny - B2B

Organizátoři zájezdů:

- Cestovní kanceláře (CK)
- Touroperátoři (TO)
- Incomingové agentury (IA)

Spolky v jednotlivých spolkových zemích zaměřené na:

- Turistiku – poznávací (architekturu) a církevní
- Zahrádkářství, zemědělství, parkovou architekturu
- Hasičské spolky

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: Vídeň, Dolní a Horní Rakousko, Burgenland

Vedlejší: Salcbursko, Štýrsko, Korutansko případně ostatní spolkové země – týká se především zaměření na spolky a jejich tématickou orientaci, ale nevylučují se ani TO a CK

Sekundární cílové skupiny - B2C

Individuální návštěvníci: 30+ let, mladé páry, střední a vyšší příjmová skupina
55+, prázdné hnízdo, střední a vyšší příjmová skupina

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: Vídeň, Dolní a Horní Rakousko, cca 4,5 mil obyvatel

Vedlejší: v omezené míře i ostatní spolkové země (internetová komunikace)

Vlastní komunikační mix a časový harmonogram - Mediaplán

Komplexní návrh- Rakousko

Typ/médium	cíl. skupina
Programové nabídky v katalogích CK, PR články + inzerce - 12 stran A4 celkem	

Programová nabídka v katalogích rakouských TO, CK, busoperátorů, umístění 4 str. A4	B2B
Busmail – časopis oslovující pravidelně 2-3x ročně všechny TO, CK, busoperátory v Rakousku tištěným katalogem s nabídkami, umístění 12 str. A4 programových nabídek 6východních krajů ČR	B2B
zpracování obsahu nabídky pro TO, příprava pro tisk	
Celkem - zajištění 16 stran A4 s programovými nabídkami - BONUS 4 A4 (zadávací dokumentace požaduje 12 str.)	
Mailing na TO, CK a spolky - programová nabídka 4 katalogových listů + úvodní dopis	
Databáze	B2B
Úvodní dopis, balné a poštovné	
Celkem - 4000 adres	
El. newsletter pro organiz. skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), vč. zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání	
zpracování obsahu nabídky, příprava min. 3 verzí newsletterů pro TO, spolky..	B2B
databáze	B2B
rozeslání této nabídky	
Celkem - 4000 adres	
„Český Festival chutí a zážitků“ gastro festival vč. tisk. konference. Festival se bude konat v Rakousku. POPIS NÍŽE	
KUCHYŇ	B2C, B2B
TK, propagace, produkce, kameloti	B2C, B2B
propagační leták - kameloti	B2C
Produktový leták - zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták. Celkem bude v letáku zastoupeno 10 produktů.	
výroba (zpracování, tisk) DL letáku 135g, KL, 4/4, 5 lomů	B2B
On-line reklama, banerová reklama	
heute.at - on-line verze 2. nejčtenějšího deníku v A - 960x100	B2C
bregenz.com, dornbirn.com, feldkirch.com, bludenz.com - 600x100	B2C
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky,...), 2 str. A4. Podzimní vydání	
zpracování obsahu nabídky, příprava několika verzí newsletterů pro TO, spolky,	B2B
Databáze, rozeslání této nabídky	B2B
Celkem - 4000 adres	
Cena celkem bez DPH	810 250,00 Kč
Cena vč. DPH	972 300,00 Kč

Popis aktivit:

Veškerá média byla konzultována s odborníky pohybující se na tomto trhu - jak odborníci CR (pro B2B), tak mediální (pro B2C), tj. zahraniční zastoupení CzT, cestovní kanceláře, TO i komunikační agentury.

Programové nabídky v katalogích CK, PR články + inzerce

- Programové nabídky budou umístěny v rozsahu 4 v katalogích TO nebo CK.
- Dalším distribučním kanálem bude příloha tištěného katalogu firmy Küffmann & Partner GmbH, která pravidelně obesílá všechny TO a Busoperátory z Rakouska i ze zahraničí s tištěným katalogem „Busmail“. Programové nabídky v rozsahu 12 stran by byly vloženy jako příloha do tohoto katalogu nebo by byly zaslány jako samostatný speciál.
- Celkem bude zveřejněno 16 str. A4 programových nabídek

Mailing na TO, CK a spolky



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

- Poštovní mailing na TO, CK a spolky s programovými nabídkami katalogových listů a úvodním dopisem. Bude poštou rozeslán na 500 profesních adres TO, CK a Bus operátorů. Zbývající počet zásilek (3 500 adres) bude rozeslán na církevní, farní, turistické, hasičské a zahrádkářské spolky. Databáze budou nakoupeny.

Newsletter

- Elektronický newsletter pro org. skup. pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání, bude obeláno 4000 TO, CA nebo spolků.
- Elektronický newsletter pro org. skup. pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Podzimní vydání, bude obeláno 4000 TO, CA nebo spolků.

On-line reklama, banerová reklama

- On-line reklama formou bannerové kampaně realizována ve spolupráci s portály www.heute.at nebo některým z portálů ze skupiny partyweby. Elektronická verze druhého nejčtenějšího rakouského deníku a nejčtenějšího ve Vídni – heute.at - má největší on-line návštěvnost ze všech zdejších médií. Formát 960x100, 31 500 zobrazení
„Partyweby“ bregenz.com, dornbirn.com, feldkirch.com a bludenz.com jsou stránky s velmi vysokou návštěvností zaměřené především v oblasti zábavního průmyslu. Jsou to weby, kde si uživatelé sdělují své dojmy a zážitky z různých oslav, party apod. s velmi širokým věkovým rozsahem uživatelů. Stránky s vysokou návštěvností budou sloužit k podpoře produktů B2C na rakouském trhu a také Českého Festivalu chutí a zážitků ve Vídni. Formát 600x100 po dobu 3 týdnů.

“Český Festival chutí a zážitků” Vídeň a okolí, 4.- 6.6. 2012

Téma: Představení nových produktů projektu „ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Festival chutí a zážitků“ pro rakouský trh s ochutnávkou české kuchyně

Cíle festivalu:

- a) Představení nových produktů projektu „ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Český festival chutí a zážitků“ médiím a také touroperátorům, CK, busoperátorům jako zajímavého cíle pro prodloužené víkendy i týdenní dovolenou
- b) Budování povědomí o nové turistické nabídce 6východních krajů ČR u obyvatel Vídně a okolí prostřednictvím Českého festivalu chutí a zážitků

„Český Festival chutí a zážitků“ bude oficiálně pořádat 6 východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Ralkousko a bude zahájen slavnostní tiskovou konferencí za účasti pozvaných médií, dále TO, CK a spolupracujících partnerů.

Průběh TK – Vídeň 4.6 2012 v dopoledních hodinách:

- oficiální zahájení – ředitelka zahraničního zastoupení CzT Rakousko
- prezentace projektu, oblastí, produktů – CCRVM, případně zástupci dalších krajů a nebo vybraný TO profesionál
- prezentace jedné vhodné turistické atraktivity pro danou zemi – zde například Lázně Luhačovice na produktovou nabídku „**Luhačovice: Schnupperwoche******“ - prezentace zástupce daného subjektu nebo atraktivity
- krátké představení regionálních specialit a gastrozážitků – šéfkuchař
- pozvání k diskuzi a na ochutnávku českých regionálních specialit - šéfkuchař

Průběh gastročasti:

Výběr restauračního zařízení včetně výběru menu proběhne ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a profesionálním šéfkuchařem. Dodavatel předloží po vyzvání nabídku vhodné restaurace ve Vídni (min. kapacita cca 150 míst).

Rozpočet zahrnuje tyto aktivity:

- 3 denní (min.) gastrofestival ve vybrané restauraci s nabídkou jídel ze 6ti východních krajů ČR,
- zajištění tiskové konference (ve spolupráci s CzT Rakousko, sestavení databáze médií a TO, připravení pozvánky na tiskovou konferenci, oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi, cca 3-4 týdny předem, připravení složky s nabídkou produktů)
- zajištění publicity „Českého Festivalu chutí a zážitků“ v daném místě – (upoutávky na akci v místních médiích, kameloti v ulicích zvoucí speciálním letáčkem k návštěvě, jednotné označení kamelotů)
- prezentace projektu a nabídka konkrétních produktů v místě konání (po celou dobu budou mít hosté k dispozici nabídkový leták DL 10x21 cm s nabídkou dovolené v 6ti východních krajích ČR, dále v prostoru budou umístěny vhodné prezentační POS – roletka pod.)

Časový harmonogram:

AKTIVITA	Termíny plnění
PR články nebo programové nabídky, (variantně doplněné inzercí) - celkem min 12 str. každý o velikosti cca A4	06 -11/2012
Mailing na TO, CK a spolky - programová nabídka 4 katalogových listů + úvodní dopis	05-06/2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. Jarní vydání	05-06/2012
„Český Festival chutí a zážitků“ gastro festival vč. tisk. konference. Festival se bude konat v Rakousku.	4.- 6.6. 2012
Produktový leták DL, 5 lomů 135g/m2 – zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták, který bude informovat o všech produktech pro danou zemi. Celkem bude v letáku zastoupeno 10 produktů.	05/2012
On-line reklama, banerová reklama	05-07/2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky,...) 2 str.A4. Podzimní vydání	08/2012

4. Aktivity marketingové komunikace - SLOVENSKO

Zajištění nákupu ploch, časů, databází, zajištění veškerých náležitostí k tiskové konferenci vč. gastrofestivalu, kompletní zajištění prezentace a veškerých dalších aktivit vyplývajících z výše uvedených požadavků.

Doba plnění: květen/červen 2012 – únor 2013

Místo plnění: Česká republika, Slovensko



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Cílové skupiny oslovené kampaní:

Primární cílové skupiny - B2C

Individuální návštěvníci: 20+ páry, rodiny s dětmi
35+ skupiny přátel (střední i vyšší příjmová skupina)

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: kraje západní části Slovenska, důraz na Bratislavu, Trnavu, Trenčín a Žilinu
Vedlejší: v omezené míře i ostatní kraje (internetová komunikace, PR)

Sekundární cílové skupiny - B2B

Organizátoři zájezdů:

- Cestovní kanceláře (CK), touroperátoři (TO), Incomingové agentury (IA)
 - zaměřené na organizování kongresové a incentivní turistiky
 - zaměřené na medical wellness
 - zaměřené na organizování církevní turistiky
- Spolky a farnosti zaměřené na církevní turistiku
- Základní a střední školy

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: kraje západního Slovenska, důraz na Bratislavu, Trnavu, Trenčín a Žilinu
Vedlejší: ostatní kraje Slovenska

Vlastní komunikační mix a časový harmonogram - Mediaplán

Komplexní návrh - Slovensko

Typ/médium	cílová skupina
PR články + inzerce - 9 A4 celkem	
Traveller, evt. Chvíka pre teba, ev. tématická příloha SME, event. Pravda (dle termínu podpisu smlouvy a uzávěrky obj.)	B2C
Eurotelevízia – časopis s televizním programem a rubrikou o cestování	B2C
Rytmus života, společenský magazín – rubrika tipy na cestování	B2C
Dobré zprávy - příloha deníku SME v BA	B2C
Cestovatel	B2C, B2B
Celkem	součet ploch: 9xA4 (1/1)
Elektronický newsletter základní školy včetně zakoupení databáze, 2 str. A4 (1500 ks)	
zpracování obsahu nabídky příprava newsletterů pro Z.školy + rozeslání databáze	B2B
Elektronický newsletter na střední školy včetně zakoupení databáze, 2 str. A4 (700 ks)	
zpracování obsahu nabídky příprava newsletterů pro S.školy + rozeslání databáze	B2B
El. newsletter - incentivní a kongresové pobyty vč. databáze, 2 str. A4, 250ks	
zpracování obsahu nabídky příprava newsletterů + rozeslání databáze	B2B
El. newsletter pro org. medical a wellness pobytů, vč. databáze, 2 str. A4, 250 ks	
zpracování obsahu nabídky příprava newsletterů + rozeslání databáze	B2B
Elektronický newsletter pro farnosti včetně zakoupení databáze, 2 str. A4 (600 ks)	
zpracování obsahu nabídky příprava newsletterů + rozeslání databáze	B2B

Radio reklama (1 týden á 30 spotů, vč. výroby spotu)	
Rádio regionální: silný zásah BA a západní SR	B2C
Výroba spotu	
Leták do vybraných titulů (leták 210x560 mm, složený na 210 x140 mm, 3 lomy, 80g/m2), 175 000 ks	
výroba (zpracování, tisk)	
Eurotelevízia - vložení 143 000 ks	B2C
SME Bratislava - vložení 17 000 ks	B2C
„Český Festival chutí a zážitků“ gastrofestival vč. tisk. konference POPIS NIŽE	
KUCHYŇ	B2C, B2B
TK, propagace, produkce, kameloti	B2C, B2B
propagační leták - kameloti	B2C
On-line reklama, internet	
www.turistikaonline.sk, 980x60, 120x120pix	B2C
Trenčín - 20m2	
plocha, stánek, vybavení	B2C, B2B

Cena celkem bez DPH

1 080 230,00 Kč

Cena vč. DPH

1 296 276,00 Kč

Popis aktivit:

Veškerá média byla konzultována s odborníky pohybující se na tomto trhu - jak odborníci CR (pro B2B), tak mediální (pro B2C), tj. zahraniční zastoupení CzT, cestovní kanceláře, TO i komunikační agentury.

PR články + inzerce

- Treveller, cestovatelský magazín, 20 000 ks, zásah celé Slovensko, vychází 2x ročně
- Chvilka pre Teba, magazín pro ženy, 36 000 ks, celé Slovensko, 1x týdně
- Rytmus života, společenský magazín vč. rubriky cestování, 66 000 ks, celé Slovensko, 1x týdně
- Eurotelevízia, programový týdeník - nejprestižnější na Slovensku, 125 000 ks, celé Slovensko, 1x týdně
- Dobré zprávy - vklad SME Bratislava, společenský magazín pro ženy - móda, životní styl, zdraví, cestování, min. 17 000 ks, Bratislava, 1 x týdně
- SME denník (obdoba MFD), 67 500ks, 17000 ks Bratislava, celé Slovensko, vklad Bratislava, denně
- PRAVDA denník (obdoba Práva), 60 000 ks, celé Slovensko, denně
- Cestovatel, cestovatelský magazín, 17 000 ks, celé Slovensko, 12 x ročně

Newsletters

- Elektronický newsletter základní školy včetně zakoupení databáze, 2 str. A4 (1500 ks)
- Elektronický newsletter na střední školy včetně zakoupení databáze, 2 str. A4 (700 ks)
- El. newsletter - incentivní a kongresové pobyty vč. databáze, 2 str. A4, (250ks)
- El. newsletter pro org. medical a wellness pobytů, vč. databáze, 2 str. A4, (250 ks)
- Elektronický newsletter pro farnosti včetně zakoupení databáze, 2 str. A4 (600 ks)

Vklady

Speciální leták bude vložen do vybraných titulů (leták 210x560 mm, složený na 210 x140 mm, 3 lomy, 80g/m2), 175 000 ks výroba (zpracování i tisk)

Vklad do těchto titulů – popis viz výše :



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
ŠANCE PRO VÁŠ ROZVOJ



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

- Eurotelevízia - vložení 143 000 ks
- SME Bratislava - vložení 17 000 ks
- Zbývajících počet 15 000 ks bude sloužit pro prezentace v rámci tohoto projektu

On-line reklama, banerová reklama

Pro internetovou reklamu doporučujeme jeden z největších a nejznámějších portálů na Slovensku www.turistikaonline.sk, ve formátech 980x60 a 120x120, jeden měsíc

Radio

Cílem je podpořit "Český Festival chutí a zážitků" Bratislava a okolí, 13.- 15.6.2012. Rádio reklama (1 týden á 30 spotů, vč. výroby spotu), silný zásah BA a západní část SR.

Doporučujeme rádio VIVA, seriózní rádio, hudby, zpravodajství, 30 - 60 roků, 287 000 posluchačů, celé Slovensko, Bratislava -16% posluchačů

Zajištění prezentace v Trenčíně

Cíl: Zajištění prezentace 6východních krajů ČR na veletrhu Region Tour Expo 2012

Místo: Trenčín **Termín:** 05/2012 Zajištění prezentace, 20m2 standardního stánku.

Kompletním zajištěním prezentací se myslí: zajištění pronájem výstavních prostor a příslušného vybavení nutného k zajištění průběhu prezentace (vybavení expozice – např. výstavní pulty, stůl, židle, připojení el.energie apod.), drobný catering, doprava propagačních materiálů a prezentátora na místo konání akce.

"Český Festival chutí a zážitků" Bratislava a okolí, 13.- 15.6.2012

Téma: Představení nových produktů projektu „ ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Festival chutí a zážitků“ pro slovenský trh s ochutnávkou české kuchyně

Cíle festivalu:

- Představení nových produktů projektu „ ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Český festival chutí a zážitků“ médiím a také touroperátorům, jako zajímavého cíle pro prodloužené víkendy i týdenní dovolenou
- Budování povědomí o nové turistické nabídce 6východních krajů ČR u obyvatel západního Slovenska prostřednictvím Českého festivalu chutí a zážitků

„Český Festival chutí a zážitků“ bude oficiálně pořádat 6 východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Bratislava a bude zahájen slavnostní tiskovou konferencí za účasti pozvaných médií, dále TO, CK a spolupracující partnerů.

Průběh TK – Bratislava 13.6. 2012 v dopoledních hodinách:

- oficiální zahájení – ředitelka zahraničního zastoupení CzT
- prezentace projektu, oblastí, produktů – CCRVM, případně zástupci dalších krajů a nebo vybraný TO profesionál
- prezentace jedné vhodné turistické atraktivity pro danou zemi – zde například téma: Slovácké slavnosti a víno (např. Slovácké slavnosti vína a otevřených památek, Jízdy králů, vinařské stezky, Otevřené sklepy, Svatomartinské, apod.. Pozn. Baťův Kanál se prezentoval vloni a proto jej do prezentace navrhujeme zařadit pouze okrajově - prezentace zástupce daného subjektu nebo atraktivity
- krátké představení regionálních specialit a gastrozážitků – šéfkuchař
- pozvání k diskuzi a na ochutnávku českých regionálních specialit - šéfkuchař

Průběh gastročásti:

Výběr restauračního zařízení včetně výběru menu proběhne ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a profesionálním šéfkuchařem. Dodavatel předloží po vyzvání nabídku vhodné restaurace v Bratislavě (min. kapacita cca 150 míst).

Rozpočet zahrnuje tyto aktivity:

- 3 denní (min.) gastrofestival ve vybrané restauraci s nabídkou jídel ze 6ti východních krajů ČR,
- zajištění tiskové konference (ve spolupráci s CzT Slovensko, sestavení databáze médií a TO, připravení pozvánky na tiskovou konferenci, oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi (z CzT), cca 3-4 týdny předem, připravení složky s nabídkou produktů)
- zajištění publicity „Českého Festivalu chutí a zážitků“ v daném místě – (upoutávky v letáku, který bude v oblasti vkládán do médií, upoutávky na akci v místních médiích, kameloti v ulicích zvoucí speciálním letáčkem k návštěvě, jednotné označení kamelotů)
- prezentace projektu a nabídka konkrétních produktů v místě konání (po celou dobu budou mít hosté k dispozici 8stránkový leták (výsledný formát cca A5) s nabídkou dovolené v 6ti východních krajích ČR, dále v prostoru budou umístěny vhodné prezentační POS – roletka pod.)

Časový harmonogram:

AKTIVITA	Termíny plnění
PR články + inzerce (celkem min 9 str. A4)	05-07/2012
Elektronický newsletter pro základní školy, včetně zakoupení databáze, 2 str. A4	02-03/ 2013
Elektronický newsletter pro střední školy, včetně zakoupení databáze, 2 str. A4	02-03/ 2013
Elektronický newsletter pro organizátory incentivních a kongresových pobytů (CK, CA, TO, vybrané firmy...), včetně zakoupení databáze, 2 str. A4	05/2012
Elektronický newsletter pro organizátory wellness pobytů (CK, CA, TO, spolky, vybrané firmy...), včetně zakoupení databáze, 2 str. A4	05/2012
Elektronický newsletter pro farnosti včetně zakoupení databáze, 2 str. A4	05/2012
Rádio reklama (1 týden á 30 spotů, vč. výroby spotu)	min. týden před gastrofestivalem
Leták vkládaný do vybraných titulů s ohledem na cílové skupiny (leták 210x560 mm, složený na 210 x140 mm, 3 lomy, 80g/m2), celkový počet kusů 175 000 (160 000 vklad do médií+ 15 000 pro prezentaci projektu) – zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták, který bude informovat o všech produktech pro danou zemi	05, max.1. ½ 06/2012
„Český Festival chutí a zážitků“ gastrofestival vč. tisk. Konference. Festival se bude konat na Slovensku	Bratislava 13.- 15.6. 2012
Prezentace v Trenčíně	10. - 12.5.2012
On-line reklama, internet	05 - 06. 2012

5. Aktivity marketingové komunikace - POLSKO

Zajištění nákupu ploch, časů, databází, zajištění veškerých náležitostí k tiskové konferenci vč. gastrofestivalu, kompletní zajištění press a fam tripu a veškerých dalších aktivit vyplývajících z výše uvedených požadavků.

Doba plnění: květen/červen 2012 – únor 2013
Místo plnění: Česká republika, Polsko

Cílové skupiny oslovené kampaní:

Primární cílové skupiny - B2C

Individuální návštěvníci: 20+ páry, rodiny s dětmi
30+ skupiny přátel (střední i vyšší příjmová skupina)

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: regiony, které mají dobrou dostupnost východních krajů ČR tj. Dolní Slezsko (Wroclaw), Opolsko (Opole), Slezsko (Katovice) a Malopolsko (Krakow)

Vedlejší: v omezené míře i ostatní vojvodství Polska (internetová komunikace, PR)

Sekundární cílové skupiny - B2B

Organizátoři zájezdů:

- Cestovní kanceláře (CK)
- Touroperátoři (TO)
- Incomingové agentury (IA)
- Spolky a farnosti zaměřené na církevní turistiku

Zdrojové oblasti cílových skupin - geografický zásah:

Hlavní: regiony, které mají dobrou dostupnost východních krajů ČR tj. Dolní Slezsko (Wroclaw), Opolsko (Opole), Slezsko (Katovice) a Malopolsko (Krakow)

Vedlejší: v omezené míře i ostatní vojvodství Polska (CK, TO, IA)

Vlastní komunikační mix a časový harmonogram - Mediaplán

Komplexní návrh- Polsko

Typ/médium	cílová skupina
PR články, programové nabídky, inzerce - celkem min 12 str. každý o velikosti cca A4 (1/1)	
Dziennik zachodni – Turystyka, 3x	B2C
Echo Miasta	B2C
Neckermann	B2B
Rynek turysrcny	B2C
Boutique	B2C
TTG	B2B
Rowertour (čáopis o cykloturistice)	B2C
Magazyn turystyki gorskiej (n.p.n.)	B2C
Celkem	součet ploch 12 x A4 (1/1)
Elektronický newsletter pro organizátory skup. Pobytů (CK, CA, TO, spolky), 2 str. A4 - LÉTO	
celkem 2000 adres + BONUS 48 000 ks adres odborníci CR	B2B

Elektronický newsletter pro farnosti včetně zakoupení databáze, 2 str. A4,2 str. A4	
celkem 3000 adres	B2B
Radio reklama (1 týden á 30 spotů, vč. výroby spotu)	
2 regionální rádia Katowice a okolí (25 -50 let)	B2B, B2C
BONUS: upoutávka Kina Helios - Katowice a okolí	B2C
Leták vkládaný do vybraných titulů s ohledem na cílové skupiny celkový počet kusů 175 000	
výroba (zpracování, tisk)	
Vklad: Dziennik Zachodni	B2C
„Český Festival chutí a zážitků“ gastro festival vč. tisk. konference	
KUCHYŇ	B2B
TK, propagace, produkce, POS, kameloti	B2B, B2C
propagační leták	B2C
On-line reklama, internet	
Viz níže	B2B, B2C
Fam a Press trip	
Viz níže	B2C, B2B
Elektronický newsletter pro organizátory skup. Pobytů (CK, CA, TO, spolky), 2 str. A4 - PODZIM	
celkem 2000 adres	B2B

Cena celkem bez DPH

994 550,00 Kč

Cena vč. DPH

1 193 460,00 Kč

Popis aktivit:

Veškerá média byla konzultována s odborníky pohybující se na tomto trhu - jak odborníci CR (pro B2B), tak mediální (pro B2C), tj. zahraniční zastoupení CzT, cestovní kanceláře, TO i komunikační agentury.

PR články + inzerce

- Dziennik Zachodni, deník - klasické noviny, 240 000 ks, zásah regionální: Slezsko
- Echo miasta, celostátní noviny zdarma, obdoba Metra, rubrika cestování, 135000 ks regionální: Slezsko, Malopolsko a Opolský region 2x týdně
- Rowertour, časopis pro veřejnost - zaměřeni na cykloturistiku, 7 000 ks, celé Polsko, 12/rok
- "nprn" - magazyn turistiky gorskej, časopis pro veřejnost zajímaví o turistikou a především hory (léto i zima), 12 500 ks, celé Polsko, 12/rok
- Boutique, společenský magazín pro ženy - móda, životní styl, zdraví, cestování 60 000 ks, celopolský, 12/rok
- Neckermann, katalog renomovaná CK, min. 100 000 ks, celé Polsko, 2 x rok
- TTG Polska, odborný turistický časopis, 20 000 -50 000 ks, dle aktuálního tématu čísla, celé Polsko, 11x rok
- Rynek Turystyczny, odborný turistický časopis, 6 000 ks, celé Polsko, 12/rok

Newslettery

- Elektronický newsletter pro org. skup. pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4. letní vydání, bude obesláno 2 000 TO, CA nebo spolků, celkem 2000 adres + **speciální BONUS 48 000 ks adres na odborníky v CR**
- Elektronický newsletter pro farnosti včetně zakoupení databáze, 2 str. A4,2 str. A4 celkem 3000 adres

- Elektronický newsletter pro org. skup.pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...), včetně zakoupení databází, 2 str. A4., podzimní vydání, bude obesláno 2 000 TO, CA nebo spolků.

Vklady

Speciální leták bude vložen do vybraného titulu (leták 210x560 mm, složený na 210 x140 mm, 3 lomy, 80g/m2), 175 000 ks výroba (zpracování, tisk)

Vklad bude realizován do Dziennik Zachodni 160 000 ks. Zbývajících počet 15 000 ks bude sloužit pro prezentace v rámci tohoto projektu

On-line reklama, banerová reklama

Pro internetovou reklamu doporučujeme jeden z nejznámějších portálů na cechy-latem.pl a nanarty.info, banner 750 x 150, 750 x 100, celkem 2 měsíce

Radio

- Cílem je podpořit "Český Festival chutí a zážitků" Katowice a okolí, 29. - 31.5. 2012 Radio reklama (1 týden á 30 spotů, vč. výroby spotu), silný zásah Katowice a okolí. Doporučujeme Radio Złote Przeboje, převážně hudební rádio, posluchači 25 - 55 let a Radio ROXY, posluchači 20 – 40 let.
- **Jako BONUS** k tomuto rádiu získáváme také reklamu v **síti Kin Helax**, síť kin (celkem 145 kinosálů, 8 300 000 os. v r. 2011), prezentace projektu: Slezsko - 3 kina.

"Český Festival chutí a zážitků" Katowice a okolí, 29. - 31.5. 2012 kralizace akce bude založen:

Téma: Představení nových produktů projektu „ ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Festival chutí a zážitků“ pro polský trh s ochutnávkou české kuchyně

Cíle festivalu:

- a) Představení nových produktů projektu „ ČESKO JAK JEJ NEZNÁTE - Český festival chutí a zážitků“ médiím a také touroperátorům, jako zajímavého cíle pro prodloužené víkendy i týdenní dovolenou
- b) Budování povědomí o nové turistické nabídce 6východních krajů ČR u obyvatel Slezska prostřednictvím Českého festivalu chutí a zážitků

„Český Festival chutí a zážitků“ bude oficiálně pořádat 6 východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Polsko a bude zahájen slavnostní tiskovou konferencí za účasti pozvaných médií, dále TO, CK a spolupracující partnerů.

Průběh TK - Katowice 29.5. 2012 v dopoledních hodinách:

- oficiální zahájení – ředitelka zahraničního zastoupení CzT
- prezentace projektu, oblastí, produktů – CCRVM, případně zástupci dalších krajů a nebo vybraný TO profesionál
- prezentace jedné vhodné turistické atraktivity pro danou zemi – zde například Cyklostezka Bečva, Rychlebské stezky - prezentace zástupce daného subjektu nebo atraktivity
- krátké představení regionálních specialit a gastrozážitků – šéfkuchař
- pozvání k diskuzi a na ochutnávku českých regionálních specialit - šéfkuchař
- tlumočnick dle potřeby k dispozici

Průběh gastročásti:

Výběr restauračního zařízení včetně výběru menu proběhne ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a profesionálním šéfkuchařem. Dodavatel předloží po vyzvání nabídku vhodné restaurace (min kapacita cca 150 míst) v Katovicích a nebo v okolí.

Rozpočet zahrnuje tyto aktivity:

- 3 denní (min.) gastrofestival ve vybrané restauraci s nabídkou jídel ze 6ti východních krajů ČR,
- zajištění tiskové konference (ve spolupráci s CzT Polsko sestavení databáze médií a TO, připravení pozvánky na tiskovou konferenci, oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi, cca 3-4 týdny předem, připravení složky s nabídkou produktů)
- zajištění publicity „Českého Festivalu chutí a zážitků“ v daném místě – (upoutávky v letáku, který bude v oblasti vkládán do médií, upoutávky na akci v místních médiích, kameloti v ulicích zvoucí speciálním letáčkem k návštěvě)
- prezentace projektu a nabídka konkrétních produktů v místě konání (po celou dobu budou mít hosté k dispozici 8stránkový leták cca A5 výsledného formátu s nabídkou dovolené v 6ti východních krajích ČR, dále v prostoru budou umístěny vhodné prezentační POS – roletka pod.)

Fam a Press trip

Pro vybraná média a TO, CK a IA (8 -12 osob) bude uspořádán ve spolupráci se zahraničním zastoupením CzechTourism 3denní Fam a Press trip „ČESKO jak je neznáte! Festival chutí a zážitků“ pokrývající nejnvýznamnější nabídky tohoto projektu v oblasti církevní turistiky pro polský trh.

Téma tripu: Velehrad – 1150 let od příchodu sv. Cyrila a Metoděje, spolupatronů Evropy na Moravu

Téma také bude navazovat na církevní produkty pro polský trh: Za odkazy Jana Pavla II na Moravě - Na Velehrad a do Olomouce a Poutní cesty na Moravě

Cílové skupiny: farní spolky organizující zájezdy, TO a média

Termín: 8-9 měsíc 2012

Trip bude pořádán ve spolupráci 6ti východních krajů ČR (CCR VM) a CzT Polsko:

- sestavení databáze TO a médií - výběr a kontaktování nevhodnějších zájemců
- programu trip bude konzultován se zadavatelem i CzT
- oficiální elektronické rozeslání pozvánky na sestavenou databázi (CzT)

Počet osob: 8-12

Zajištění: Kompletním zajištěním press a fam tripu se myslí - zajištění dopravy účastníků do ČR a zpět, doprava v ČR, ubytování, stravování, vstupy do zařízení, grafická příprava manuálu a jeho tisk, oslovení potenciálních účastníků akce – nábor účastníků na akci, průvodce a tlumočení během celé doby akce, zajištění kulturních aktivit podle programu akce, pronájem prostor.

Časový harmonogram:

AKTIVITA	Termíny plnění
PR články nebo programové nabídky, (variantně doplněné inzercí) - celkem o součtu min 12 str. A4	05-09 2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky, ...) včetně zakoupení databáze 2 str. A4. Vydání jaro	05/2012
Elektronický newsletter pro farnosti včetně zakoupení databáze, 2 str. A4	05/2012
Radio reklama (1 týden á 30 spotů + 2 rádia, vč. výroby spotu) Kinoreklama	Min 10 dnů před gastrofestivalem
Leták vkládaný do vybraných titulů s ohledem na cílové skupiny (leták 210x560 mm, složený na 210 x140 mm, 3 lomy, 80g/m2), celkový	05, max. 1.½ 06/2012

počet kusů 175 000 (160 000 vklad do médií+ 15 000 pro prezentaci projektu) – zadavatel dodá hotové produktové listy, ze kterých zhotovitel letáku vyrobí jeden produktový leták, který bude informovat o všech produktech pro danou zemi	
„Český Festival chutí a zážitků“ gastro festival vč. tisk. konference	Katowice 29.-31.5. 2012
On-line reklama, internet	06 – 08/2012
Press a fam trip	08 -09/2012
Elektronický newsletter pro organizátory skupinových pobytů (CK, CA, TO, spolky,...) 2 str.A4. Vydání podzim	09/2012

Příloha č. 2 – Cena dle dílčích plnění

Druh kampaně	Cena bez DPH	Cena vč. DPH	Cena celkem vč. DPH
Aktivity marketingové komunikace Itálie	877 850,00 Kč	1 053 420,00 Kč	1 053 420,00 Kč
Aktivity marketingové komunikace Německo	834 055,00 Kč	1 000 866,00 Kč	1 000 866,00 Kč
Aktivity marketingové komunikace Rakousko	810 250,00 Kč	972 300,00 Kč	972 300,00 Kč
Aktivity marketingové komunikace Slovensko	1 080 230,00 Kč	1 296 276,00 Kč	1 296 276,00 Kč
Aktivity marketingové komunikace Polsko	994 550,00 Kč	1 193 460,00 Kč	1 193 460,00 Kč