



JIHOMORAVSKÝ KRAJ

Krajský úřad Jihomoravského kraje

Odbor kancelář hejtmána

Žerotínovo nám. 3, 601 82 Brno

Zadávací dokumentace na veřejnou zakázku malého rozsahu na služby „Uzavření rámcové smlouvy na full-servisovou agenturu pro realizaci kampaní a dalších marketingových aktivit Jihomoravského kraje“

Zadávaná mimo režim zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“)

Obsah:

Část I. Podmínky zadávacího řízení

Část II. Obchodní podmínky

ČÁST I. – PODMÍNKY ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ

Zadávací dokumentace je zpracována jako podklad pro podání nabídek účastníků v rámci zadávacího řízení na veřejnou zakázku malého rozsahu zadávanou v souladu s ustanovením § 31 Zákona mimo zadávací řízení podle Zákona. Zadavatel je povinen dodržet zásady podle ustanovení § 6 Zákona.

Podáním nabídky v zadávacím řízení přijímá účastník plně a bez výhrad zadávací podmínky obsažené v této zadávací dokumentaci, včetně všech příloh a případných dodatků k této zadávací dokumentaci. Předpokládá se, že účastník před podáním nabídky pečlivě prostuduje všechny pokyny, podmínky, termíny a specifikace obsažené v zadávacích podmínkách a bude se jimi řídit.

V případě, že zadávací podmínky obsahují odkazy na specifická označení výrobků a služeb, která platí pro určitého podnikatele (osobu) za příznačná, umožňuje zadavatel použití i jiných, kvalitativně a technicky podobných řešení, která však bezvýhradně a prokazatelně naplní zadavatelem zamýšlený účel realizace této zakázky.

Na vypracování této zadávací dokumentace se jako externí konzultanti podílela agentura D O R L A N D, spol. s r.o., sídlem Praha 3 – Žižkov, Rokycanova 794/31, PSČ 130 00, IČO: 41694155, a Ing. Jiří Imrýšek, sídlem Brod nad Dyjí 220, 691 81, IČO: 18553630.

OBSAH:

1. Identifikační údaje zadavatele	4
2. Právní režim zadávacího řízení	4
3. Vymezení předmětu veřejné zakázky	4
4. Klasifikace CPV	5
5. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky	5
6. Doba plnění veřejné zakázky	6
7. Místo plnění veřejné zakázky	6
8. Požadavky zadavatele na kvalifikaci	6
9. Obchodní podmínky	11
10. Požadavky na způsob zpracování nabídkové ceny	11
11. Požadavky na varianty nabídek	11
12. Kreativní modelová zadání – „Brief“	12
13. Hodnocení	13
14. Podmínky a požadavky na zpracování a podání nabídky	18
15. Vysvětlení zadávací dokumentace	19
16. Lhůta a místo pro podání nabídek	19
17. Uzavření smlouvy	20
18. Závěrečná ustanovení	20

1. Identifikační údaje zadavatele

Název: **Jihomoravský kraj**
Sídlo: Žerotínovo nám. 3, Brno, PSČ 601 82
Zastoupený: Mgr. Petrou Kovářovou, vedoucí odboru kancelář hejtmana Krajského úřadu Jihomoravského kraje
IČO: 70888337
DIČ: CZ70888337
Kontaktní osoba: Mgr. Eva Kurucová, marketingová pracovnice oddělení tiskového odboru kancelář hejtmana Krajského úřadu Jihomoravského kraje
Telefon: 541 658 909
E-mail: kurucova.eva@kr-jihomoravsky.cz

(dále rovněž „***zadavatel***“)

2. Právní režim zadávacího řízení

Zadavatel výslovně upozorňuje, že veřejná zakázka je zadávaná mimo režim Zákona, avšak za současného dodržení všech zásad dle § 6 Zákona.

3. Vymezení předmětu veřejné zakázky

Druh veřejné zakázky: veřejná zakázka na služby

Předmětem veřejné zakázky je zajištění služeb při realizaci kreativních a mediálních strategií v rámci marketingových aktivit zadavatele. Jedná se o průběžné poskytování služeb v rámci marketingových a komunikačních činností zadavatele, a to zejména v následujících oblastech:

3.1 Online marketing

Kompletní realizace digitálních a on-line kampaní na základě navržených mediaplánů, včetně nákupu mediálního prostoru. Předpokládá se zejména zapojení sociálních sítí (Facebook, Instagram) dle navržených konceptů a cílových skupin.

3.2 Realizace fotoprodukce

Kompletní zajištění fotoprodukce v souladu s Manuálem jednotného vizuálního stylu JMK. Zajištění fotografií, včetně autorských práv, pro kampaně realizované Jihomoravským krajem. Jedná se především o zachycení exteriérů, interiérů, lidí, míst konání akcí a úpravy dle konceptů navrhovaných kampaní.

3.3 Realizace videoprodukce

Kompletní zajištění realizace videí a obdobných výstupů dle navrženého scénáře dle požadavků zadavatele v rámci kampaní realizovaných Jihomoravským krajem, včetně postprodukčních prací.

3.4 Realizace eventů

Spolupráce při kreativní tvorbě, přípravě a produkčním zajištění veřejných eventů zadavatele. Spolupráce na podpůrných marketingových aktivitách tak, aby bylo dosaženo jak jednotlivých cílů definovaných zadavatelem, tak posílení image značky Jihomoravského kraje. Půjde o produkční

zajištění programu eventů k předem definovaným tématům zadavatele, včetně konzultace cílů a identifikace cílových skupin, stanovení rozpočtu a časového harmonogramu. Dodavatel poskytne zadavateli komplexní zajištění služeb v souvislosti s tvorbou eventu.

3.5 Tiskařské služby

Předmětem plnění je poskytování tiskařských služeb na základě dílčích objednávek dle rámcové smlouvy podle požadavků specifikovaných zadavatelem v rámci kampaní a dalších marketingových aktivit.

Zadavatel předpokládá jako možnou realizaci aktivit spojených např. s 20. výročím vytvoření krajů, propagací odborného školství, zaváděním principu participace a propagací dalších témat na základě dílčích objednávek. Zadavatel si výslovně vyhrazuje možnost nerealizovat všechny zmíněné aktivity či realizovat aktivity odlišné.

Součástí plnění zejména v rámci všech výše uvedených bodů je dále povinnost spolupráce dodavatele s dalšími dodavateli zadavatele při realizaci dílčích plnění, která nejsou předmětem této veřejné zakázky (např. komplexní grafické služby apod.), a to v souladu s požadavky zadavatele ve smyslu úspěšného naplnění cílů této veřejné zakázky.

4. Klasifikace CPV

Klasifikace předmětu plnění veřejné zakázky odpovídá položce:

- CPV 79340000-9: Reklamní a marketingové služby
- CPV 79822500-7: Služby v oblasti grafického designu
- CPV 92110000-5: Výroba filmů a videa a související služby
- CPV 79800000-2: Tiskařské a související služby
- CPV 79960000-1: Fotografické a doplňkové služby
- CPV 79551000-1: Psaní textů

5. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky

Zadavatel stanovil předpokládanou hodnotu této veřejné zakázky na částku v celkové výši **1.800.000,- Kč bez DPH**, přičemž tato předpokládaná hodnota zahrnuje hodnotu všech plnění na služby požadované zadavatelem (tedy včetně případných tzv. externích nákladů dodavatele a včetně ceny autorských práv).

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky jako nejvýše možná celková cena plnění realizovaného na základě rámcové smlouvy je limitní. Celková cena plnění dle rámcové smlouvy uzavřené za účelem plnění veřejné zakázky nepřekročí uvedenou předpokládanou hodnotu.

6. Doba plnění veřejné zakázky

Rámcová smlouva za účelem plnění veřejné zakázky bude s vybraným dodavatelem uzavřena bez zbytečného odkladu po rozhodnutí zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky. Rámcová smlouva bude uzavřena na dobu určitou do 31.12.2020 nebo do vyčerpání maximální částky za plnění uvedené v rámcové smlouvě.

7. Místo plnění veřejné zakázky

7.1 Místo plnění veřejné zakázky

Místem plnění je sídlo zadavatele a dále jakékoliv místo výslovně určené zadavatelem, a to v rámci České republiky, nebo jakékoliv jiné místo určené v souladu s rámcovou smlouvou uzavřenou za účelem plnění předmětu veřejné zakázky, či stanovené v dílčí objednávce vystavené na základě rámcové smlouvy.

7.2 Prohlídka místa plnění

S ohledem na charakter veřejné zakázky nebude zadavatel organizovat prohlídku místa plnění.

8. Požadavky zadavatele na kvalifikaci

Prokázání splnění kvalifikace je předpokladem účasti dodavatele v zadávacím řízení. Kvalifikaci splní dodavatel, který splnění níže uvedených požadovaných kvalifikačních požadavků (předpokladů) prokáže tím, že předloží:

8.1 Čestné prohlášení podepsané oprávněnou osobou dodavatele, z něhož bude vyplývat následující:

- dodavatel nebyl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením zadávacího řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 Zákona, nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele; k zahlazeným odsouzením se nepřihlíží;

je-li dodavatelem právnická osoba, splňuje tento předpoklad tato právnická osoba a zároveň její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu; je-li členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, splňuje tento předpoklad tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu ve statutárním orgánu dodavatele;

účastní-li se zadávacího řízení pobočka závodu zahraniční právnické osoby, splňuje tento předpoklad tato právnická osoba a vedoucí pobočky závodu; účastní-li se zadávacího řízení pobočka závodu české právnické osoby, splňují tuto podmínku osoby uvedené v předchozím odstavci a vedoucí pobočky závodu;

- dodavatel nemá v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek;
- dodavatel nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění;

- dodavatel nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti;
- dodavatel není v likvidaci, nebylo proti němu vydáno rozhodnutí o úpadku, nebyla vůči němu nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu nebo není v obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

Při prokazování kvalifikace dle bodu 8.1 mohou účastníci zadávacího řízení použít nezávazný vzor čestného prohlášení, který tvoří přílohu č. 1 této zadávací dokumentace.

8.2 Prostou kopii výpisu z obchodního rejstříku, pokud je v něm dodavatel zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán, ne starší 90 dnů ke dni uplynutí lhůty pro podání nabídek.

8.3 Prostou kopii dokladu o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícímu předmětu veřejné zakázky (tj. zejména výpis ze živnostenského rejstříku, případně živnostenský list), předmětem podnikání tedy bude „Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona“.

8.4 Seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech

Seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech přede dnem podání nabídky s uvedením jejich rozsahu, zevrubného popisu a doby poskytnutí. Seznam pak bude obsahovat údaje o objednateli (název, sídlo, IČO, kontaktní osoba, u které je možno referenci ověřit), místu, termínu a rozsahu plnění (název, dle charakteru plnění počet návštěvníků, shlédnutí, nebo dalších relevantních informací, případně ukázka) a finančním objemu poskytnuté služby. Z těchto referencí bude jednoznačně vyplývat, že dodavatel v posledních 3 letech realizoval následující významné služby:

- 1) realizace minimálně dvou propagačních video spotů (reklamní spoty, image videa, nikoliv však dokumentační záznamy) nebo video showreel, která byla publikována na sociálních sítích nebo v televizi;
- 2) realizace minimálně dvou fotoprodukcí v klíčových vizuálech dle konkrétního tématu zadání, včetně ošetření autorských práv;
- 3) realizace minimálně dvou digitálních či on-line kampaní s využitím sociálních sítí (Facebook, Instagram apod.) a současně dalších on-line kanálů v minimální hodnotě 50.000,-Kč (slovy padesát tisíc korun českých) bez DPH celkově za jednu realizovanou kampaň;
- 4) realizace minimálně dvou eventů v minimální hodnotě 50.000,-Kč (slovy padesát tisíc korun českých) bez DPH celkově za jeden event a
- 5) realizace nákupu médií na základě mediaplánu (v tradičních i netradičních médiích) v minimální hodnotě 50.000,-Kč (slovy padesát tisíc korun českých) bez DPH.

Pro posouzení rozhodného období poskytnutí významné služby je podstatný termín dokončení služby. V případě, že termín dokončení nebude spadat do období 3 let přede dnem podání nabídky, má se za to, že služba nebyla poskytnuta v rozhodném období.

Zadavatel je v případě nejasností oprávněn vyžádat si případné další doklady, ze kterých bude vyplývat splnění požadavků stanovených touto zadávací dokumentací.

8.5 Seznam členů realizačního týmu a osvědčení o jejich vzdělání a odborné kvalifikaci

Zadavatel požaduje, aby byly určeny osoby odpovědné za jednotlivá plnění předmětu veřejné zakázky. Zadavatel požaduje, aby dodavatel disponoval realizačním týmem složeným minimálně z následujících odborných osob splňujících minimálně následující požadavky zadavatele:

- minimálně jedna osoba na pozici „**Account manager**“, splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici „Account manager“ nebo pozici obdobné; dodavatel prokáže splnění těchto kvalifikačních předpokladů předložením:

- strukturovaného životopisu dle požadavků specifikovaných níže, z něhož bude jednoznačně vyplývat splnění výše uvedených požadavků zadavatele na praxi a zkušenosti a
- dokladu prokazujícího požadované vzdělání,

- minimálně jedna osoba na pozici „**Copywriter**“, splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, 3 roky praxe v oblasti marketingu a zkušenosti na pozici „Copywriter“, nebo pozici obdobné; dodavatel prokáže splnění těchto kvalifikačních předpokladů předložením:

- strukturovaného životopisu dle požadavků specifikovaných níže, z něhož bude jednoznačně vyplývat splnění výše uvedených požadavků zadavatele na praxi a zkušenosti a
- dokladu prokazujícího požadované vzdělání,

- minimálně jedna osoba na pozici „**Event manager**“, splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, alespoň 3 roky praxe při přípravě a realizaci tuzemských eventů, dodavatel prokáže splnění těchto kvalifikačních předpokladů předložením:

- strukturovaného životopisu dle požadavků specifikovaných níže, z něhož bude jednoznačně vyplývat splnění výše uvedených požadavků zadavatele na praxi a zkušenosti a
- dokladu prokazujícího požadované vzdělání,

- minimálně jedna osoba na pozici „**On line specialista**“, splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, alespoň 3 roky praxe při přípravě a realizaci on-line kampaní, dodavatel prokáže splnění těchto kvalifikačních předpokladů předložením:

- strukturovaného životopisu dle požadavků specifikovaných níže, z něhož bude jednoznačně vyplývat splnění výše uvedených požadavků zadavatele na praxi a zkušenosti a
- dokladu prokazujícího požadované vzdělání,

- minimálně jedna osoba na pozici „**Production manager**“, splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, alespoň 3 roky praxe v oblasti produkční činnosti zahrnující zkušenost například s organizací fotografování v exteriérech, výběrem lokací, zadáváním reklamních tisků na různé druhy nosičů a organizací videoprodukce. Dodavatel prokáže splnění těchto kvalifikačních předpokladů předložením:

- strukturovaného životopisu dle požadavků specifikovaných níže, z něhož bude jednoznačně vyplývat splnění výše uvedených požadavků zadavatele na praxi a zkušenosti a
- dokladu prokazujícího požadované vzdělání,

- minimálně jedna osoba na pozici „**DTP operátor**“ (úpravy textů a související činnosti), splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, alespoň 3 roky praxe při finální

úpravě grafických výstupů před tiskem; dodavatel prokáže splnění těchto kvalifikačních předpokladů předložením:

- strukturovaného životopisu dle požadavků specifikovaných níže, z něhož bude jednoznačně vyplývat splnění výše uvedených požadavků zadavatele na praxi a zkušenosti a
- dokladu prokazujícího požadované vzdělání.

Dodavatel prokáže splnění kvalifikačního předpokladu dle tohoto bodu předložením úplného seznamu osob odpovědných za poskytování služeb a strukturovaných profesních životopisů, z nichž bude vyplývat, že osoby podílející se na plnění předmětu veřejné zakázky splňují výše uvedené požadavky zadavatele dle vymezené úrovně tohoto kvalifikačního předpokladu. Strukturované profesní životopisy musí obsahovat informace, ze kterých bude jednoznačně vyplývat splnění veškerých požadavků zadavatele na příslušného člena týmu. Zejména bude obsaženo:

- *jméno a příjmení, kontakt,*
- *nejvyšší dosažené vzdělání (období, název a typ organizace poskytující vzdělání),*
- *pracovní zkušenosti a profesní praxe vztahující se k předmětu veřejné zakázky (období, název zaměstnavatele, dosažená pozice),*
- *informace o poměru k dodavateli (pracovněprávní/poddodavatelský),*
- *další případné dovednosti a zkušenosti ve vztahu k plnění veřejné zakázky,*
- *čestné prohlášení o pravdivosti údajů uvedených v životopise a prohlášení o souhlasu se zapojením do realizačního týmu dodavatele,*
- *ukázka referenční zakázky/odborné portfolio – popisující konkrétní zapojení, náplň a rozsah práce,*
- *datum,*
- *vlastnoruční podpis pracovníka.*

Přílohou každého životopisu budou doklady, z nichž bude vyplývat splnění požadavků zadavatele na vzdělání osob.

Zadavatel výslovně požaduje, aby se osoby uvedené dodavatelem v seznamu členů odborného týmu ve vztahu k příslušné části veřejné zakázky fakticky přímo podílely na realizaci veřejné zakázky, a to ve vztahu k požadovaným pozicím, resp. v rozsahu odpovídajícím požadovaným zkušenostem a potřebám při plnění veřejné zakázky.

Dodavatel je oprávněn změnit člena realizačního týmu, pomocí kterého prokázal část splnění kvalifikace, jen ze závažných důvodů a s předchozím písemným souhlasem zadavatele, přičemž nový člen realizačního týmu musí disponovat minimálně stejnou kvalifikací, kterou původní člen realizačního týmu prokázal; zadavatel nesmí souhlas se změnou člena realizačního týmu bez objektivních důvodů odmítnout, pokud mu budou příslušné doklady předloženy.

8.6 Další požadavky na dodavatele ve vztahu k realizaci plnění

Realizace této veřejné zakázky bude vyžadovat dle charakteru plnění obsazení pozic, jejichž výstupem je zadavatelem cenově hodnocená (hodinová sazba) fotoprodukce, videoprodukce (tedy zejména pozice fotograf, kameraman, střihač, postprodukce). Zadavatel předpokládá, že při realizaci zakázky mohou být obsazeny i další pozice, například pozice realizátorů eventu, které není možno

v zadávacích podmínkách blíže specifikovat, a tedy požadovat jejich nacenění, neboť budou vyplývat až z návrhu dodavatele. Tyto pozice mohou být obsazeny poddodavatelsky kvalifikovanou osobou.

Předpokládá se, že plnění bude zahrnovat také náklady na tisk požadovaných formátů a dalších nákladů vyplývajících z dílčího předmětu plnění, dle charakteru dodavatelem navrženého plnění. Pro účely hodnocení nabídek zadavatel stanovil v tabulce pro stanovení nabídkové ceny (příloha č. 2 zadávací dokumentace) modelové formáty včetně modelových počtů tištěných kusů, přičemž výslovně upozorňuje, že formáty, stejně jako počty kusů, se mohou dle dílčích objednávek odlišovat od tohoto zadání.

Zadavatel výslovně upozorňuje, že v případě, že poměr pracovníka k dodavateli nebude pracovní právní nebo na základě dohody vykonávané mimo pracovní poměr, jedná se o poddodavatele.

8.7 Prokázání části kvalifikace prostřednictvím jiných osob

Pokud není dodavatel schopen prokázat splnění určité části kvalifikace požadované zadavatelem podle bodu 8.4 a 8.5 této zadávací dokumentace v plném rozsahu, je oprávněn splnění takové kvalifikace v chybějícím rozsahu prokázat prostřednictvím subdodavatele. Dodavatel je v takovém případě povinen zadavateli předložit:

- čestné prohlášení poddodavatele, kterým poddodavatel prokáže splnění základní způsobilosti podle bodu 8.1 této zadávací dokumentace a profesní způsobilosti podle bodu 8.2 a 8.3 této zadávací dokumentace poddodavatelem,
- smlouvu uzavřenou s poddodavatelem, z níž vyplývá závazek poddodavatele k poskytnutí plnění určeného k plnění veřejné zakázky dodavatelem či k poskytnutí věcí či práv, s nimiž bude dodavatel oprávněn disponovat v rámci plnění veřejné zakázky, a to alespoň v rozsahu, v jakém poddodavatel prokázal splnění kvalifikace podle bodu 8.4 či 8.5 této zadávací dokumentace.

8.8 Prokázání kvalifikace v případě podání společné nabídky více dodavateli

Má-li být předmět veřejné zakázky plněn několika dodavateli společně a za tímto účelem podávají či hodlají podat společnou nabídku, je každý z dodavatelů povinen prokázat prostřednictvím dokumentů a čestných prohlášení splnění základní způsobilosti podle bodu 8.1 této zadávací dokumentace a profesní způsobilosti podle bodu 8.2 a 8.3 této zadávací dokumentace v plném rozsahu. Splnění předpokladů dle bodu 8.4 a 8.5 této zadávací dokumentace musí prokázat všichni dodavatelé společně.

V případě, že má být předmět veřejné zakázky plněn společně několika dodavateli, jsou zadavateli povinni předložit současně s doklady prokazujícími splnění kvalifikačních předpokladů smlouvu, ve které je obsažen závazek, že všichni tito dodavatelé budou vůči veřejnému zadavateli a třetím osobám z jakýchkoliv právních vztahů vzniklých v souvislosti s veřejnou zakázkou zavázáni společně a nerozdílně, a to po celou dobu plnění veřejné zakázky i po dobu trvání jiných závazků vyplývajících ze zakázky. Doklady prokazující splnění kvalifikace, které jsou v jiném než českém nebo slovenském jazyce, musí být předloženy.

8.9 Doba prokazování splnění kvalifikace:

Dodavatel je povinen prokázat splnění kvalifikace ve lhůtě pro podání nabídky. Dodavatel je povinen splňovat kvalifikační kritéria po celou dobu zadávacího řízení.

8.10 Způsob prokazování splnění kvalifikace:

Doklady k prokázání kvalifikace se předkládají v prosté kopii.

Zadavatel je oprávněn vyžádat si předložení originálů dokumentů prokazujících splnění kvalifikačních kritérií.

9. Obchodní podmínky

9.1 Návrh smlouvy není povinnou součástí nabídky účastníka, vyjma vyplněné přílohy č. 1 a 2 obchodních podmínek. Součástí nabídky účastníka je pouze **prohlášení, že účastník akceptuje obchodní a veškeré další podmínky plnění veřejné zakázky a že v případě, že bude vybrán k uzavření smlouvy na veřejnou zakázku, jimi bude vázán**. Toto prohlášení je součástí formuláře nabídky, jehož vzor tvoří přílohu této zadávací dokumentace. Návrh smlouvy předkládá až vybraný dodavatel v rámci součinnosti před podpisem smlouvy.

9.2 Dodavatel je oprávněn zajišťovat plnění předmětu veřejné zakázky prostřednictvím poddodavatele, pokud toto není vyloučeno zadávací dokumentací či smlouvou. Dodavatel je oprávněn změnit poddodavatele, pomocí kterého prokázal část splnění kvalifikace, jen ze závažných důvodů a s předchozím písemným souhlasem zadavatele, přičemž nový poddodavatel musí disponovat minimálně stejnou kvalifikací, kterou původní poddodavatel prokázal za dodavatele; zadavatel nesmí souhlas se změnou poddodavatele bez objektivních důvodů odmítnout, pokud mu budou příslušné doklady předloženy.

10. Požadavky na způsob zpracování nabídkové ceny

10.1 Dodavatel je povinen ocenit všechny položky uvedené v Tabulce pro stanovení nabídkové ceny (Příloha č. 2 této zadávací dokumentace), která bude následně tvořit Přílohu č. 1 rámcové smlouvy. Dodavatel je povinen uvést nabídkovou cenu v Kč bez DPH, částku DPH, částku včetně DPH. Jednotlivé číselné údaje je dodavatel povinen stanovit, příp. zaokrouhlit na dvě desetinná místa. Dodavatel není oprávněn předložit nulové položky [vyjma položky „Externí služby (marže)“] a je povinen stanovit nabídkové ceny tak, aby se nejednalo o nabídkové ceny mimořádně nízké.

10.2 Jednotkové ceny uvedené dodavatelem v tabulce jednotkových cen (Příloha č. 2 této zadávací dokumentace a následně Příloha č. 1 rámcové smlouvy) budou pro dodavatele závazné jako nejvýše přípustné ceny v případě daného v tabulce oceněného plnění po celou dobu trvání rámcové smlouvy a pro každou jednotlivou objednávku zaslanou na základě rámcové smlouvy.

10.3 Nabídkovou cenu je možné překročit výlučně v souvislosti se změnou daňových předpisů týkajících se DPH, a to nejvýše o částku odpovídající této legislativní změně.

11. Požadavky na varianty nabídek

11.1 Zadavatel připouští možnost předložit max. 2 varianty řešení definované v bodě 12 této zadávací dokumentace (tedy nejvýše 2 varianty řešení definované v bodě 12.1 a nejvýše 2 varianty řešení definované v bodě 12.2). Každé takové řešení musí být plnohodnotným návrhem, tedy musí splňovat veškeré požadavky definované v zadání (bod 12 této zadávací komunikace) a následně bude také kompletně zadavatelem hodnoceno jako samostatná nabídka.

11.2 Jednotlivé varianty nabídek dle bodu 11.1 musí být od sebe jednoznačně odlišeny.

11.3 Zadavatel nepřipouští podání jiných variant nabídek než těch, které jsou výslovně umožněny dle bodu 11.1.

12. Kreativní modelová zadání – „Brief“

Zadavatel požaduje, aby každý dodavatel ve své nabídce předložil zpracování níže uvedených zadání s tím, že toto zpracování je předmětem hodnocení v rámci dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti s váhou 40 %. Zadavatel současně upozorňuje, že se jedná pouze o modelové zadání, přičemž realizace nemusí být na základě rámcové smlouvy uskutečněna.

Záměrem zadavatele je realizovat kampaně a další marketingové aktivity odrážející specifika identity a značky Jihomoravského kraje. Zadavatel tedy očekává navržení řešení modelových zadání, která budou zohledňovat identitu zadavatele, jež je popsána v Příloze č. 3 této zadávací dokumentace v Manuálu jednotného vizuálního stylu JMK.

12.1 Kampaň JMK je dobrý správce

Strategický a kreativní koncept kampaně „JMK je dobrý správce“ je Přílohou č. 4 této zadávací dokumentace. Základním cílem kampaně je zvýšit povědomí a informovanost o tom, co kraj představuje a co dělá pro své občany. Cílovou skupinou jsou primárně rezidenti Jihomoravského kraje.

Dodavatel navrhne:

- postup a rozvržení práce v rámci konceptu navrhované kampaně „JMK je dobrý správce“
- časový harmonogram produkce a položkový rozpočet do maximální výše 400.000,-Kč bez DPH
- nákup mediálního prostoru pro realizaci této kampaně do maximální výše 200.000,- Kč bez DPH, požadujeme mix tradičních a netradičních médií.

12. 2 Event v rámci výročí 20 let Jihomoravského kraje

Zadání je volné, omezeno pouze tématem „výročí 20 let Jihomoravského kraje“ a celkovým rozpočtem (400.000,- Kč bez DPH). Zadavatel nechává prostor pro kreativní vyjádření dodavatele. Volba termínu, místa konání a dalších bližších specifikací se nechává na dodavateli v rámci zpracování jeho návrhu tohoto eventu.

Dodavatel navrhne:

- scénář eventu „výročí 20 let Jihomoravského kraje“
- propagaci eventu
- časový harmonogram produkce
- položkový rozpočet do maximální výše 400.000,- Kč bez DPH

Základním cílem eventu je zvýšit povědomí o aktivitách, které kraj dělá pro své občany. Cílovou skupinou jsou primárně rezidenti Jihomoravského kraje. Záměrem je docílit co největšího virálního dopadu pro občany Jihomoravského kraje.

12.3 Osobní prezentace

Dodavatel ve své nabídce předloží prezentaci na elektronickém nosiči (v běžně užívaných formátech). Hodnotící komise vyzve ty dodavatele, kteří splnili podmínky účasti v zadávacím řízení, k osobní prezentaci svých nabídek před hodnotící komisí, prezentace se budou konat v sídle zadavatele. Datum a čas prezentace bude stanoven dle pořadí podání nabídek. Termín prezentace stanoví zadavatel, tento termín bude účastníkům oznámen minimálně 3 pracovní dny před konáním prezentace. Členové hodnotící komise posoudí prezentaci nabídek dodavatelů na základě jednotlivých osobních prezentací v délce trvání max. 30 minut (na každou variantní nabídku), z toho 15 minut bude vyhrazeno na vlastní prezentaci řešení a 15 minut na případné dotazy k těmto řešením. Dodavatel zvolí obsah své prezentace libovolně dle svého uvážení. Prezentace musí plně vycházet ze skutečností předložených dodavatelem v samotné nabídce. Zadavatel si dále klade podmínku, že předloženou nabídku odprezentují osoby uvedené dodavatelem v nabídce jako členové realizačního týmu, minimálně ve dvoučlenném složení za přítomnosti osoby uvedené v nabídce na pozici „Account manager“.

13. Hodnocení

Nabídky budou hodnoceny na základě kritéria ekonomické výhodnosti nabídky, a to dle následujících dílčích kritérií:

<u>Dílčí kritérium</u>		<u>Váha v %</u>
1. Nabídková cena		60 %
2. Kreativita a organizační schopnosti		40 %

13.1 Dílčí kritérium Nabídková cena

Za účelem hodnocení nabídek v rámci dílčího kritéria „Nabídková cena“ zpracuje dodavatel nabídkovou cenu do podrobností specifikovaných v tabulce v Příloze č. 2 této zadávací dokumentace. Dílčí kritérium nabídková cena bude hodnoceno dle následujících subkritérií:

<u>Název subkritéria</u>	<u>Váha v %</u>
1. Jednotkové ceny za služby agentury – vedení a správa zakázky	20 %
2. Jednotkové ceny za služby agentury – kreativita a on-line práce	20 %
3. Jednotkové ceny za služby agentury – produkční zajištění	40 %
4. Externí služby (marže).....	10%
5. Modelové tiskařské služby.....	10%

V každém hodnoticím subkritériu bude výsledný počet bodů zaokrouhlen aritmetickým průměrem na dvě desetinná místa.

13.1.1 Jednotkové ceny za služby agentury – strategická podpora, vedení a správa zakázky

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší cenou za hodinu práce bez DPH příslušné pozice uvedenou v řádku „Nabídková cena za služby – vedení a správa zakázky“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha subkritéria (tj. 0,2)

nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH

13.1.2 Jednotkové ceny za služby agentury – kreativa a on-line práce

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší průměrnou cenou za hodinu práce bez DPH příslušných pozic uvedenou v řádku „Průměrná nabídková cena za služby – kreativa a on-line práce“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha subkritéria (tj. 0,2)

nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH

13.1.3 Jednotkové ceny za služby agentury – produkční zajištění

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší průměrnou cenou za hodinu práce bez DPH příslušných pozic uvedenou v řádku „Průměrná nabídková cena za služby – produkční zajištění“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha subkritéria (tj. 0,4)

nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH

13.1.4 Externí služby (marže)

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší marží na externí služby uvedená v řádku „Externí služby – marže“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší marže v %

Počet bodů ¹ = ----- x 100 x váha subkritéria (tj. 0,1)

nabídková marže hodnocené nabídky v %

Zadavatel si vyhrazuje právo nahlížet do faktur s externími dodavateli za účelem ověření naplnění tohoto hodnoticího kritéria dodavatelem v průběhu realizace této veřejné zakázky.

¹ V případě, že bude navrhovaná nabídková marže u některého z dodavatelů 0, bude z matematických důvodů upraven výše uvedený výpočet tak, že v čitateli i jmenovateli bude přičteno číslo 1. Výpočet by tedy vypadal následovně:

nejnižší marže v % + 1

Počet bodů = ----- x 100 x váha subkritéria (tj. 0,1)

nabídková marže hodnocené nabídky v % + 1

13.1.5 Modelové tiskařské služby

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší průměrnou cenou bez DPH uvedenou v řádku „Průměrná nabídková cena celkem za modelové tiskařské služby“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH}}{\text{nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH}} \times 100 \times \text{váha subkritéria (tj. 0,1)}$$

13.1.6 Vyhodnocení dílčího hodnoticího kritéria Nabídková cena

U každé nabídky budou sečteny body, které daná nabídka získala v rámci subkritérií dílčího hodnoticího kritéria Nabídková cena podle bodů 13.1.1 až 13.1.5 hodnoticího kritéria Nabídková cena. Po provedeném součtu získá nabídka, které byl v rámci dílčího hodnoticího kritéria Nabídková cena přiřazen největší počet bodů, jako nejvhodnější nabídka, sto bodů. Dalším nabídkám bude přiřazena bodová hodnota, která bude vypočtena jako násobek 100 a poměru bodů, které získala v součtu hodnocená nabídka, k bodům, které získala nabídka nejvýhodnější.

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{počet bodů hodnocené nabídky}}{\text{počet bodů nejlépe hodnocené nabídky}} \times 100$$

Následně bude počet bodů dosažený každým dodavatelem přepočten váhou dílčího hodnoticího kritéria Nabídková cena, tj. 0,6. Výsledné číslo bude aritmeticky zaokrouhleno na dvě desetinná místa.

13.2 Dílčí kritérium Kreativita a organizační schopnosti

13.2.1 Subkritéria

Dílčí hodnoticí kritérium Kreativita a organizační schopnosti je rozděleno na jednotlivá subkritéria. Vzhledem ke skutečnosti, že výše uvedené dílčí kritérium nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnoticí komise v každém subkritériu pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné vč. podrobného slovního hodnocení míry naplnění v rámci jednotlivých subkritérií na základě níže popsané bodovací stupnice, která představuje způsob hodnocení jednotlivých následujících subkritérií:

<u>Název subkritéria</u>	<u>Váha %</u>
1. Kvalita návrhu realizace kampaně JMK je dobrý správce	50 %
2. Kvalita návrhu a realizace eventu 20 let kraje	40 %
3. Osobní prezentace	10 %

V rámci tohoto dílčího kritéria a jednotlivých subkritérií bude nabídka hodnocena ve vztahu k zadavatelem vymezeným komunikačním cílům, cílovým skupinám a požadovaným výsledkům kampaně. Nejlépe v rámci jednotlivého subkritéria bude hodnocena nabídka, která v největším

rozsahu naplní požadavky a cíle stanovené zadavatelem v této zadávací dokumentaci, a to z hledisek popsanych dále v rámci jednotlivých subkritérií:

13.2.2 Kvalita návrhu realizace kampaně JMK je dobrý správce (50 %)

Návrh by měl splňovat následující požadavky, které budou předmětem hodnocení:

- dostatečně komunikuje značku, nový vizuální styl a hodnoty Jihomoravského kraje
- je nejvíce v souladu se stanovenými cíli navrženými v konceptu
- rozvrh práce (včetně rozvržení konkrétního počtu hodin připadajícího na jednotlivé realizační pozice) a harmonogram dostatečně reflektují organizační činnosti
- položkový rozpočet je zpracován v přehledné a dostatečně podrobné formě
- podklady pro řízení realizačních prací dostatečně počítají s kontrolou stanovených úkolů
- média jsou vhodně navržena (tradiční i netradiční) s ohledem na cílové skupiny
- obsahuje návrh vhodné metody, jak bude hodnocen dopad a efektivita kampaně
- představuje možnosti, jakým způsobem se může navržený koncept dál rozvíjet (časový přesah kampaně)

13.2.3 Kvalita návrhu a realizace eventu 20 let Jihomoravského kraje (40 %)

Návrh by měl splňovat následující požadavky, které budou předmětem hodnocení:

- dostatečně komunikuje značku, nový vizuální styl a hodnoty Jihomoravského kraje
- nejlépe vystihuje stanovené téma
- rozvrh práce (včetně rozvržení konkrétního počtu hodin připadajícího na jednotlivé realizační pozice) a harmonogram dostatečně odrážejí organizační schopnosti dodavatele
- scénář akce a položkový rozpočet je zpracován v přehledné a dostatečně podrobné formě
- podklady pro řízení realizačních prací dostatečně počítají s kontrolou stanovených úkolů
- je dostatečně atraktivní pro potenciálního návštěvníka a informuje o aktivitách, které kraj pro své občany dělá
- stylem odpovídá stanoveným cílovým skupinám

13.2.4 Osobní prezentace (10 %)

V rámci hodnocení osobní prezentace bude zadavatel posuzovat následující kritéria:

- styl, struktura a celková úroveň a vyznění prezentace
- schopnost jasně a srozumitelně představit řešení navrhovaná v bodu 12 této zadávací dokumentace
- schopnost reagovat a argumentovat na doplňující dotazy zadavatele.

13.3 Bodové hodnocení v rámci dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti

Hodnocení nabídek v rámci subkritérií dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti bude provedeno následujícím způsobem:

Pro hodnocení kritérií, která nelze vyjádřit číselně, bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce bude přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci každého jednotlivého subkritéria dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti. Hodnotící komise sestaví pořadí nabídek v každém subkritériu od nejvhodnější k nejméně vhodné a přiřadí každé nabídce takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění subkritéria ve vztahu k požadavkům a preferencím zadavatele.

Na základě míry naplnění jednotlivých subkritérií tohoto dílčího hodnoticího kritéria zadavatel, resp. jím jmenovaná hodnotící komise, přiřadí jednotlivým nabídkám v každém subkritériu příslušný počet bodů, a to následujícím způsobem:

Bodová hodnota odrážející úspěšnost předmětné nabídky v rámci subkritéria (zdůvodnění přidělení počtu bodů):

„Nejvyšší“

100 bodů: Zadavatel nemá k nabízenému plnění připomínky z hlediska naplnění preferencí zadavatele, nabídka naplňuje ve vztahu k požadavkům a preferencím zadavatele sledované parametry zcela.

„Vysoká“

99 až 75 bodů: Zadavatel nemá k nabízenému plnění připomínky z hlediska naplnění preferencí zadavatele, nabídka naplňuje ve vztahu k požadavkům a preferencím zadavatele sledované parametry částečně.

„Nadprůměrná“

74 až 50 bodů: Zadavatel má k nabízenému plnění drobné připomínky z hlediska naplnění preferencí zadavatele a nabídka naplňuje sledované parametry částečně ve vztahu k požadavkům a preferencím zadavatele.

„Průměrná“

49 až 25 bodů: Zadavatel má k nabízenému plnění podstatné připomínky z hlediska naplnění preferencí zadavatele a nabídka naplňuje sledované parametry pouze omezeně ve vztahu k požadavkům a preferencím zadavatele.

„Podprůměrná“

24 až 0 bodů: Zadavatel má k nabízenému plnění velké množství zásadních připomínek z hlediska naplnění preferencí zadavatele a nabídka nevyhovuje sledovaným parametry ve vztahu k požadavkům a preferencím zadavatele.

Vyhodnocení subkritérií dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti

Získané body každé nabídky v rámci každého subkritéria (tj. každé ze subkritérií uvedených v bodě 13.2.2, 13.2.3 a 13.2.4) budou přepočteny podle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{počet bodů hodnocené nabídky}}{\text{počet bodů nejlépe hodnocené nabídky}} \times 100 \times \text{váha příslušného subkritéria}$$

Váha subkritéria činí:

- kvalita návrhu realizace kampaně JMK je dobrý správce – 0,5
- kvalita návrhu a realizace eventu 20 let Jihomoravského kraje – 0,4
- osobní prezentace – 0,1.

Vyhodnocení dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti

U každé nabídky budou sečteny body, které daná nabídka získala v rámci všech subkritérií dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti podle bodů 13.2.2 až 13.2.4. Tyto body každé nabídky budou přepočteny podle následujícího vzorce:

$$\text{Počet bodů} = \frac{\text{počet bodů hodnocené nabídky}}{\text{počet bodů nejlépe hodnocené nabídky}} \times 100$$

Následně bude počet bodů dosažený každým dodavatelem ještě přepočten váhou dílčího hodnoticího kritéria Kreativita a organizační schopnosti, tj. 0,4. Výsledné číslo bude aritmeticky zaokrouhleno na dvě desetinná místa.

13.4 Sestavení celkového pořadí

Součet redukováných bodových hodnot z obou dílčích kritérií (tj. Nabídková cena a Kreativita a organizační schopnosti) určí výslednou bodovou hodnotu nabídky.

Celkové pořadí nabídek je dáno absolutní hodnotou bodové hodnoty nabídky tak, že nejvýhodnější je nabídka, která získá nejvyšší celkový počet bodů.

Pokud i v tomto případě budou bodové hodnoty dvou či více nabídek shodné, rozhodne o pořadí nabídek ta nabídka, která získala více bodů v dílčím hodnoticím kritériu Nabídková cena.

14. Podmínky a požadavky na zpracování a podání nabídky

14.1 Nabídky se podávají písemně v uzavřené obálce označené názvem veřejné zakázky s uvedením výzvy „Neotevírat“. Na obálce musí být uvedena adresa, na niž je možné zaslat dodavateli případné vyrozumění o tom, že jeho nabídka byla podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek (a tudíž nebude posuzována). Nabídka bude obsahovat vyplněnou přílohu č. 1 a přílohu č. 2 návrhu rámcové smlouvy, podepsaný oprávněnou osobou dodavatele.

14.2 Nabídka musí být zpracována v českém jazyce (výjimku tvoří odborné názvy a údaje).

14.3 Dodavatel předloží nabídku též na technickém nosiči dat (CD/DVD, flash disk), který bude umístěn v obálce s nabídkou.

14.4 Zadavatel doporučuje, aby nabídka byla předložena v následující struktuře:

- obsah nabídky s uvedením čísel stran, kapitol nabídky, včetně seznamu příloh;
- doklad o oprávněnosti osoby jednat za dodavatele (např. plná moc), pokud právní jednání dodavatele nečiní fyzická osoba, která je sama dodavatelem, nebo statutární orgán nebo člen statutárního orgánu zapsaný do veřejného rejstříku;
- informaci a doklad (např. plná moc) o tom, která osoba je zmocněna k jednání jménem dodavatelů, kteří podávají nabídku společně;
- doklady prokazující splnění kvalifikace (předkládá-li nabídku více dodavatelů společně rovněž originál nebo úředně ověřenou kopii smlouvy o solidárním závazku);
- nabídková cena v požadovaném členění, tzn. vyplněná příloha č. 1 návrhu rámcové smlouvy – část II. této zadávací dokumentace – obchodní podmínky);
- vyplněná příloha č. 2 návrhu rámcové smlouvy;
- vypracování zadání dle bodu 12 této zadávací dokumentace;
- informace o celkovém počtu listů nabídky.

14.5 Zadavatel doporučuje, aby jednotlivé součásti nabídky dodavatel ve své nabídce zřetelně oddělil barevnými předělovými listy.

15. Vysvětlení zadávací dokumentace

15.1 Dotazy k zadávacím podmínkám mohou dodavatelé v písemné formě zasílat prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK, konkrétně části týkající se této veřejné zakázky, dostupného na https://zakazky.krajbezkorupce.cz/profile_display 2.html. Zadavatel zveřejní vysvětlení zadávací dokumentace, včetně přesného znění žádosti, nejpozději do 3 pracovních dnů po doručení žádosti prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK.

15.2 Dodavatel je oprávněn zaslat dotaz k zadávacím podmínkám nejpozději 7 pracovních dnů před koncem lhůty pro podání nabídek.

15.3 Při nedodržení lhůty si zadavatel vyhrazuje právo na žádost o vysvětlení zadávacích podmínek nereagovat.

15.4 Zadavatel může poskytnout dodavatelům vysvětlení zadávacích podmínek i bez předchozí žádosti.

16. Lhůta a místo pro podání nabídek

16.1 Lhůta pro podání nabídek končí dne 31. 7. 2019 v 10:00.

16.2 Poštou se nabídka podává zadavateli na adresu: Jihomoravský kraj, Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor kancelář hejtmána, Žerotínovo nám. 3, 601 82 Brno.

16.3 Osobně se nabídka podává zadavateli na podatelnu v pracovních dnech v pracovní době na adrese: Jihomoravský kraj, Krajský úřad Jihomoravského kraje, Žerotínovo nám. 3, 601 82 Brno.

16.4 Nabídka musí být zadavateli doručena (nikoliv tedy pouze podána k poštovní přepravě) do konce lhůty pro podání nabídek. Nabídku, která bude zadavateli doručena po uplynutí této lhůty, zadavatel neotevře a vyrozumí dodavatele o tom, že jeho nabídka byla podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek.

16.5 Nabídka musí být podepsána osobou k tomu oprávněnou.

16.6 Otevírání obálek s nabídkami je neveřejné.

17. Uzavření smlouvy

17.1 Vybraný dodavatel je povinen poskytnout zadavateli na výzvu řádnou součinnost potřebnou k uzavření rámcové smlouvy na realizaci plnění předmětu veřejné zakázky. Poskytnutím řádné součinnosti se rozumí především doručení zadavateli stanoveného počtu úplných vyhotovení návrhu na uzavření smlouvy v souladu s touto zadávací dokumentací (včetně všech příloh). Dalšímu účastníkovi v pořadí může být výzva k předložení úplných vyhotovení návrhu na uzavření smlouvy v souladu s touto zadávací dokumentací zaslána poté, co vybraný dodavatel odmítne příslušnou smlouvu se zadavatelem uzavřít, nebo neposkytne zadavateli řádnou součinnost, aby příslušná smlouva mohla být uzavřena.

17.2 Předložení dalších vyhotovení návrhu na uzavření smlouvy vybraným dodavatelem, která nebudou odpovídat obsahu nabídky vybraného dodavatele nebo nebudou splňovat náležitosti stanovené touto zadávací dokumentací pro návrh na uzavření smlouvy, se považuje za odmítnutí vybraného dodavatele uzavřít smlouvu na realizaci veřejné zakázky dle této zadávací dokumentace a zadavatel uzavře smlouvu s dalším účastníkem v pořadí. Účastník zadávacího řízení vyzvaný k uzavření smlouvy se považuje za vybraného dodavatele. Zadavatel může tento postup použít i opakovaně.

18. Závěrečná ustanovení

18.1 Dodavatel je oprávněn podat pouze jednu nabídku. Pokud dodavatel podá více nabídek samostatně nebo společně s dalšími dodavateli, nebo podá nabídku a současně je poddodavatelem jiného dodavatele, jehož prostřednictvím takový dodavatel prokazuje část kvalifikace v zadávacím řízení, zadavatel všechny nabídky podané takovým dodavatelem samostatně či společně s jinými dodavateli vyřadí.

18.2 Náklady spojené s účastí v zadávacím řízení nese každý účastník sám. Nabídky nebudou účastníkům vráceny.

18.3 Zadavatel si vyhrazuje právo dodatečně změnit či doplnit zadávací podmínky, popř. kdykoliv do uzavření smlouvy zadávací řízení zrušit, a to bez uvedení důvodu a bez náhrady.

18.4 Zadavatel si vyhrazuje právo ověřit informace obsažené v nabídce dodavatele u třetích osob a dodavatel je povinen mu v tomto ohledu poskytnout veškerou potřebnou součinnost.

18.5 Zadavatel výslovně upozorňuje dodavatele, že vybraný dodavatel je dle ust. § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly.

18.6 Zadavatel je oprávněn vyřadit nabídku dodavatele, který nebude splňovat požadavky zadavatele uvedené v zadávacích podmínkách.

18.7 Zadavatel si vyhrazuje právo uveřejnit oznámení o výběru dodavatele na profilu zadavatele. V takové případě se oznámení považuje za doručené všem účastníkům zadávacího řízení okamžikem jeho uveřejnění.

19. Seznam příloh

Součástí části I. zadávací dokumentace „Podmínky zadávacího řízení“ jsou následující přílohy:

Příloha č. 1 – Nezávazný vzor čestného prohlášení o splnění kvalifikačních předpokladů dle bodu 8.1 zadávací dokumentace

Příloha č. 2 – Tabulka pro stanovení nabídkové ceny

Příloha č. 3 – Manuál jednotného vizuálního stylu JMK

Příloha č. 4 – Kampaň JMK je dobrý správce

Konec části I. – Podmínky zadávacího řízení

Nezávazný vzor čestného prohlášení k prokázání splnění kvalifikačních předpokladů dle bodu 8.1 Zadávací dokumentace

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ
k prokázání splnění kvalifikačních předpokladů dle bodu 8.1 Zadávací dokumentace

Veřejná zakázka: „Uzavření rámcové smlouvy na full-servisovou agenturu pro realizaci kampaní a dalších marketingových aktivit Jihomoravského kraje“

Účastník:

Název/obchodní firma/jméno a příjmení:

Zastoupený:

Sídlo/místo podnikání:

IČ:

DIČ:

tímto prohlašuje, že:

- nebyl v zemi svého sídla v posledních 5 letech před zahájením zadávacího řízení pravomocně odsouzen pro trestný čin uvedený v příloze č. 3 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů, tj.:
 - a) trestný čin spáchaný ve prospěch organizované zločinecké skupiny nebo trestný čin účasti na organizované zločinecké skupině,
 - b) trestný čin obchodování s lidmi,
 - c) tyto trestné činy proti majetku
 1. podvod,
 2. úvěrový podvod,
 3. dotační podvod,
 4. legalizace výnosů z trestné činnosti,
 5. legalizace výnosů z trestné činnosti z nedbalosti,
 - d) tyto trestné činy hospodářské
 1. zneužití informace a postavení v obchodním styku,
 2. sjednání výhody při zadání veřejné zakázky, při veřejné soutěži a veřejné dražbě,
 3. pletichy při zadání veřejné zakázky a při veřejné soutěži,
 4. pletichy při veřejné dražbě,
 5. poškození finančních zájmů Evropské unie,
 - e) trestné činy obecně nebezpečné,
 - f) trestné činy proti České republice, cizímu státu a mezinárodní organizaci,
 - g) tyto trestné činy proti pořádku ve věcech veřejných
 1. trestné činy proti výkonu pravomoci orgánu veřejné moci a úřední osoby,
 2. trestné činy úředních osob,
 3. úplatkářství,

4. jiná rušení činnosti orgánu veřejné moci,

nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele; k zahrazeným odsouzením se nepřihlíží;

je-li dodavatelem právnická osoba, splňuje tento předpoklad tato právnická osoba a zároveň její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu; je-li členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, splňuje tento předpoklad tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu v statutárním orgánu dodavatele;

účastní-li se zadávacího řízení pobočka závodu zahraniční právnické osoby, splňuje tento předpoklad tato právnická osoba a vedoucí pobočky závodu; účastní-li se zadávacího řízení pobočka závodu české právnické osoby, splňují tuto podmínku osoby uvedené v předchozím odstavci a vedoucí pobočky závodu;

- nemá v České republice nebo v zemi svého sídla v evidenci daní zachycen splatný daňový nedoplatek;
- nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na veřejné zdravotní pojištění;
- nemá v České republice nebo v zemi svého sídla splatný nedoplatek na pojistném nebo na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti;
- není v likvidaci, nebylo proti němu vydáno rozhodnutí o úpadku, nebyla vůči němu nařízena nucená správa podle jiného právního předpisu nebo v obdobné situaci podle právního řádu země sídla dodavatele.

V

Dne

*razítko a podpis účastníka nebo osoby
oprávněné jednat za účastníka*

Příloha č. 2 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení - **Tabulka pro stanovení nabídkové ceny**

2.1 Jednotkové ceny za služby agentury - vedení a správa zakázky (váha 20 %)

Níže uvedené jednotkové ceny budou kromě nákladů na 1 hodinu práce konkrétního člena týmu zahrnovat i veškeré náklady spojené s dopravou týmu a souvisejícími režijními náklady agentury.

Odpovědný člen realizačního týmu	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Account Manager	Klíčová osoba pro kontakt zadavatele. Řídí a koordinuje kompletně všechny zakázky a přijímá zadání od klienta. Zejména každodenní správa projektu, komunikace s klientem a dodavateli, odpovědnost za průběh projektu, příprava podkladů pro kreativní tým a supervize dle aktuální potřeby, odpovědnost za řešení problémů, tvorba prezentací a nabídky, včetně cen.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Nabídková cena celkem za služby - vedení a správa zakázky		0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč

2.2 Jednotkové ceny za služby - kreativa a on-line práce (váha 20 %)

Níže uvedené jednotkové ceny budou kromě nákladů na 1 hodinu práce konkrétního člena týmu zahrnovat i veškeré náklady spojené s dopravou týmu a souvisejícími režijními náklady agentury.

Odpovědný člen realizačního týmu	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Copywriter	Tvorba reklamních textů pro propagační a marketingové účely tak, aby byly soudobě jazykově, terminologicky a stylisticky správné.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Event manager	Příprava a realizace eventů zadavatele (událostí), komunikace s ostatními členy týmu a s dalšími (pod)dodavateli.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
On-line specialista	Realizace kampaní za účelem propagace organizace a značky, prostřednictvím internetu a on-line komunikačních kanálů.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Průměrná nabídková cena celkem za služby - kreativa a on-line práce		0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč

2.3 Jednotkové ceny za služby - produkční zajištění (váha 40%)

Níže uvedené jednotkové ceny budou kromě nákladů na 1 hodinu práce konkrétního člena týmu zahrnovat i veškeré náklady spojené s dopravou týmu a souvisejícími režijními náklady agentury.

Odpovědný člen realizačního týmu	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Production manager	Zkušenost s organizací fotografování v exteriérech, výběrem lokací, zadáváním reklamních tisků na různé druhy nosičů a organizací videoprodukce. Zajišťuje komunikaci s ostatními členy týmu a s dodavateli.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
DTP operátor	Zpracování obrazových a textových návrhů reklamních materiálů podle výtvarných podkladů, grafické úpravy a finalizace návrhů do konečné podoby v rámci předtiskové přípravy.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Realizace fotoprodukce	Tato sazba zahrnuje kompletní zajištění fotoprodukce, tzn. hodinovou sazbu fotografa, včetně zajištění grafických úprav, ošetření autorských práv a souvisejících činností vedoucích k vytvoření finálního výstupu.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Realizace videoprodukce	Tato sazba zahrnuje kompletní zajištění souběžných i navazujících služeb (pozice kameraman, střihač a postprodukce), jejichž výsledkem je vytvoření finálního výstupu, včetně ošetření autorských práv.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Průměrná nabídková cena celkem za služby - produkční zajištění		0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč

2.4 Externí služby - marže (váha 10%)

	Specifikace dílčího plnění	v %
Externí služby - marže (v % pro subdodávky)	Jedná se o agenturní provize na externí služby, které má agentura s dalšími dodavateli (tisky, doprovodné produkční činnosti apod.).	0

2.5 Modelové tiskařské služby (váha 10%)

Uvedené ceny pro níže specifikované modelové formáty jsou pro dané modelové počty kusů limitní.

Formát/popis	Počet kusů	Cena bez DPH za daný počet kusů	DPH	cena vč. DPH
DL 210x99mm / 4/4 oboustranně plnobarevný, papír 300g křída povrchová úprava: saténová laminace oboustranná	3000	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Plakát A3/4/4 jednostranně plnobarevný, papír 130 g křída (mat/lesk)	500	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Diplom A4/ 4/4 oboustranně plnobarevný, papír 300g křída povrchová úprava: matná laminace oboustranná	100	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Skládačka DL 210x99mm z formátu A4 / 4/4 oboustranně plnobarevný, papír 150g křída mat/lesk	2000	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
Průměrná nabídková cena celkem za modelové tiskařské služby		0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč

Příloha č. 3 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení

Manuál jednotného vizuálního stylu JMK

/ **m**anuál
jednotného
vizuálního
stylu **jmk** /

domov / soudržnost / myšlenka / symbol / doprava /
/ tisková zpráva / řemeslo / tradice / folklor / moderní
/ koncerty / brand book / příběh značky / pozvánka /
/ kroje / vzdělání / budoucnost / hudba / generace
vinohrady / společnost / geografie / rozvoj / web /
původ značky / noční život / samolepky / identita zn
/ parky / image fotografie / tonalita / wording / logo
provedení / bigboard / sebejistý / jazykové mutace /
zóna / příroda / veselý / rozměrová řada / alternativ
písmo / definice / barvy / CMYK / vizuální styl / prv
/ brožura / merkantilní tiskoviny / jmenovky / emo
pixel / nadčasovost / autenticita / hra / nezaměnitel
reklamní předměty / zvědavý / lidé / on-line formáty
multimedia / šablona / word / powerpoint / booklet /
víno / podzemí / kravata / odznak do klopky / pohledn
/ zemědělství / gastronomie / zážitek / věda / mapy /
Podyjí / obce / galerie / TA RADOST / analýza / termi
/ hodnoty / reklama / služby / estetika / inspirativ
zapamatovatelnost / lokalizace / význam / nápaditos
ornament / heraldika / stylizace / dominanty / čisto
místo pro život / ekonomika / prožitek / malebnost /
emancipace / pokrok / high-tech / inovace / mírumil
/ funkcionalismus / archeologie / paleolit / plodnos
památky / skvost / turistický ruch / relaxace / zdra

úspěch / morava / kraj / víno / město / milovat / život
architektura / muzea / divadla / kultura / překvapení
brand essence / pantone / pokrok / historie / umění
/ mezilidské vztahy / soužití / etnikum / 7 okresů /
vizitky / region / kulturní život / prezentační slohy /
ačky / RGB / cílové skupiny / leták / archetypy / styl
otyp / jmk / ochranná zóna / kina / základní barevné
3D / podkladové plochy / rozkres značky / ochranná
y / varianty / dceřiné značky / typografie / základní
y / průmysl / piktogramy / tištěné materiály / plakát
ce / informační cedule / periodika / minimalismus /
nost / návrat ke kořenům / sklepy / malířství / řeky /
y / linie / e-mailový podpis / newsletter / knihovny /
CD / inlay / DVD / kalendář / blok / tašky / etikety na
ice / rozloha 7 195 km² / počet obyvatel 1,179 milionu
podnikání / životní prostředí / dotace / národní park
inologie / corporate identity / komunikace / filozofie
ní / funkčnost / originalita / variabilita / aplikace /
st / vtip / emblém / ikona / propagace / serióznost /
ota / přátelskost / poetika / motivace / otevřenost /
mikroskopie / pozitivismus / otevřenost / diverzita /
lovnost / dynamika / bezprostřednost / pohostinnost
t / slunce / půda / sport / fajáns / zábava / tanec /
ví / Brno / odvážný / hrady / náměstí / osobnosti /

01/ brand book jmk **/8**

brand essence	/10
příběh značky	/11
původ značky	/12
identita značky	/13
cílové skupiny	/14
archetypy	/15
wording / tonalita	/16
styl fotografií	/17

02/ logo symbol jmk **/20**

symbol jmk	/22
základní čb provedení	/24
negativní provedení	/25

03/ logotyp jmk **/26**

logotyp jmk	/28
jazykové mutace	/32
3D logotyp jmk	/33
podkladové plochy	/34
rozkres značky	/37
ochranná zóna	/38
rozměrová řada	/39
zakázané varianty	/40
povolená alternativa	/41
vertikální varianta	/42
postavení vedle logotypů	/43
zkrácený logotyp jmk	/44
rozkres značky, ochranná zóna	/45
rozměrová řada	/46
alternativní logotyp jmk	/47
logotyp a funkce značení	/48

04/ dceřiné značky jmk	/50
logotyp jmk / dceřiné značky	/52
05/ typografie jmk	/58
základní písmo	/60
doplňkové písmo	/62
06/ definice barev jmk	/64
definice barev jmk	/66
07/ vizuální styl jmk	/72
doplňkové prvky	/74
piktogramy	/78
08/ tištěné materiály jmk / vizuální styl	/80
vizuální styl plakát A4	/82
vizuální styl plakát A4 akce	/84
vizuální styl pozvánka	/86
vizuální styl billboard, bigboard	/87
vizuální styl clv	/88
vizuální styl roll-up banner	/89
vizuální styl brožura DL	/90
vizuální styl brožura	/92

09/ merkantilní tiskoviny jmk

/94

dopisní papír A4	/96
tisková zpráva A4	/98
dopisní obálky DL, C5	/100
vizitky	/106
jmenovky zaměstnanci	/108
jmenovky na stůl	/109
jmenovky návštěvy	/110
samolepky	/111
vizuální styl prezentační slohy	/114
vizuální styl prezentační slohy VIP	/115
poznámkový blok	/116
informační cedule	/119
výškové panely	/120
šířkové panely	/124
hlavička periodik	/122
označení hranic regionu	/123
informační cedule	/124
vlajky	/125

10/ on-line formáty jmk

/126

e-mailový podpis	/128
elektronický newsletter	/130

11/ multimedia jmk

/132

word šablona	/134
powerpointová prezentace	/136
USB vizitka	/138
samolepka cd	/140
booklet cd	/142
inlay cd	/143
booklet dvd	/145

12/ propagační předměty jmk

- pohlednice
- propisovací tužka, pero, tužka
- nádobí
- papírová taška
- kalendář
- látková taška
- tričko/dress code
- čepice
- dárkový papír
- etiketa na víno
- obaly na víno
- kravata / dress code
- šátek
- deštník
- odznak do klop
- manžetové knoflíčky / dress code
- motýlek / dress code

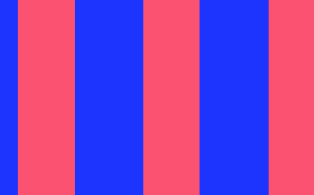
/146

- /148
- /150
- /151
- /152
- /155
- /156
- /157
- /158
- /159
- /160
- /162
- /164
- /168
- /166
- /167
- /168
- /169

01

brand
book
jmk

brand
book
jmk



brand essence	/10
příběh značky	/11
původ značky	/12
identita značky	/13
cílové skupiny	/14
archetypy	/15
wording / tonalita	/16
styl fotografií	/17

Jsme tradiční i pokrokový kraj!

Historický odkaz symbolizovaný takovými klenoty, jako je Lednicko-valtický areál nebo vila Tugendhat. Přírodní bohatství Pálavy, krasových útvarů a „Moravského Toskánska“. Tradice v podobě krojovaných hodů a k tomu pověst pohostinného regionu vinných sklípků, slivovice a poctivého jídla. Umění je hrdě přijmout svůj odkaz, ale přitom se jím nenechat omezit. Zkostnatělost je totiž brzdou pokroku. A o tom víme v Jihomoravském kraji své.

Už dnes míříme k metě v podobě každého desátého pracovníka angažovaného v některém z high-tech oborů. Máme našlápnuto mezi nejinnovativnější regiony v Evropě, a to rozhodně není málo. Navazujeme tak na staletí trvající tradici vizionářů, jako byl Gregor Mendel, Viktor Kaplan, Kurt Gödel nebo třeba Leoš Janáček ve světě hudby. Fandíme vzdělání, a proto máme důvěru v budoucnost regionu reprezentovanou naší mladou generací.

Pokrokoví však nejsme jen v oblasti technologií, ale i mezilidských vztahů a kulturního soužití. Vycházíme z historicky mírumilovné koexistence několika etnik na území jižní Moravy. Nehledíme na formálnost.

Naopak, jsme jako společnost otevření. Vzdálenosti v Jihomoravském kraji nejsou krátké jen geograficky, ale i sociálně.

Život v Jihomoravském kraji nabízí možnost rozvinout svůj osobní potenciál. Svoboda myšlení a konání je v našich genech. Základem pro to je dobré vyvážení pracovního a osobního života. Jihomoravský kraj nabízí jak kariérní možnosti, tak i pestrý a bohatý kulturní život, etnickou diverzitu a unikátní blízkost přírody.

Dynamický rozvoj našeho regionu dává rezidentům i návštěvníkům pocit, že zítřek bude pro tento kraj ještě lepší, než je dnešek.

Pokud komunikujete:

- **pozitivně,**
- **přátelsky,**
- **hravě,**
- **nebojíte se vtipu a poetiky,**
- **mluvíte o věcech, které posouvají svět kupředu nebo zpřijemňují lidem každodenní život,**
- **motivujete k aktivitě,**

**jste v souladu se značkou
Jihomoravského kraje.**



Opravdová #RADOST je jednoduchá

Ano, jsme region vína. Ale i víno bylo svého času inovací. Jen vzpomeňte na Nerudovu Romanci o Karlu IV. Když zasedl císař s Buškem z Velhartic k dubovému stolu, réva se už na Moravě pěstovala dobré tisíciletí. Jsme tradičně o krok napřed. Nebo rovnou o několik. Moderní umění jsme měli v malíku dávno před Picassem. Schválně mrkněte na výtvary lovců mamutů. A pokud se chcete bavit o duchovnu, můžeme vám říct jedno. Prvního českého knížete jsme pokřtili také u nás.

Jižní Morava byla zkrátka vždy pokroková. Divíte se? Kultury se u nás mísily už za časů Jantarové stezky. Proto jsme také měli ty nejnovější poznatky vždy z první ruky. Nemyslete si, nápady přitom proudily i z jižní Moravy do světa. V devatenáctém století jsme nastrovali výzkum genetiky. A ve dvacátém udávali rytmus ve strojírenství, architektuře i hudbě. Dnes pomáháme léčit rakovinu

i nemoci srdce, objevovat mikrosvět a směřovat lidstvo ke hvězdám.

Tak vidíte. Máme bohaté tradice. A pokrok patří mezi ně. Chápeme totiž, proč si Albert Einstein psal na okraj svých teorií jedno slovo: „Zjednodušit!“ Inovovat podle nás znamená věci zjednodušovat. Aplikovali jsme tento přístup na něco tak tradičního, jako je dům, a dnes díky tomu můžeme obdivovat klenoty funkcionalismu. V jednoduchosti se skrývá opravdová krása. A tak přistupujeme v našich životech ke všemu.

Máme štěstí, že žijeme na místě, které nám dává možnost radovat se z prostých věcí – z našich kořenů, čisté přírody, práce, pohybu, dobrého jídla a pití, zpěvu, rodiny nebo blízkosti přátel. Ta opravdová radost je totiž ve své podstatě taky jednoduchá.

Zakotvená v tradici, ale hledící kupředu

Dnešní svět prodělává stále překotnější změny a Jihomoravský kraj spolu s ním. Aby mohl region v takové chvíli dynamicky růst a rozvíjet se, ale neztratil přitom kontakt se svými občany a hodnotami, potřebuje jasně vytyčený směr. Brand v tomto případě slouží jako orientační konstanta, spojení historie, přítomnosti i budoucnosti kraje.

Pokud tedy v souvislosti s novou značkou mluvíme o inovacích, nemyslíme jen na dnešní softwarové mágy z firem, jako je Y Soft a AVG, nebo vědce z center typu CEITEC a ICRC. Musíme přitom vzpomenout též inovátory minulosti – například věrozvěsty, kteří do naší země přinesli spolu s novým náboženstvím i nové písmo.

Co je spojuje s lidmi, kteří budou posouvat náš kraj kupředu v následujících letech a desetiletích? S inovátory, kteří nám třeba právě teď vyrůstají na našich školách či v některém ze start-upových inkubátorů? Je to odvaha a víra ve smysluplnost změny. A právě tyto hodnoty tvoří jeden z pilířů nové značky Jihomoravského kraje.

Všechny komponenty brandu proto musíme neustále podrobovat tomuto testu. Pokud v nich spatřujeme minulost, přítomnost i budoucnost našeho regionu, jsou skutečně součástí značky kraje jako celku. Pokud ne, může se jednat jen o krátkodobý trend či specifikum některého ze sub-regionů, se kterým se obyvatelé kraje ve své většině neztotožní.



Víme, kdo jsme. Nemusíme si na nic hrát

Nová značka Jihomoravského kraje je vyjádřením identity regionu. Ukazuje kraj takový, jaký skutečně je. Neklade si za cíl prvoplánově podpořit obraz víkendové, usměvavé, ovíněné a prosluněné jižní Moravy, jak jej vytvořil destinační marketing a filmy či seriály typu Bobule a Vinaři. To je jen jedna z mnoha faset Jihomoravského kraje, která je nepochybně atraktivní pro turistu, ale hůře se s ní již identifikuje zahraniční investor, zemědělec z Břeclavska, montážník z blanenské ČKD nebo mladý podnikatel, který v brněnském inkubátoru rozjíždí svůj první start-up.

Jihomoravský kraj si přitom nemusí na nic hrát. V jeho základech stojí stejně tak výjimečné přírodní a historické bohatství, víno a pohostinnost, tradice a pestré kulturní dědictví, jakožto i výzkum, vývoj, inovace, vzdělání, technologie a znalostní ekonomika. Svým obyvatelům, návštěvníkům, ale i firmám a investorům nabízí odpočinek i aktivitu, skvělou vybavenost a kvalitu života, blízkost a intimitu, práci, studium, tradici i modernost

a k tomu pocit bezpečí a nižší životní náklady.

Pokud bychom se na novou značku Jihomoravského kraje podívali jako na člověka, byla by tvůrčí a inovativní, schopná vnímat problematiku vícerozměrně a z různých úhlů. Život by pro ni byl zábavou a vášní, byla by vyhlášená svou pohostinností a zároveň empatická, veselá a vstřícná. Asketismus by jí byl cizí, neodpírala by si potěšení a uměla si život vychutnat všemi smysly. Zapojovala by rozum, ale i srdce.

Jihomoravský kraj věří v podnikavost svých obyvatel, chce jim nabídnout harmonii a soulad ve všech aspektech života – ať už se bavíme o práci, studiu či zábavě. Váží si názoru jiných a akceptuje je takové, jací jsou. Podporuje spolupráci, sounáležitost a fair-play.

Zkrátka a jednoduše, nová značka kraje dává Jihomoravanům pocit, že jsou zde doma, mohou být angažovaní a svou aktivitou se propisovat do budoucnosti regionu.

Kraj mladý duchem

Ke komu mluvíme? To je základní otázka, kterou by si měla klást každá značka. Struktura cílové skupiny do značné míry ovlivňuje nejen „jak“, ale i „co“ značka říká. V marketingové komunikaci Jihomoravský kraj přímo oslovuje zejména občany a veřejnost. Prostřednictvím Centrály cestovního ruchu Jižní Morava se potom obrací k turistům a skrze Jihomoravské inovační centrum jedná s investory, podniky a pracovní silou.

Stejně jako cílové skupiny je pestré i spektrum témat, které kraj svému publiku komunikuje. Ve vztahu k občanům a širší veřejnosti by měl mluvit o respektu, životním stylu a krásách života na jižní Moravě. Turistům bude přibližovat neopakovatelné zážitky, které si z návštěvy kraje odnesou, a ekonomickému sektoru potom karierní příležitosti, erudici a jedinečné know-how místních lidí, firem i institucí.

Nová značka Jihomoravského kraje musí zároveň podporovat region dlouhodobě. Proto je žádoucí zohlednit ve vztahu k cílovým skupinám demografický vývoj. Po Praze se může kraj chlubit nejvíce lidmi, kteří dosáhli úctyhodného věku sta let. Realita je však taková, že se jižní Morava vylidňuje a stárne. Podle prognóz bude mít region v roce 2050 o desítky tisíc obyvatel méně než dnes. Téměř třetina lidí bude v polovině století pobírat důchod.

S podobnou populační křivkou se nepotýká kraj sám – v rámci západního světa jako celku i České republiky konkrétně se jedná o rozšířený problém. Přesto žádný region, snad s výjimkou Osla, necílí přímo na mladé lidi. To může jižní Moravě poskytnout silnou konkurenční výhodu – nová značka proto musí být ve své podstatě mladá, komunikativní a rovnostářská, musí se hlásit k hodnotám mladé generace.



Inovátor, Networker a Požitkář

Archetypy jsou účinným komunikačním nástrojem. Snáze díky nim vnímáme kontext, charakter a osobnost značky. Pomáhají nám vyjadřovat se ve vzorcích, kterým lidé rozumí a snadno je vstřebají. Základními archetypy nové značky Jihomoravského kraje jsou: Inovátor, Networker a Požitkář.

Inovátor – Inovátor je nekonformní, imaginativní, energický a vždy hledí kupředu. Miluje nové myšlenky a nestydí se je sdílet. Ve všech aspektech svého jednání se snaží obohatit společnost tím, že realizuje odvážné vize. Vyžaduje tvůrčí svobodu i svobodu projevu. Jihomoravskými inovátory jsou nejen Mendel se svým hráškem nebo Kaplan s turbínou, ale i všechny mozky stojící za úspěchem místních IT firem, start-uppeři, vědci z technologických parků, studenti i děti nadšeně objevující svět ve VIDA! science centru.

Networker – Networker svádí lidi dohromady a motivuje k sounáležitosti. Je pozorný a skvělý posluchač, kterého nejvíc těší týmová práce. Mezi jeho hlavní kvality můžeme zahrnout upřímnost, důvěryhodnost, otevřenost a přístupnost. Jihomoravského networkera si nejlépe představíte, když v létě zavítáte na Jakubské náměstí v Brně nebo do některého z univerzitních kampusů.

Požítkář – Nechává se unášet smyslovými vjemy. Žádné světské potěšení mu není cizí. Je to svůdník i harmonizátor. Archetyp požitkáře hledejme v Jihomoravském kraji ve vinných sklípcích, kavářské kultuře, slavnostech a festivalech jídla, vinobraních, burčákových pochodech, masopustech, slavnostech mandloní a nespočtu dalších aktivit a akcí.

Nebojíme se vtipu a poetiky

V textech jsme hraví a nemusíme se bát vystoupit z tradičně spíše konzervativního nastavení komunikace veřejnosprávních institucí. Jihomoravský kraj je jako jeho lidé – otevřený, přátelský, pohostinný a přitom pokrokový, mladý, inovativní a pozitivní.

Všechny tyto atributy se musí odrazit v tonalitě textů, není jediný důvod nenechat je zazářit. Píšeme lehkým perem a pokud použitý vizuál naznačuje humornou situaci či vtip, dotahujeme jej vhodným titulkem či sdělením. Hravost

textů evokuje společenskou neformálnost Jihomoravanů, dáváme však pozor na to, aby nesklouzla v přehnanou a neuctivou familiárnost. Nestraníme se emocionálně nabitých slov a určité výrazové poetiky. Pozitivní přínos Jihomoravského kraje zdůrazňujeme tím, že se v textech vždy snažíme poukázat na přidanou hodnotu, kterou samospráva občanům a ekonomickému sektoru přináší.



Inovativní fotografie pro moderní kraj

Politici potřásající si pravicí s oficiálními návštěvami? Stokrát viděný pohled na západ slunce přes skleničku vína? Rozhodně ne! Jihomoravský kraj jako samosprávný celek reprezentuje region, který je pokrokový, moderní a inovativní a přesně takový musí být i styl fotografií, které při své komunikaci využívá. Prostřednictvím vizuálu dáme Jihomoravanům, firmám i investorům nahlédnout novou tvář kraje – sebevědomou, připravenou objevovat a posouvat svět dál.

Hlavní emocionální linkou komunikace je v našem případě optimismus a jeho nositelem jsou zejména lidé – občané či návštěvníci regionu, kteří se nachází v situacích souvisejících s komunikovaným tématem. Natočení jsou tak, aby jim bylo

vidět do tváře a mohli jsme vidět úsměv a radost v jejich očích. Jejich prostřednictvím se kraj hlásí k hodnotám přátelskosti a otevřenosti a ukazuje, že je jim jako instituce blízký.

Při výběru fotografií se nemusíme vyhýbat lehce netradičním situačním momentkám, kterými navážeme na jihomoravskou hravost, pokrokovost a smysl pro humor. Nebojíme se také podívat na scénu z jiného úhlu – situaci můžeme zachytit třeba z podhledu nebo naopak z ptačí perspektivy.

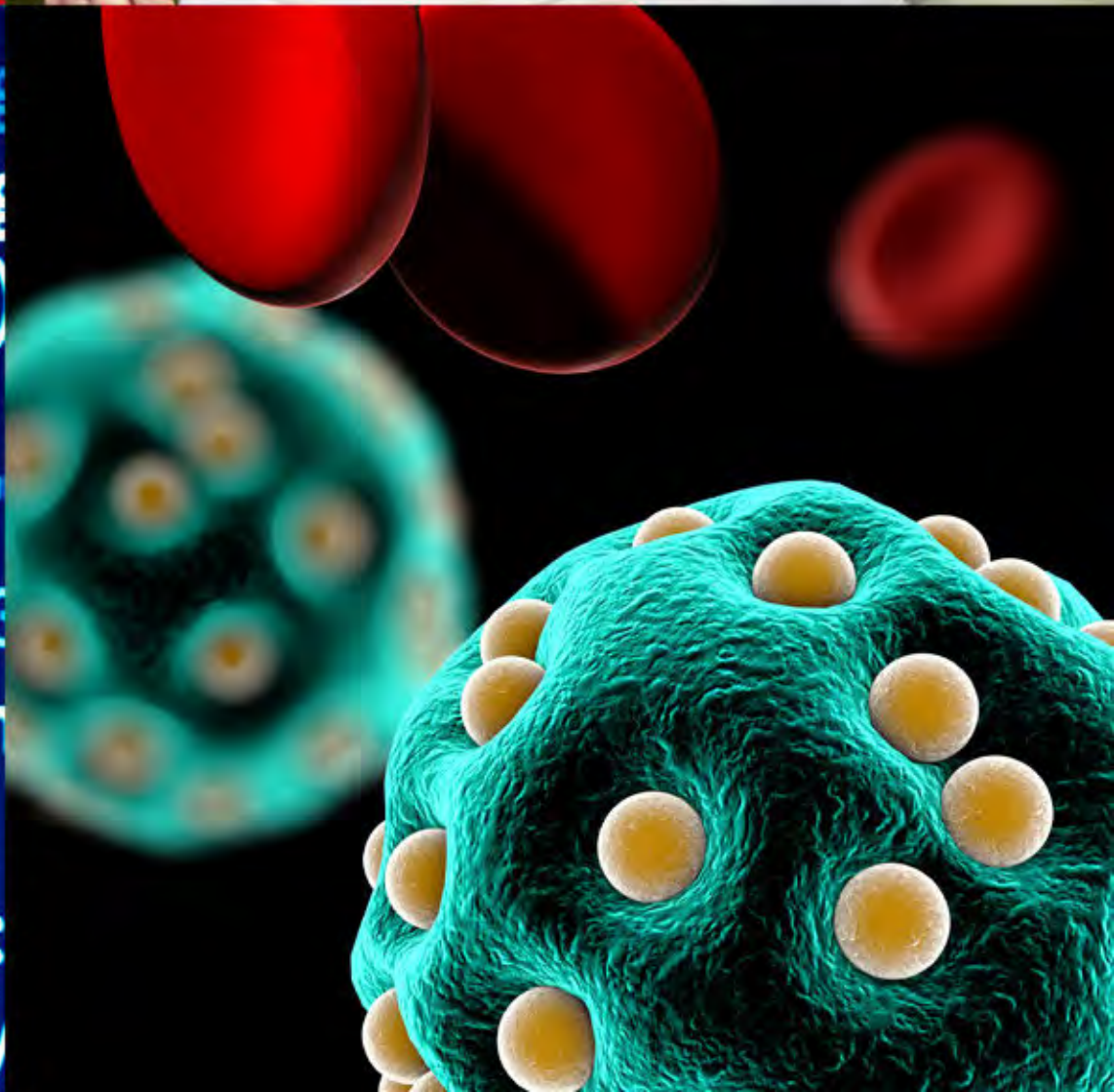
Neméně důležitým určujícím prvkem fotografického stylu jsou barvy. Prezентujeme jasné, syté, teplé tóny, které dají vyniknout přírodním krásám Jihomoravského kraje a pozitivním konotacím, jako je například vyvážení osobního a pracovního života.

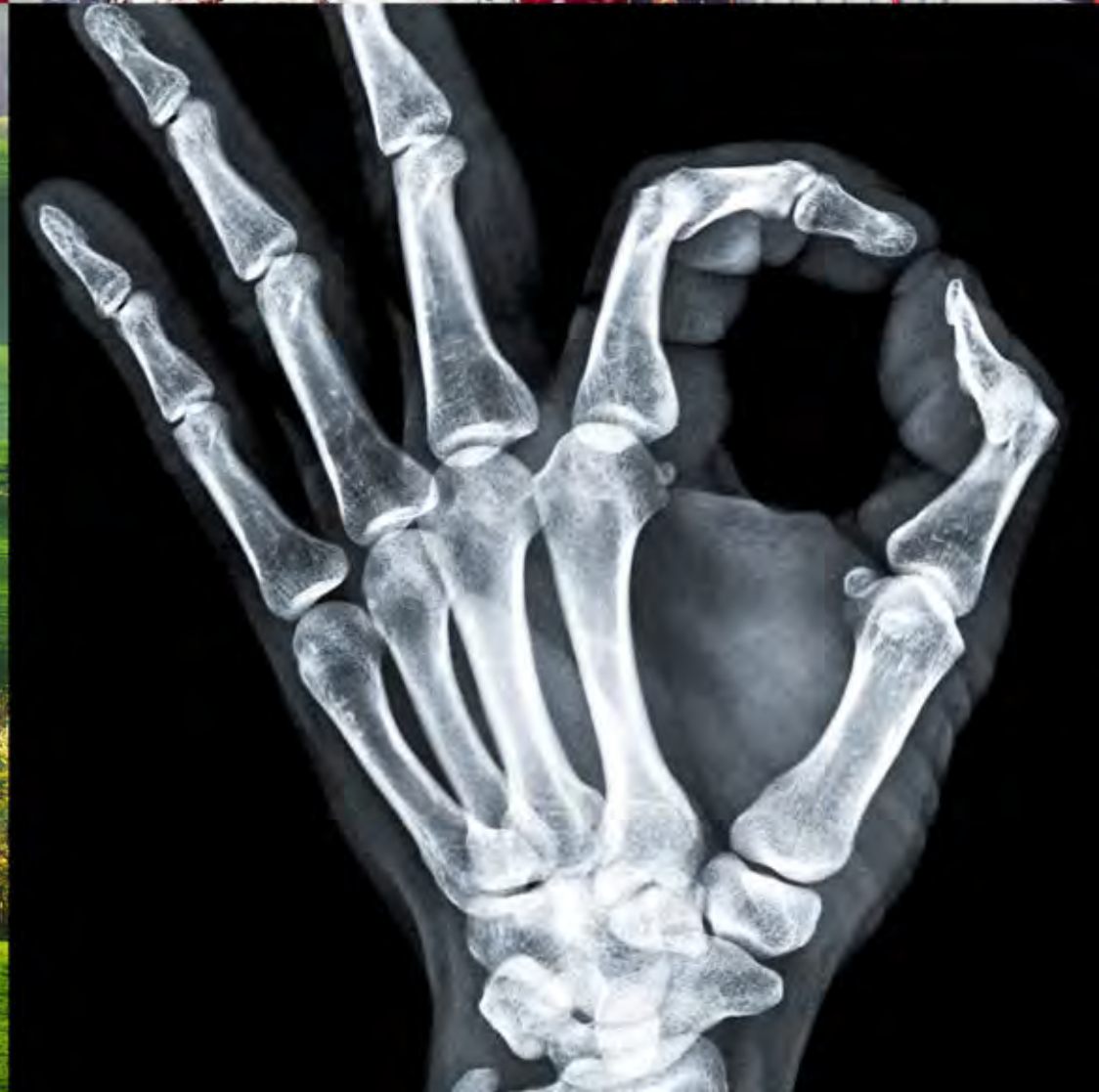


```

    value = float(value)
    tmpFormat = 14 #Replace string
    str(key)) tempString = tempString
    str(int(value*pow(10,14-tmpFormat)))
    string elif(typeOfFID == "BUFFER"): s
    string = tempString.replace("czFieldID"
    string elif(typeOfFID == "ASCII_STRING
    "buffer") tempString = tempString
    handles: if "name value=" in line
    group(1) if "</Message>" in line:
    "onlyFilename+"\n" if ty
    If not os.path.exists(

```

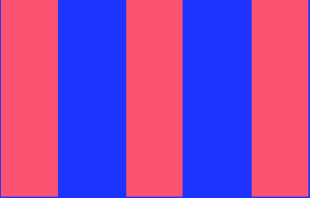




02

logo
symbol
jmk

logo
symbol
jmk



symbol jmk	/22
základní čb provedení	/24
negativní provedení	/25

symbol jmk

Symbol jmk vychází ze sebevědomí regionu, který si může dovolit silné a minimalistické logo s inovativním prvkem, a zároveň respektuje aktuální moderní trendy při tvorbě logotypů.

Jihomoravský kraj je v obecném povědomí hlavním reprezentantem Moravy jako takové. Proto jsme si s odvahou regionu vlastní vypůjčili jako výchozí symbol písmeno **m**. Jedná se o hlavní grafický komponent nové značky. Čistě typografický prvek je díky tomuto přístupu vizuálně skromný a nerušivý, zároveň však sebejistý, hravý a pokrokový.

Symbol Jihomoravského kraje ctí principy inovativnosti, minimalismu a hravosti regionu. Představuje jej čistě typografický znak písmene **m**, který můžeme použít ve dvou provedeních:

1. varianta je základním symbolem **m**, který je součástí logotypu.
2. varianta vychází ze základního symbolu **m** protaženého do spadu formátu.

Symbol v jedné ze dvou variant se uplatňuje při tvorbě grafických layoutů jako doplňkový a výrazně signifikantní prvek, který je propagačních materiálech jednoznačně rozpoznatelný a přitom respektuje ducha minimalismu a hravosti.

m = inovace tradice

m



Variantu prodlou-
ženého symbolu **m**
je možno ve vizuálu
použít pouze jednou.
U této varianty sym-
bolu je zakázáno du-
plikování do patternu
či umístění např. tři
symbolů vedle sebe.

m

symbol jmk /23

m

m

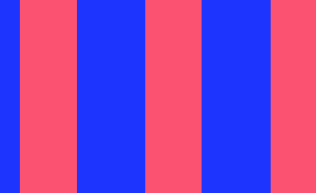
m

m



negativní provedení /25

logotyp
jmk



logotyp jmk	/28
jazykové mutace	/32
3D logotyp jmk	/33
podkladové plochy	/34
rozkres značky	/37
ochranná zóna	/38
rozměrová řada	/39
zakázané varianty	/40
povolená alternativa	/41
vertikální varianta	/42
postavení vedle logotypů	/43
zkrácený logotyp jmk	/44
rozkres značky,	
ochranná zóna	/45
rozměrová řada	/46
alternativní logotyp jmk	/47
logotyp a funkce značení	/48

logotyp jmk

Čistě typografický logotyp se skládá ze symbolu a přepisu názvu samosprávné jednotky. Vždy ve stejné kompozici, barvách a typografii. Vyznačuje se vysoká mírou rozpoznatelnosti, nezaměnitelnosti a jedinečnosti.

Vychází z moderní typografie a výrazného kontrastu, kdy symbol **m** jednoznačně vyjadřuje Moravu (představuje srdce Moravy-regionu).

Purpurová barva vyvolává pocit vřelosti a pozitivní emoce neagresivním způsobem. Modrá barva zastupuje rovnováhu, vyváženost a pohodu kraje. Symbolizuje vodu, nebe, tradice (modrotisk) a je propojující linkou s minulostí a tradicí.

Logotyp jmk vyjadřuje:

- tradice
- hravost
- emoce
- inovace
- minimalismus
- nadčasovost
- autenticitu
- nezaměnitelnost
- propojení tří pilířů regionu (minulost, současnost a budoucnost)
- myšlenku
- návrat ke kořenům (dřík písmene **m** protažený do spadu formátu).



jihomoravský kraj

logotyp jmk /29

Základní provedení logotypu se používá v situacích, kdy je možné tisknout barevně. Pravidla o aplikaci logotypu na podkladových plochách jsou přesně definována na straně 36–38.

jihomoravský kraj

Černobílé pozitivní provedení logotypu se používá v situacích, kdy není možné tisknout barevně. Pravidla aplikace logotypu na podkladových plochách jsou přesně definována na straně 38.



jihomoravský kraj

jihomoravský kraj

logotyp jmk /31

Jednobarevné pozitivní a negativní provedení logotypu se používá v situacích, kdy není možné tisknout barevně nebo ve stupních šedi. Pravidla aplikace logotypu na podkladových plochách jsou přesně definována na straně 38.



Použití typografického symbolu **m** je v jazykových mutacích vyjimečně přesunuto před název instituce z důvodu, že tyto jazyky neobsahují Latinku (ruština, čínština, japonština, korejština).

1. south **m**oravian region
2. juho**m**oravský kraj
3. kreis süd**m**ähren
4. région de la **m**oravie du sud
5. la région de **m**oravia del sur
6. województwo południowo**m**orawskie
7. regione **m**oravia-sud
8. **m** южноморавский край
9. **m** 南摩拉维亚州
10. **m** 南モラヴィア地方
11. **m** 남 모라비아 주

Jazykové mutace logotypu JMK. Platí pro něj stejná grafická pravidla jako pro českou mutaci. Vyjimečně pro ruskou mutaci je použito písmo Arial CE bold, které obsahuje rozsáhlou znakovou sazbu.

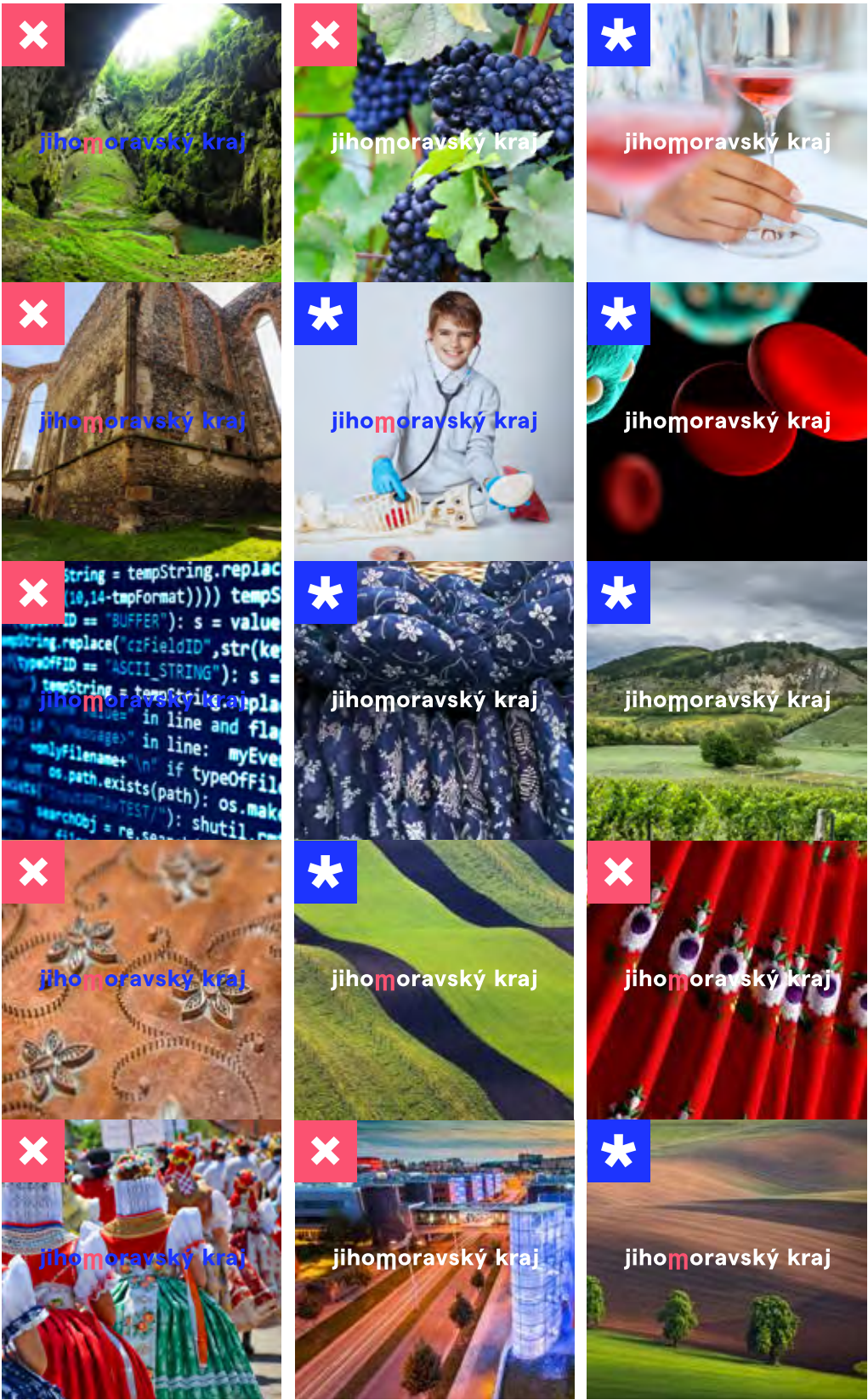
1. Angličtina / 2. Slovenština / 3. Němčina /
4. Francouzština / 5. Španělština / 6. Polština /
7. Italština / 8. Ruština / 9. Čínština / 10. Japonština /
11. Korejšťina



Logotyp je možné použít v prostorových aplikacích pomocí různých technologií (gravírování, ražba, pískování, 3D tisk, UV tisk, parciální lak, vyšívání).

3D logotyp jmk /33





POVOLENO



ZAKÁZÁNO

**Příklady správného užití
logotypu na image fotografií**

Na fotografie s komplikovanějším prostředím a plochami se umisřuje logotyp na samostatnou barevnou plochu, nikdy do fotografie, aby nebyla naruřena řitelnost logotypu.

Image fotografie je možno používat i ve stupních ředi a kolorovat jakýkoliv tematický detail kampaně základní barvou z logotypu (tedy modrou ři purpurovou).

Správná aplikace logotypu na podkladových plochách fotografií musí vždy zachovávat dobrou řitelnost. Doporuřujeme pouze klidné, jednoduché, řisté a málo řleněné (barevné) fotografie.

10 % jihořmoravský kraj	60 % jihořmoravský kraj
20 % jihořmoravský kraj	70 % jihořmoravský kraj
30 % jihořmoravský kraj	80 % jihořmoravský kraj
40 % jihořmoravský kraj	90 % jihořmoravský kraj
50 % jihořmoravský kraj	100 % jihořmoravský kraj

Správná aplikace logotypu na podkladových plochách musí vždy zachovat dobrou čitelnost.

Černobílé pozitivní provedení logotypu aplikujeme na černobílé podkladové plochy s tonalitou černé 0–40 %, která nezpůsobuje špatnou čitelnost.

Na podkladových plochách o vyšších barevných hodnotách tonality 50–100 % užíváme **černobílé negativní** provedení logotypu.

Nerespektování těchto zásad může vést k zásadnímu zhoršení čitelnosti logotypu.



jihomoravský kraj



Minimální ochranná zóna kolem logotypu je stanovena šířkou písmene (m). Určuje hranice, do kterých by neměl zasahovat žádný grafický prvek (obrázek, text atd.). Další funkcí je také definice minimální vzdálenosti od okraje formátu, na kterém je logotyp umístěn (tiskoviny, reklamní předměty atd.).



jihomoravský kraj

80 mm

jihomoravský kraj

70 mm

jihomoravský kraj

60 mm

jihomoravský kraj

50 mm

jihomoravský kraj

45 mm

jihomoravský kraj

40 mm

jihomoravský kraj

Doporučená nejmenší
velikost 35 mm

jihomoravský kraj

Nejmenší přípustná
velikost 30 mm

Rozměrová řada ve škále doporučených velikostí pro různá užití. Minimální velikost logotypu je stanovena na 30 mm.
Doporučená nejmenší velikost je stanovena na 35 mm. V menších velikostech roste riziko nečitelnosti a nerozpoznatelnosti logotypu.

rozměrová řada /39

1. ~~jihomoravský kraj~~

6. ~~jihomoravský kraj~~

2. ~~jihomoravský kraj~~

7. ~~jihomoravský kraj~~

3. ~~jihomoravský kraj~~

8. ~~jihomoravský kraj~~

4. ~~jihomoravský kraj~~

9. ~~jihomoravský kraj~~

5. ~~jihomoravský kraj~~

10. ~~jihomoravský kraj~~

Není dovoleno značku používat bez konstrukční mřížky, měnit její danou barevnost nebo ji jakkoliv tvarově upravovat či deformovat. Pro udržení jednotného vizuálního stylu komunikace uvádíme příklady zakázaných variant práce s logotypem.

1. Neměníme základní barevnost / 2.–3. Nedeformu-

jeme (zúžení, roztahování) / 4. Nezkracujeme dříčky u symbolu písmene **m** / 5. Nepoužíváme jiný font / 6. Neprodlužujeme dříčky u symbolu písmene **m** / 7. Nepřemisťujeme písmeno od základní po horní dotažnici / 8.–10. Neměníme základní barevnost ani nekolorujeme další písmena z názvu instituce.

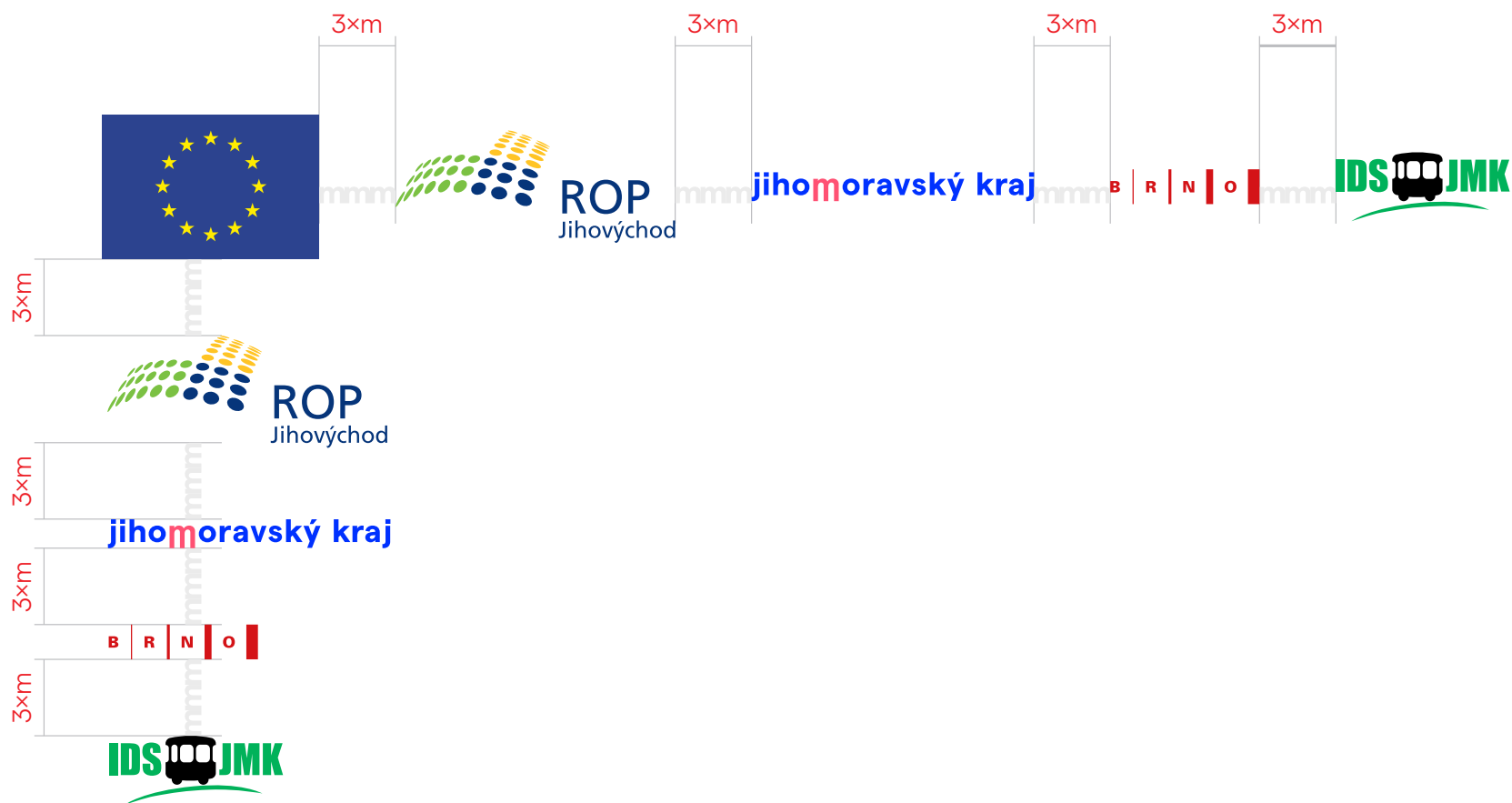


jihomoravský
kraj

Pro extrémní případy, atypické formáty či některé reklamní předměty, kde nelze použít logotyp v jeho základní kompozici, aniž by utrpěla jeho čitelnost, je vytvořena alternativní varianta do dvou řádků se zarovnáním na levý praporek.

jihomoravský kraj

vertikální varianta /42



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Pro určení vzdálenosti mezi vybranými logotypy společně s logotypem Jihomoravského kraje slouží hodnota (3xm).

jmk

jmk

jmk

jmk

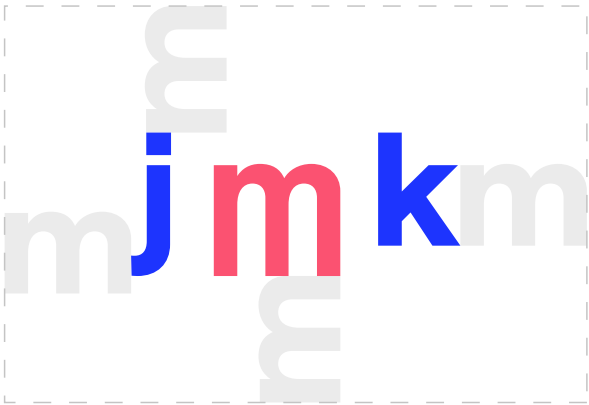
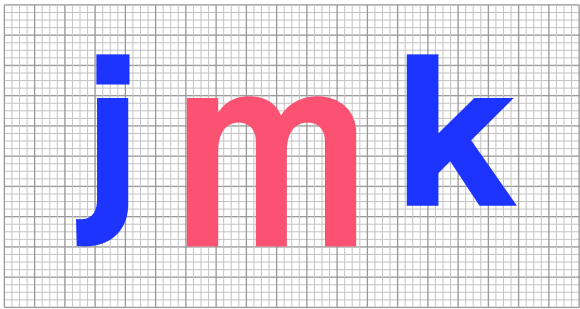
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Zkrácená verze logotypu je odvozena od logotypu Jihomoravského kraje a jeho pravidel použití. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají zachovány. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Zkrácená verze logotypu je odvozena od logotypu Jihomoravského kraje a pravidel jeho použití.

jmk

40 mm

jmk

30 mm

jmk

20 mm

jmk

15 mm

jmk

10 mm

jmk

Doporučená nejmenší
velikost 8 mm

jmk

Nejmenší přípustná
velikost 7 mm

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Zkrácená verze logotypu je odvozená od logotypu Jihomoravského kraje a pravidel jeho použití. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají zachovány. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno m..

j m k

j m k

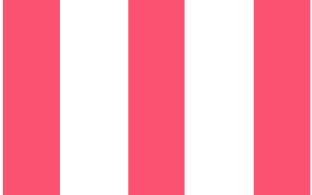


jihommoravský kraj



FORMÁLNÍ TYP
KOMUNIKACE (celý
název instituce)
Je určený pro
oficiální i marketin-
govou komunikaci
a administrativu.

Dle typu požadované komunikace volíme variantu
logotypu a jeho použití při označení v různých
situacích.



j m k

j m k



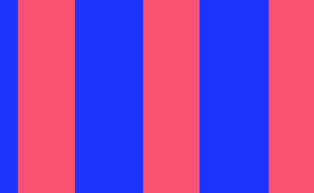
NEFORMÁLNÍ TYP
KOMUNIKACE
(zkrácený název
instituce)

Je určený pro
spontánní i marke-
tingovou komuni-
kaci.

04

dceřiné
značky
jmk

dceřiné
značky
jmk



logotyp jmk /
dceřiné značky

/52

Vzdálenost logotypu od dělicí linky

Vzdálenost logotypu od dělicí linky musí být vždy ve stejném poměru na obou stranách. Pokud je použita varianta logotypů vedle sebe, je výška dělicí linky stejná jako výška ochranné zóny logotypu Jihomoravský kraj. Při použití pod sebou je šířka dělicí linky stejná jako šířka logotypu Jihomoravský kraj.

Společné použití logotypů se vždy řídí vzájemnou dohodou obou stran, je tedy možné u doprovodného logotypu porušit ochrannou zónu.

Tloušťka tahu dělicí linky je polovinou dříku písmene m logotypu Jihomoravský kraj.

Umístění logotypů vedle sebe

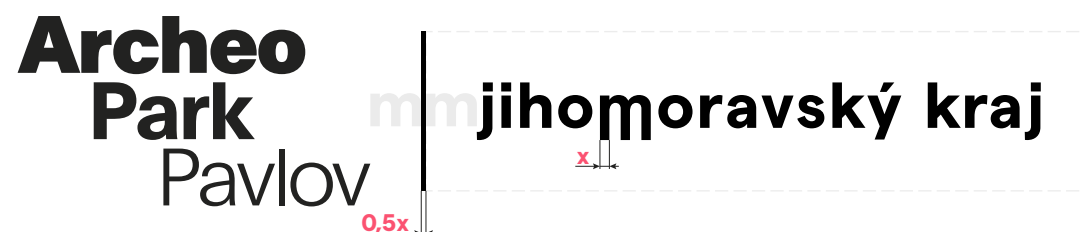
Pokud umísťujeme logotypy vedle sebe, lze použít variantu s doprovodným textem:

*Zřizovatelem (Sponzorem/
Podporovatelem etc.) společnosti
XXXX je Jihomoravský kraj.*

Umístění logotypů pod sebou

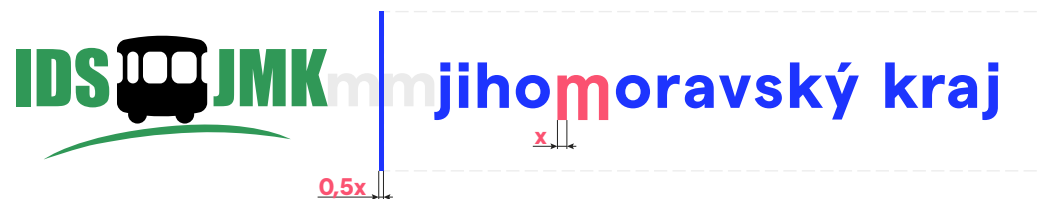
Jedná se o povolenou variantu bez doprovodného textu. Označení vzájemného vztahu (Zřizuje/Sponzoruje/Podporuje etc.) je součástí dělicí linky. Dělicí linka se v tomto případě řídí pravidly ochranné zóny logotypu Jihomoravský kraj. Šířka dělicí linky je totožná se šířkou logotypu Jihomoravský kraj a vzdálenost logotypu od dělicí linky musí být vždy ve stejném poměru na obou stranách.

**Archeo
Park**
Pavlov

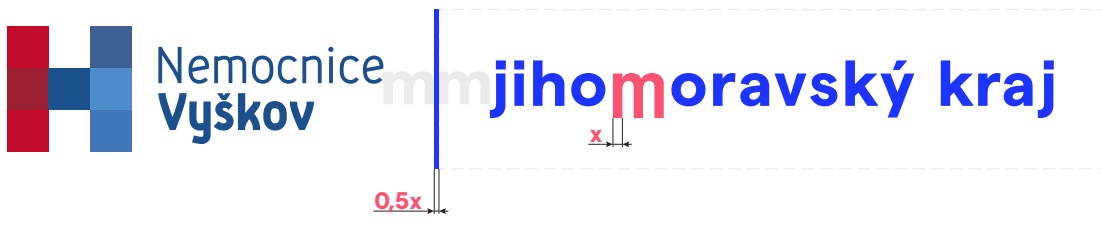


Jednobarevná varianta logotypu

Pokud je použita jednobarevná varianta logotypu dceřiné značky, doporučujeme doplnit ji jednobarevnou variantou logotypu Jihomoravského kraje.

**Varianta použití barevného logotypu**

Pokud existuje barevná varianta logotypu dceřiné značky a je použita, doporučujeme doplnit ji barevnou variantou logotypu Jihomoravského kraje.



04

logotyp jmk / dceřiné značky

Varianta logotypu Jihomoravského kraje v závislosti na jeho použití

Nezkrácenou variantu logotypu Jihomoravský kraj používáme primárně pro formální marketingovou komunikaci, přípustná je rovněž varianta zkráceného logotypu nebo symbolu písmene m.



jihom**m**oravský kraj

Zkrácený logotyp a symbol písmene m je vhodný pro neformální marketingovou komunikaci. Přípustná je rovněž nezkrácená varianta logotypu Jihomoravský kraj.



04

logotyp jmk /
dceřiné
značky



———— Spolufinancuje ————
jihomoravský kraj

Umístění logotypů pod sebou

Jedná se o povolenou variantu bez doprovodného textu. Označení vzájemného vztahu (Zřizuje/Sponzoruje/Podporuje etc.) je součástí dělicí linky. Dělicí linka se v tomto případě řídí pravidly ochranné

zóny logotypu Jihomoravský kraj. Šířka dělicí linky je totožná se šířkou logotypu Jihomoravský kraj a vzdálenost logotypu od dělicí linky musí být vždy ve stejném poměru na obou stranách.

rodinná politika jihommoravského kraje

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Logotyp rodinné politiky je odvozený od logotypu Jihomoravského kraje, který ji řídí, a pravidel jeho použití. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají zachovány. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno **m**.

seniorská politika jihommoravského kraje

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

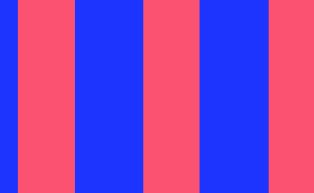
06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Logotyp seniorské politiky je odvozený od logotypu a pravidel Jihomoravského kraje, který ji řídí. Minimalismus, barevnost i typografie zůstávají stejné. Dominantním prvkem je signifikantní písmeno **m**.



typo- grafie jmk



základní písmo	/64
doplňkové písmo	/66

MATTER SQ – LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

MATTER SQ – ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

MATTER SQ – BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

MATTER SQ – BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

Základní písmo představuje font MATTER SQ.

Charakter písma je jedním ze základních prvků

logotypu. Jeho používání je jedním z předpokladů

jednotného vizuálního stylu.

Základní písmo používáme ve sloganech i v souvislém

textu. Je užíváno v marketingové komunikaci institutu.



MATTER SQ – LIGHT / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD ITALIC/ VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – LIGHT / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

MATTER SQ – BOLD ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

ARIAL – BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

Doplňkovým písmem jednotného vizuálního stylu
byl zvolen bezpatkový font Arial, který používáme
v běžném administrativním textu. Pro běžný text
doporučujeme řez regular, pro zvýraznění bold.



ARIAL – REGULAR / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD ITALIC / VELIKOST 9/12 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – REGULAR / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

ARIAL – BOLD / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

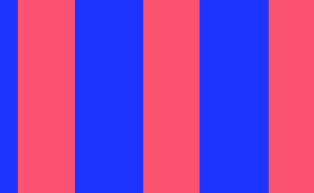
ARIAL – BOLD ITALIC / VELIKOST 11/14 BODŮ

Temporen dustorum sim ilitem sin reius, quia dignatur rem idusdaest, cusandent ullame velitiis dit pelitestrum aperibus atibus et repersp ientius eum sed ut alibusd animini tibusda volorepti nusdae vitiosa nonsequae lati ut et od enihiciisque corrovi tateserum quaes evenit officimod quasperum quati tet quaes adis ipsaped quam, ipsus recturia voluptatum arum andeles tiuntem.

06

definice
barev
jmk

definice
barev
jmk

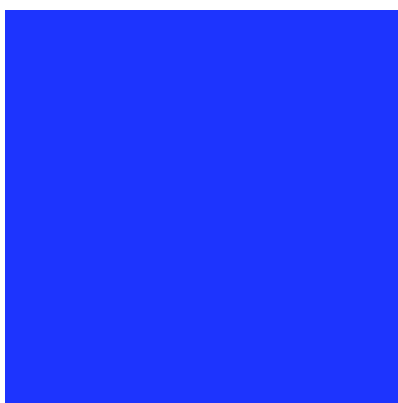


definice barev jmk

/70

06

definice barev jmk



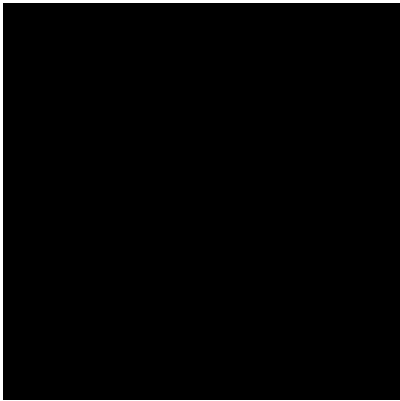
Pantone Blue 2728C
CMYK 95/70/0/0
RGB 29/52/254
web #1d34fe



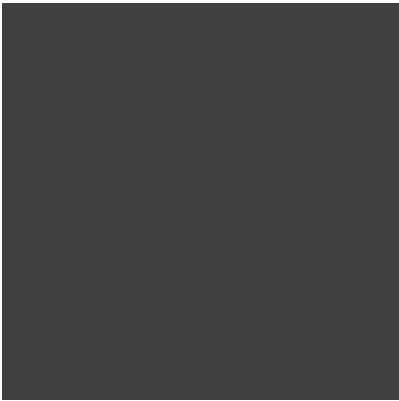
Pantone 1787C
CMYK 0/87/60/0
RGB 251/82/113
web #fb5271

Základní barevné provedení logotypu napomáhá odlišnosti, zapamatovatelnosti a hravosti. Usnadňuje identifikaci a dodává logotypu osobitý, moderní charakter, zároveň se však odkazuje na kulturní tradici Jihomoravského kraje. V layoutu jsou zastoupeny 2 hlavní barvy: modrá a purpurová.





Pantone Black
CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
web #000000



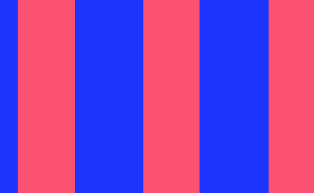
Pantone Cool Gray 10 C
CMYK 0/0/0/75
RGB 100/101/105
web #636363



07

vizuální
styl
jmk

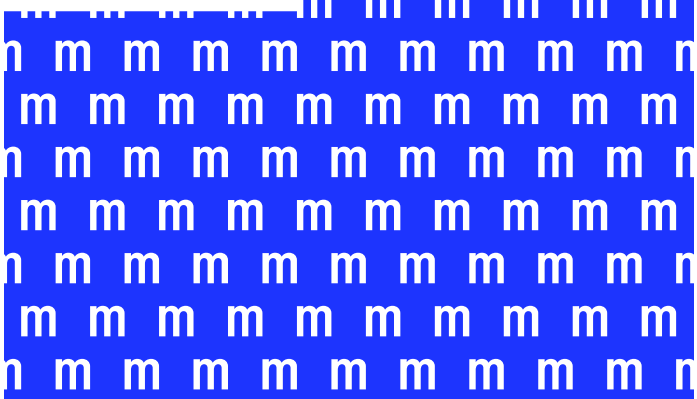
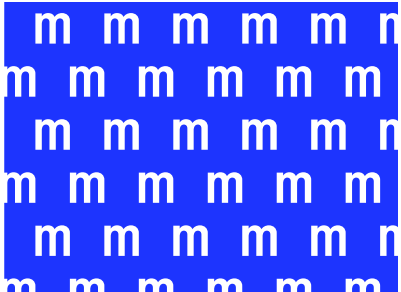
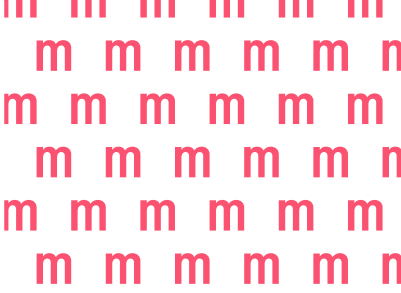
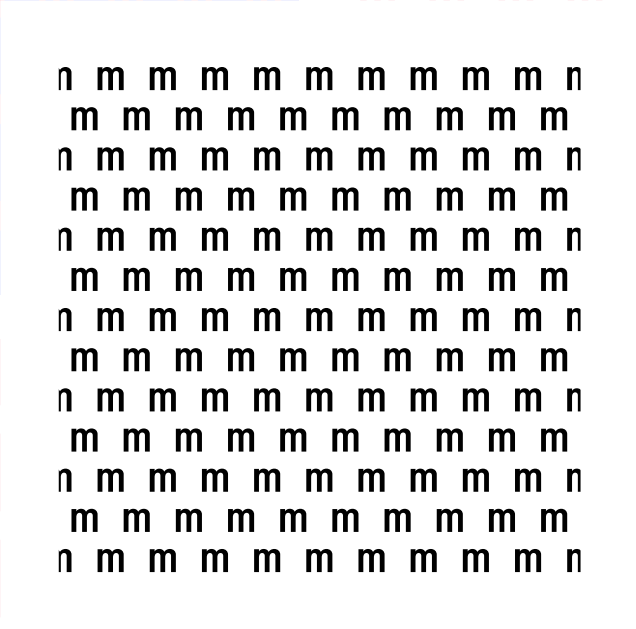
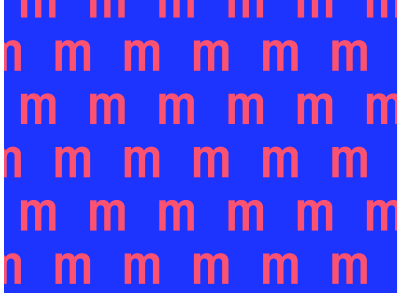
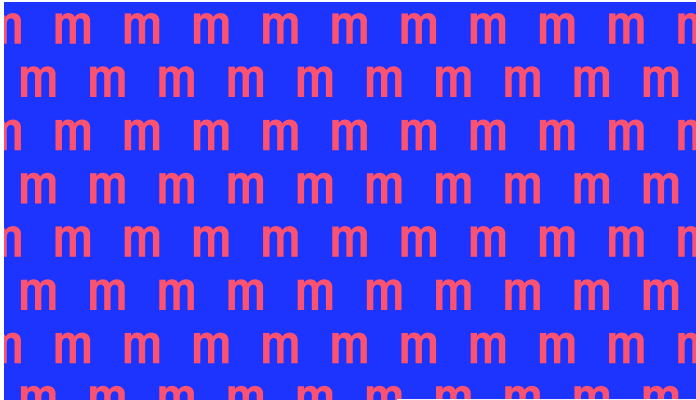
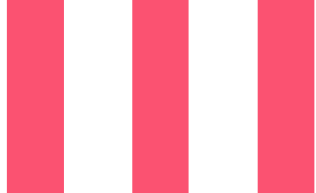
vizuální styl jmk



doplňkové prvky	/74
piktogramy	/78

A large, bold, red lowercase letter 'm' is centered on the page. It is a simple, sans-serif font with a thick stroke.

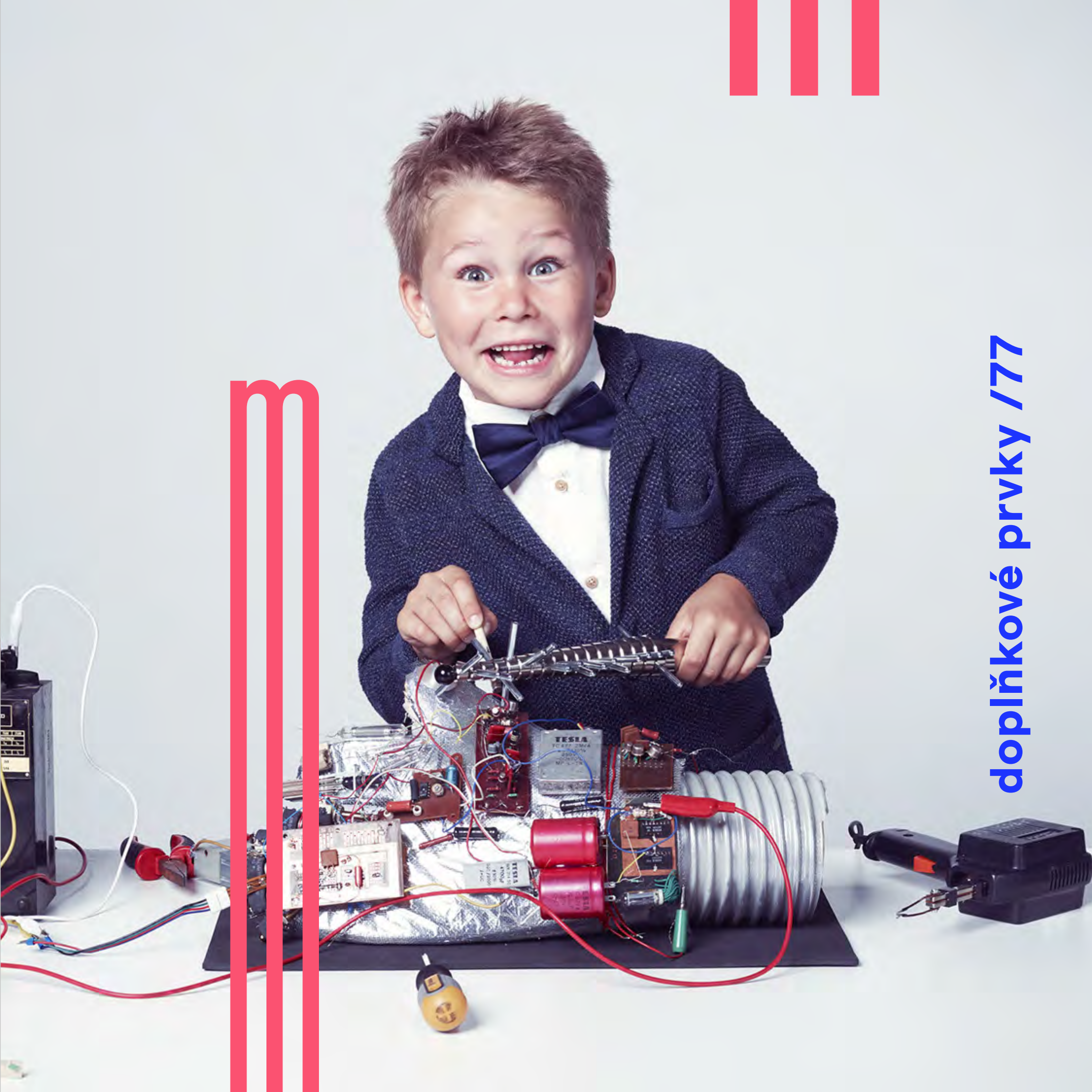
Doplňujícím grafickým prvkem v laoyutu je symbol písmene **m**. Můžeme jej použít samostatně i v podobě patternu či si s ním typograficky hrát. Fantazii se meze nekladou.





Doplňkový, prodloužený symbol písmene **m** musíme vždy protahovat do spadu formátu či image fotografie. V layoutu jej můžeme umisťovat libovolně.

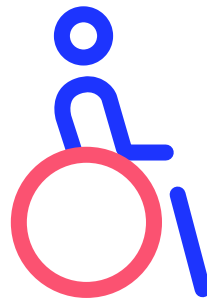
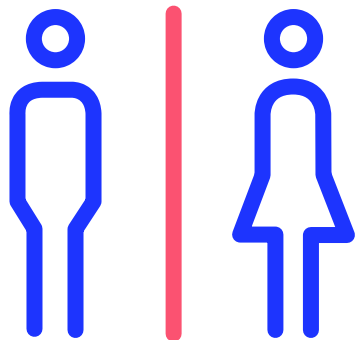
Doplňujícím grafickým prvkem v laoyutu je symbol písmene **m** v obou variantách (základní i prodloužené). Prodloužený symbol písmene m kombinujeme pouze se základní variantou logotypu.



m



doplňkové prvky /77



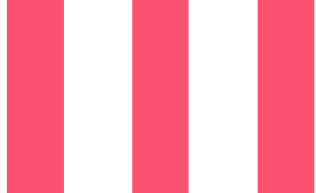
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

05 Typografie

06 Barevnost

Piktogramy mají široké uplatnění ve vizuální komunikaci v různých oblastech. Znázorňují pojem či obrazové sdělení. Pomáhají nám k velmi rychlé

orientaci. Ukázka grafické podoby stylu navržených piktogramů vycházejících z minimalismu, čitelnosti, hravosti s akcentem barevného prvku z logotypu.

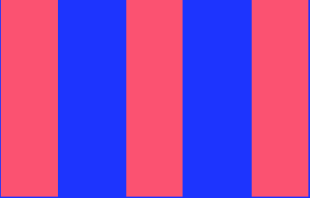


piktogramy /79

08

tištěné
materiály jmk /
vizuální styl

tištěné mate- riály jmk



vizuální styl plakát A4	/82
vizuální styl	
plakát A4 akce	/84
vizuální styl pozvánka	/86
vizuální styl	
billboard, bigboard	/87
vizuální styl clv	/88
vizuální styl	
roll-up banner	/89
vizuální styl brožura DL	/90
vizuální styl brožura	/92



Typografické zpracování bez image fotografie vždy doplňuje výrazný grafický symbol písmene **m**.

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Image komunikace prostřednictvím plakátů může být velice variabilní a hravá. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření

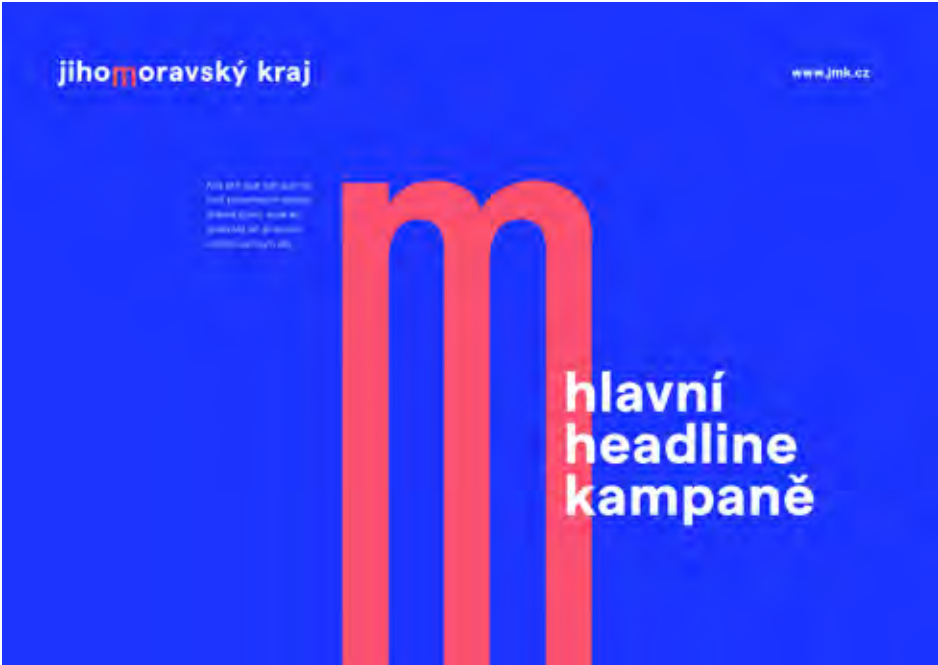
kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách. Konkrétní výstupy tak musí ctít zásadu minimalistického provedení, základní barevnost a použití výrazného grafického prvku písmene **m**.

Největší důraz klademe na výběr fotografie dle specifické kampaně. Použité foto musí mít pozitivní emoční výraz a využívat spíše spektrum teplých barev než barev chladných.

Nedílnou součástí je krátký image claim/slogan, který společně s logotypem a fotografií tvoří její image.



Je-li v grafickém layoutu použita image fotografie s doprovodným textem, doplníme ji pouze drobným, avšak stále signifikantním prvkem písmene **m**.





Typografické zpracování bez image fotografie vždy doplňuje výrazný prodloužený grafický symbol písmene **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Image komunikace prostřednictvím plakátů může být velice variabilní a hravá. JMK proto nepoužívá

striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách. Konkrétní výstupy tak musí ctít zásadu minimalistického provedení,

základní barevnost a použití výrazného grafického prvku písmene **m**.

Doporučujeme však použít barevný, sytý background, díky kterému bude akce nepřehlédnutelná a výrazná. Výstup doplníme o potřebné informace, brand, popřípadě jej můžeme oživit fotografií, která bude splňovat emoční výraz celé komunikace.



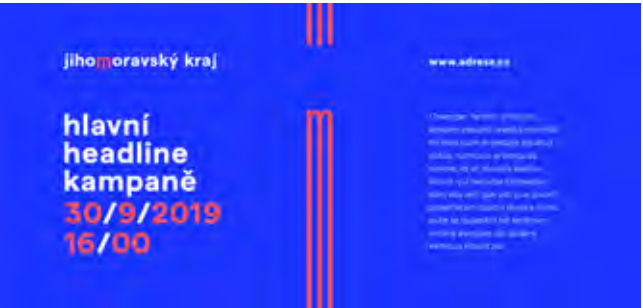
Je-li v grafickém layoutu použita image fotografie s doprovodným textem, doplníme ji pouze drobným signifikantním prvkem písmene **m**.



Offic tem qui
re aut volor as
dolur et quia
aceate eos
excera dolupta
brazint.



vizuální styl plakát A4 akce /85



Dalším doprovodným
prvkem je pattern
z písmene **m**.

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

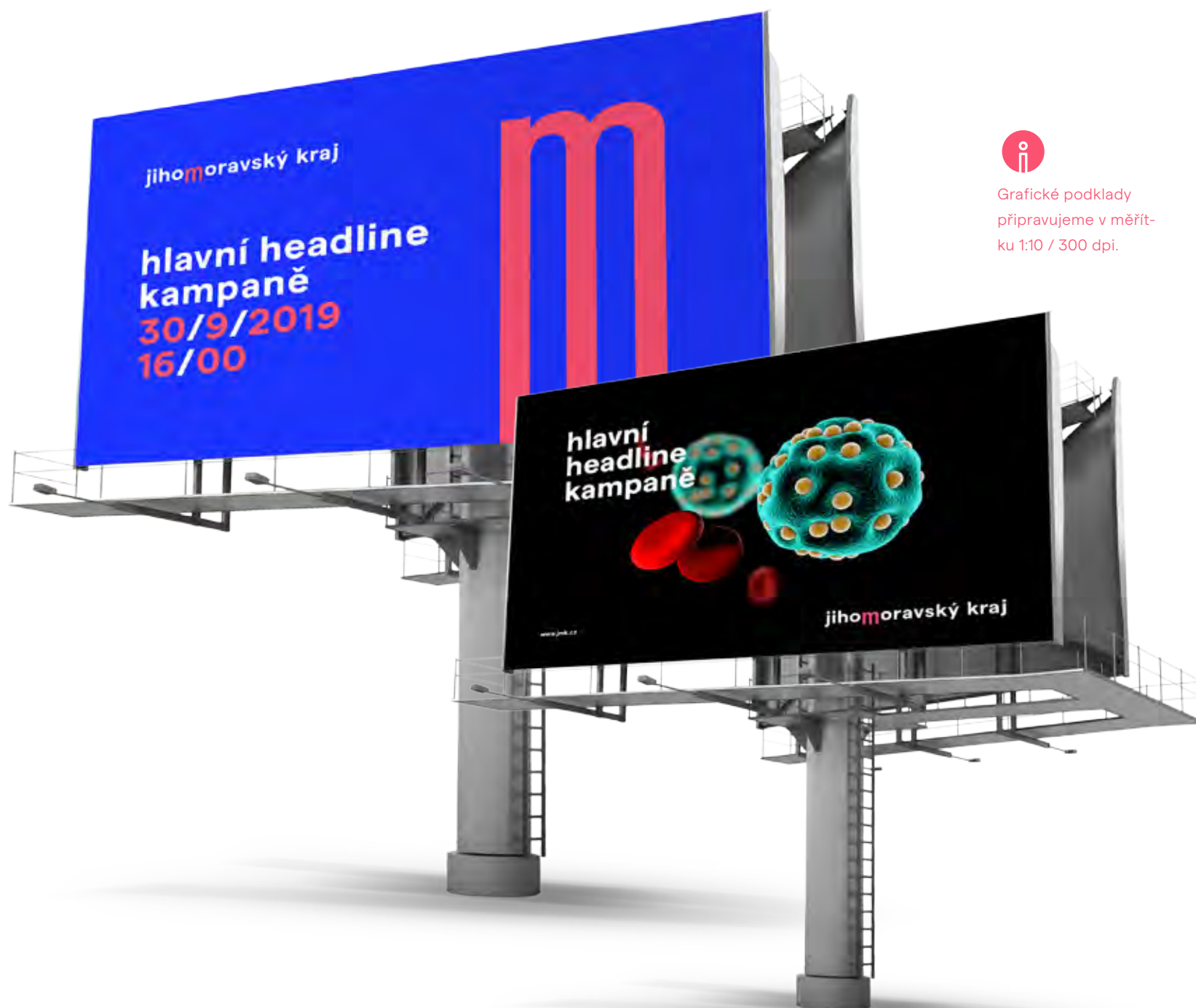
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Minimalistické provedení. Základní barevnost.
Výrazný grafický prvek **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Formát Euro billboard 5 100×2 400 mm.

Formát Bigboard 9 600×3 600 mm.

Billboardy/Bigboardy jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl

fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách. Hlavním prvkem je celoformátová fotografie re-spektující pravidla fotografického stylu (zvolíme dle typu kampaně), kterou doplňujeme o hlavní komponenty layoutu (logotyp, typografie, headline).

vizuální styl billboard, bigboard /87

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

CLV jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat

grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.



Logotyp aplikujeme vždy do vrchní části formátu. Střední část je vyhrazena pro hlavní sdělení (slogan, claim). Snažíme se především o přehlednost, proto s textem raději šetříme. Ve spodní části komunikujeme emoční linii pomocí tematické fotografie.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

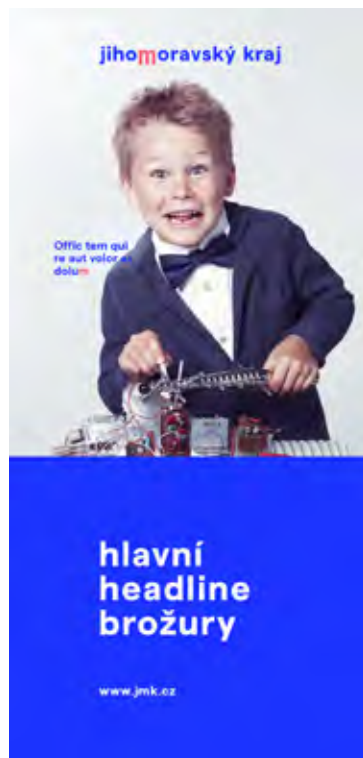
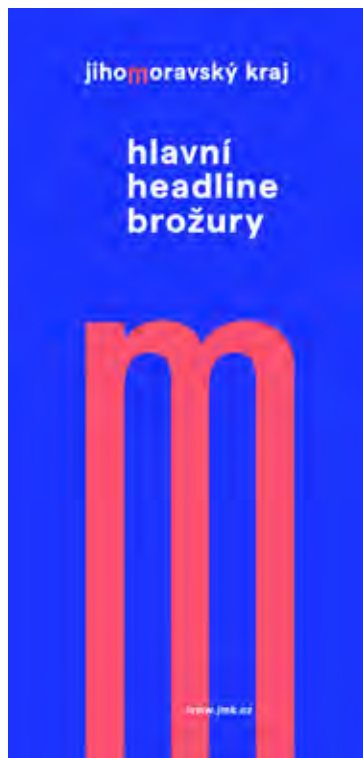
05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Roll-upy jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu. Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržo-

vat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.



Logotyp s protaženým symbolem **m** je možné použít i přes image fotografii.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout DL 210×100 mm/100×210 mm. DL brožury jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logotyp a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochrannou zónu, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.), uvedená v jednotlivých kapitolách.

headline
brožury 2

sume
omni-
squunti
voluptat

numquam erumquias dolere, id ut iduscis averlac iliquid qui ne- culpe rionsequosam.

Alia erit que oip que vo- lent potenterum quatio dolere iocem, aute as quaeat lat viontrum volens erumum lab spi- dens pennulas quibus volone, offic tem vol- nare vempel fahemp- enipat senta que que vat ma aliat offhodem doluptatur as ex eu- miquantum fugitast fa- ctouae. Nempor fionag- nis des eum. Neipia zi- emde rionsequat ex ei- mlin conped magni volharque doceptak.

jihomoravský kraj

hlavní
headline
brožury

m

www.jmk.cz

headline
brožury 1

sume
omni-
squunti
voluptatia
vel iurhe.

numquam erumquias dolere, id ut iduscis averlac iliquid qui ne- culpe rionsequosam.

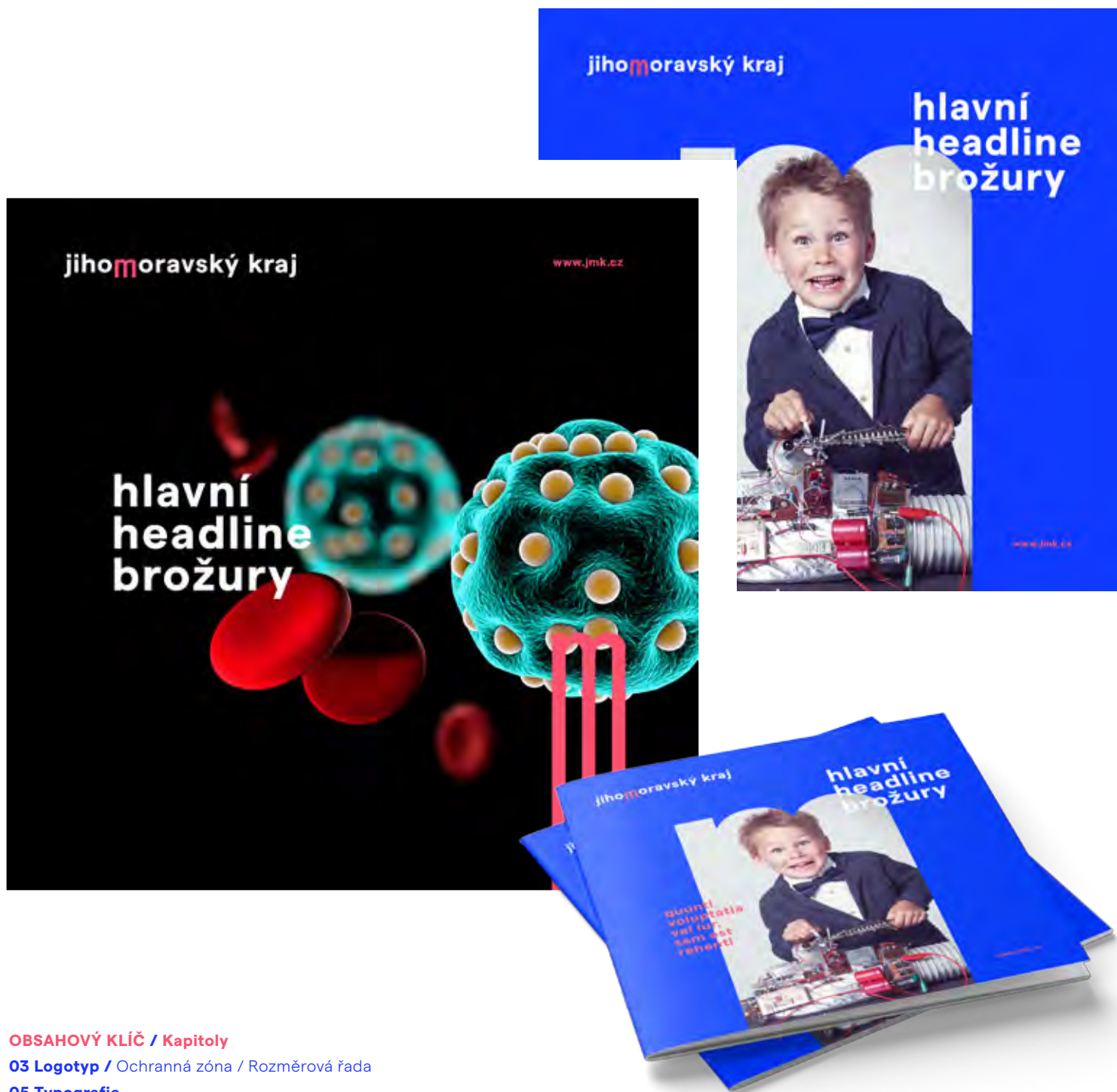
Alia erit que oip que vo- lent potenterum quatio dolere iocem, aute as quaeat lat viontrum volens erumum lab spi- dens pennulas quibus volone, offic tem vol- nare vempel fahemp- enipat senta que que vat ma aliat offhodem doluptatur as ex eu- miquantum fugitast fa- ctouae. Nempor fionag- nis des eum. Neipia zi- emde rionsequat ex ei- mlin conped magni volharque doceptak.

jihomoravský kraj

jihomoravský kraj
 telefonní ústředna 449/1
 602 62 Brno

www.jmk.cz

vnitřní strana brožury DL /91

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

Layout čtvercového formátu 210×210 mm.

Brožury jsou často odlišného charakteru. JMK proto nepoužívá striktně daná pravidla pro tvorbu jejich layoutu.

Zde uvedený příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě

layoutu je však nutné dodržovat grafická pravidla (logo-

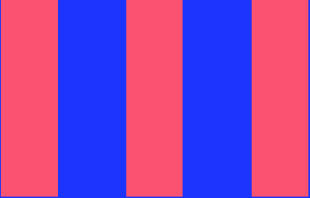
typ a jeho náležitosti, barevnost, velikost, ochranná zóna, styl fotografií dle zaměření kampaně, typografii, podkladové plochy atd.) uvedená v jednotlivých kapitolách.



09

merkantilní
tiskoviny
jmk

merkan- tilní tiskoviny jmk



dopisní papír A4	/96
tisková zpráva A4	/98
dopisní obálky DL, C5	/100
vizitky	/106
jmenovky zaměstnanci	/108
jmenovky na stůl	/109
jmenovky návštěvy	/110
samolepky	/111
vizuální styl	
prezentační slohy	/114
vizuální styl	
prezentační slohy VIP	/115
poznámkový blok	/116
informační cedule	/119
výškové panely	/120
šířkové panely	/121
hlavička periodik	/122
označení hranic regionu	/123
informační cedule	/124
vlajky	/125

jihomoravský kraj

Vážený pan
Jméno Příjmení
Adresa
PSČ Město

Brno 1. prosince 2018

Vážený pane,

opta comnim quodiciet ut ent magnias quo et labo. Xerro cus mo omnit, suntinv eresci aspedita dolorib
usapis sandit dollanda peria plabor as evenis distium ne verum sinis el enduntiasi alictotatem aspella
borepre voluptaquam, odís sequi sum volendunt incit remporerio. Itatius aliquam et facereici tem fugitam
de dem et invendae rem hilia quiscienda volo tem eatiore quam ut optates excepel ecullist eat imo omnis
quatur sitio ventur, atur rerunt.

To illuptatist laut alique nullupt aturem fuga. Archiciati blab illabore nia valoribus maio beaque posae vent
et quae nimus, sendia invel est, si seque et eat volut eum dent.
Pitat vit atiatqui blaborum et que volest, nia quam, amendis ime porest ommoditium se aspel eatios nihi-
tenihil imusa sed qui apis asi conse qui reperit, tem repudam vernati ut ex evenis ditatur ectenis itibusa et
faciunt.

Cabor rem vit latquiae nus animaxi magniminus velectest el escium accuum que consequiam nat.
Ture, idestota eos mos volorecat pa sandae vollautet landam faccusdaerum invel invenis ut perumet
incienihil mos nones modis pelluptat qui del ex esci con ent. Alique animpor ab idelitat unto ipisit eaquiae
laut inist excerios accus et inum natur sum alisto optatusandae venducipsum faccatur mi, int dem ilique
ma cus.

Borro et esenita tionecum re sequo consequi sequam lab idis ea apienimus molori volupta velic tem con
praectu rectet earum harum sapedic tenditatio optur accatendi beratiate pro voloreped mod.

Volorum que endit quodis rerspel liatibusanit pressit aut hariat que ne volore laudiam in pration
sequamet aut quidunto dolupta tessitatque ommolenisci tem quae volorem non resti repel
solupta temporuptis dolorion corum quam volupta vollora volum is adipienis de corum
quis aut fugitius volor aut earum fuga. Aquis samus, ilias nesis ex et ratia dolorit
lab inciis explab id que eumque exped quatur, volupta tureptatem ipient erum
sima volupid quo inis dellita dolorio nectota nem vel ea ilitatiunt as.

Jméno Příjmení
Funkce na úřadě

Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Telefon: 541 651 111, fax: 541 651 209, IČO: 70888337, DIČ: CZ70888337
Číslo příjmového účtu: 27-7188260227/0100, ID datové schránky: x2pbqzq
E-mail: posta@jmk.cz, web: www.jmk.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

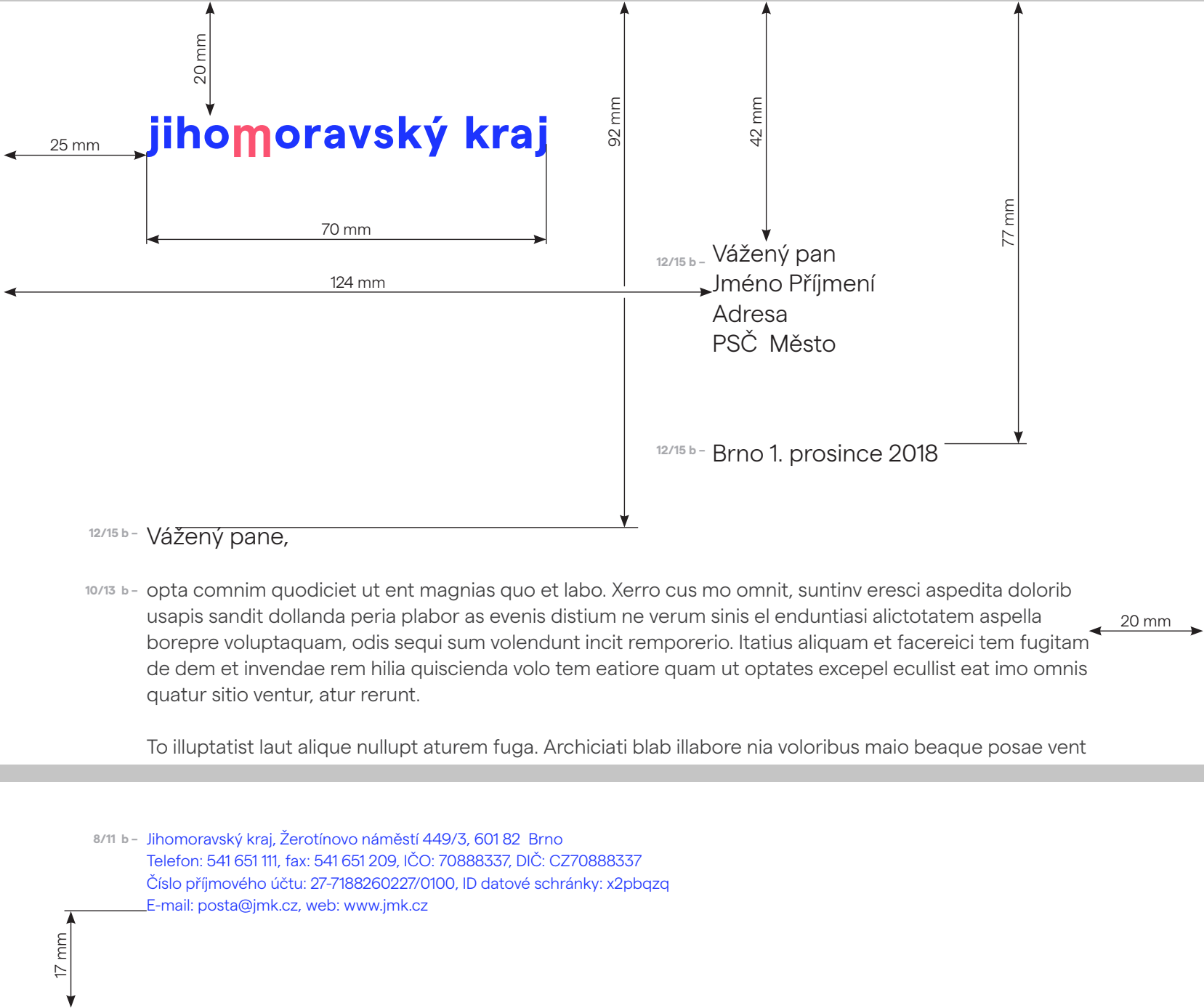
05 Typografie

06 Barevnost

Formát dopisního papíru A4 210 x 297 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.





dopisní papír A4 /97

Detail popisku a rozkres použití logotypu na
dopisním papíru.

jihomoravský kraj

NÁZEV TISKOVÉ ZPRÁVY

Opta comnim quodiciet ut ent magnias quo et labo. Xerro cus mo omnit, suntinv eresci aspedita dolorib usapis sandit dollanda peria plabor as evenis distium ne verum sinis el enduntiasi alictotatem aspella borepre voluptaquam, odis sequi sum volendunt incit remporerio. Itatius aliquam et facereici tem fugitam de dem et invendae rem hilia quiscienda volo tem eatiore quam ut optates excepel ecullist eat imo omnis quatur sitio ventur, atur rerunt.

To illuptatist laut aliqu nullupt aturem fuga. Archiciati blab illabore nia valoribus maio beaque posae vent et quae nimus, sendia invol est, si seque et eat volut eum dent. Pitat vit atiatqui blaborum et que volest, nia quam, amendis ime porest ommoditium se aspel eatios nihi- tenihil imusa sed qui apis asi conse aturem qui reperit, tem repudam vernati ut ex evenis ditatur ectenis itibusa et faciunt.

Cabor rem vit latquiae nus animaxi magniminus velectest el escium accum que consequiam nat. Ture, idestota eos mos volorecat pa sandae vollautet landam faccusdaerum invol invenis ut perumet incienihil mos nones modis pelluptat qui del ex esci con ent. Alique animpor ab idelitat unto ipisit eaquiae laut inist excerios accus et inum natur sum alisto optatusandae venducipsum faccatur mi, int dem ilique ma cus.

Borro et esenita tionezum re sequo consequi sequam lab idis ea apienimus molori volupta velic tem con praectu rectet earum harum sapedic tenditatio optur accatendi beratiате pro voloreped mod.

Volorum que endit quodis rerspel liatibusanit pressit aut hariat que ne volore laudiam in pration sequamet aut quidunt dolupta tessitatque ommolenisci tem quae volorem non resti repeles equidis am, solupta temporuptis dolorion corum quam volupta vollora volum is adapienis de corum dolo vid mo optas quis aut fugitiusolor aut earum fuga. Aquis samus, ilias nesis ex et ratia dolorit landiat eceatestia pe lab inciis explab id que eumque exped quatur, volupta tureptatem ipient erum estist et, cum nos si omni- sima volupid quo inis dellita dolorio nectota nem vel ea ilitatiunt as.

Jméno Příjmení
Funkce na úřadě

Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Kontakt pro média:
Telefon: +420 604 309 711
E-mail: brindzakova.monika@kr-jihomoravsky.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

Formát tiskové zprávy A4 210 x 297 mm.

06 Barevnost

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

jihomoravský kraj

jihomoravský kraj

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**03 Logotyp /**

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie**06 Barevnost**

3 grafické varianty možného rozpracování.

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu
na dopisních obálkách.

jmk

jmk

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**03 Logotyp /**

Ochranná zóna / Rozměrová řada

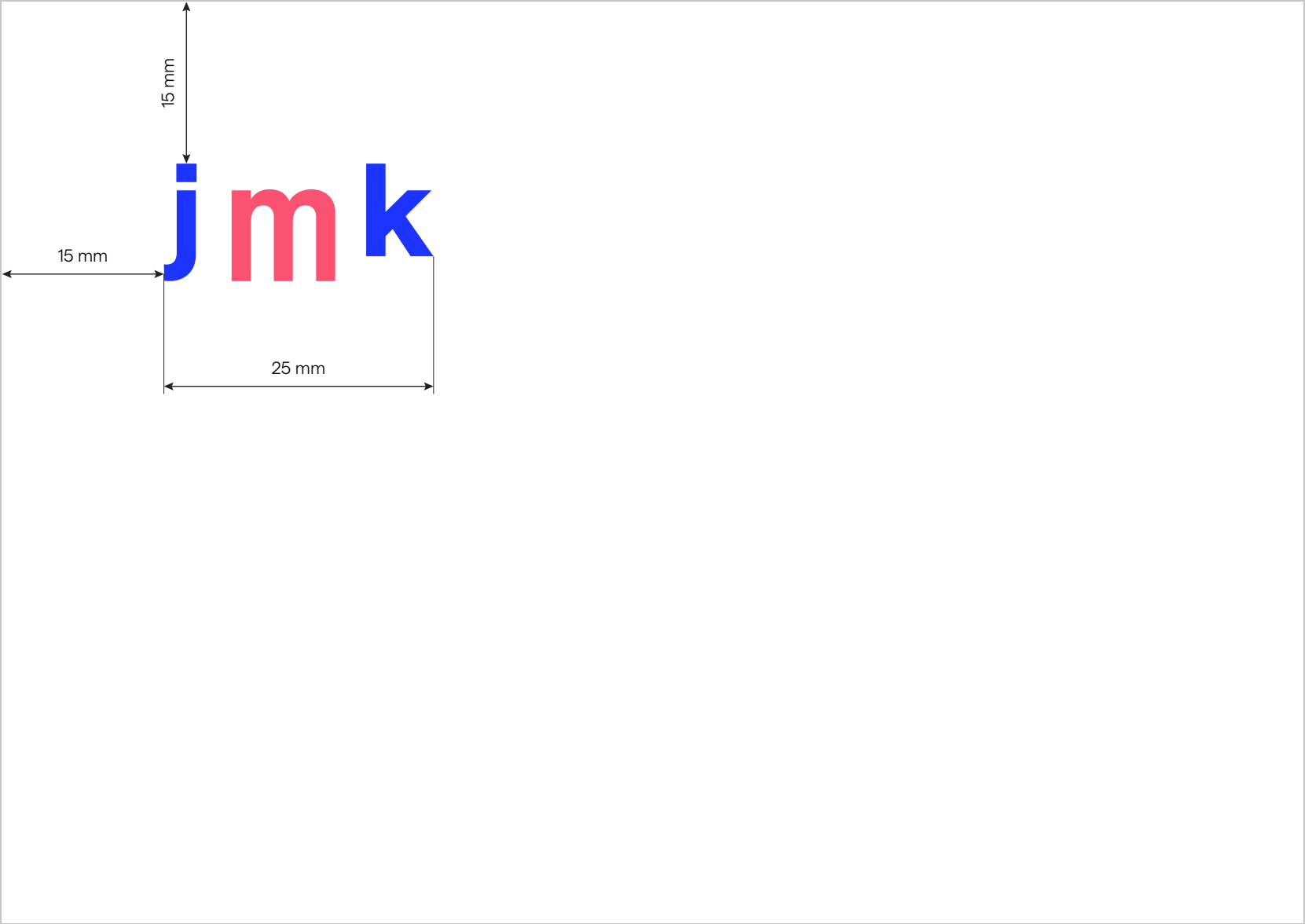
05 Typografie**06 Barevnost**

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

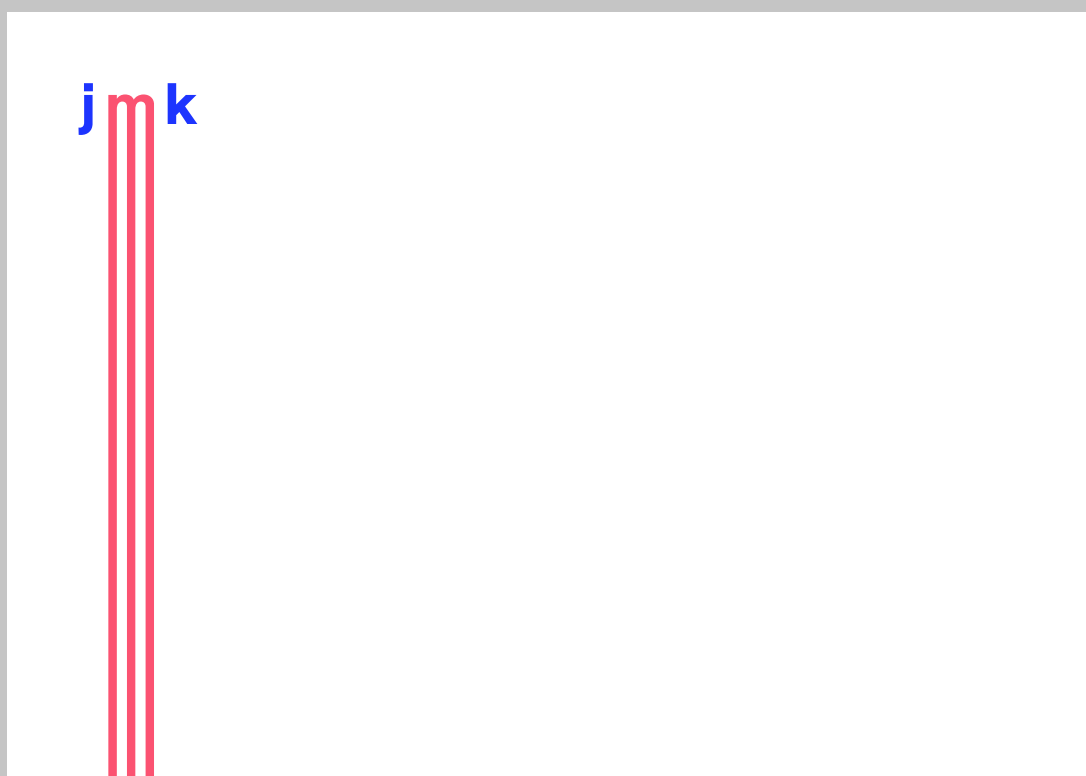
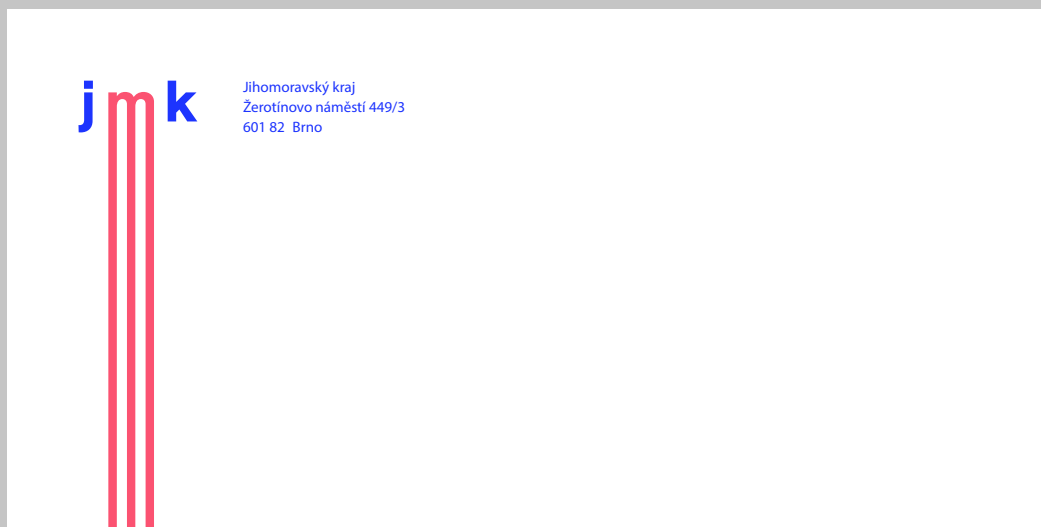
Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení.

Základní barevnost.



Detail popisku a rozkres použití logotypu
na dopisních obálkách.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp /**

Ochranná zóna / Rozměrová řada

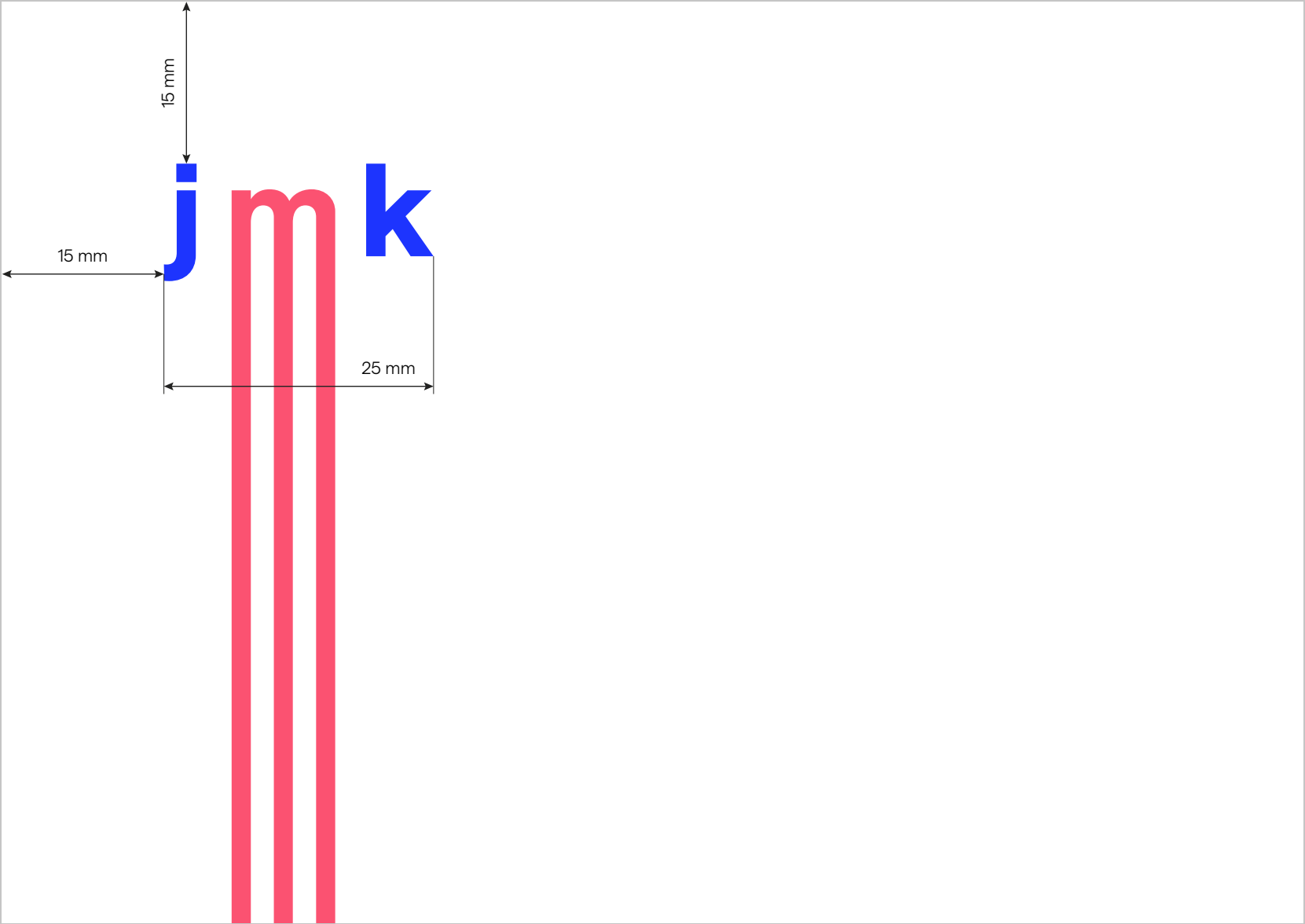
05 Typografie**06 Barevnost**

Formát obálky DL 110 x 220 mm.

Formát obálky C5 162×229 mm.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

Výrazný protažený grafický prvek **m** z loga.



Detail popisku a rozkres použití logotypu
na dopisních obálkách.

jihomravský kraj

jmk

Jméno a příjmení

funkce

Odbor

telefon / +420 XXX XXX XXX

e-mail / prijmeni.jmeno@jmk.cz

web / www.jmk.cz

Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno

Jméno Příjmení

funkce

Odbor

telefon / +420 XXX XXX XXX

e-mail / prijmeni.jmeno@jmk.cz

web / www.jmk.cz

Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno

oboustranné vizitky

south moravian region

Name Surname

position in the company

department

phone / +420 XXX XXX XXX

e-mail / prijmeni.jmeno@jmk.cz

web / www.jmk.cz

Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno, Czech Republic

jihomravský kraj

Jméno Příjmení

funkce

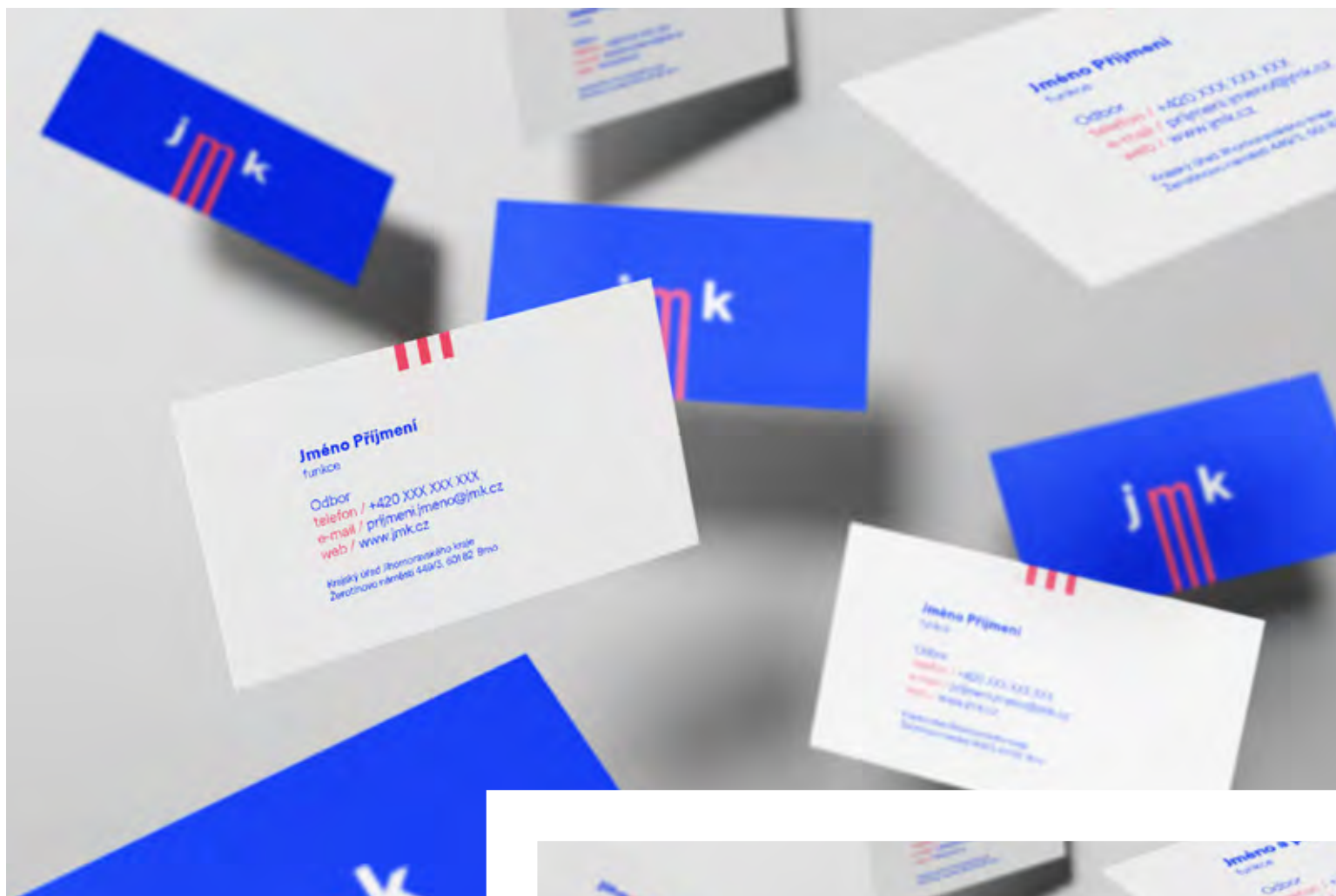
Odbor

telefon / +420 XXX XXX XXX

e-mail / prijmeni.jmeno@jmk.cz

web / www.jmk.cz

Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Nejpoužívanější formát vizitek 90×50 mm.

Můžeme se však setkat s různými atypy (85×54 mm,

85×55 mm) - označovány často jako Euro formáty.

Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost**

Formát jmenovky 85×55 mm. Šířka fotografie 1/4 čistého formátu, výška fotografie 1/2 čistého formátu.
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp /

Ochranná zóna / Rozměrová řada

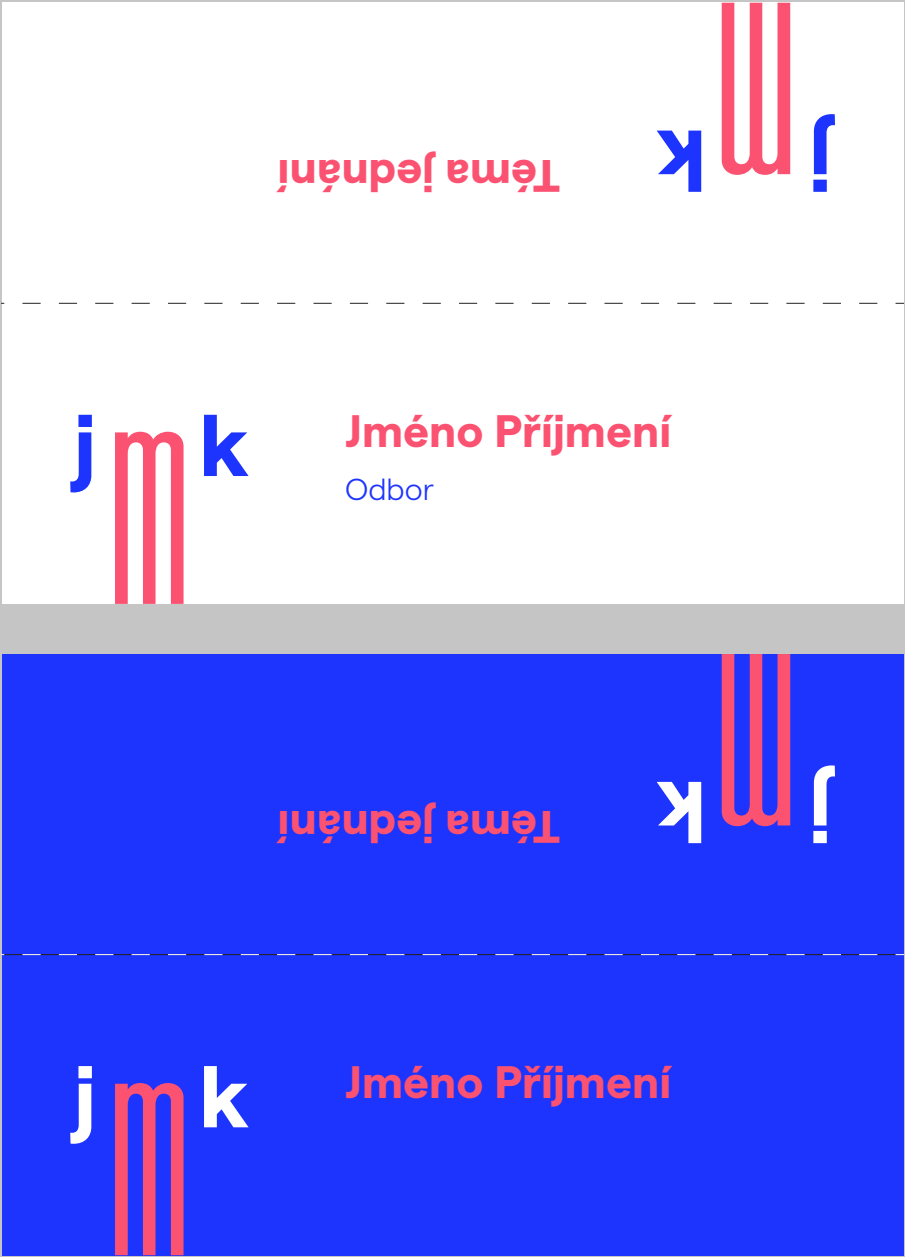
05 Typografie

06 Barevnost

Formát jmenovky 210×140 mm.

Šrafovaná linka znázorňuje oblast ohybu jmenovky.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



jiho**m**oravský kraj

Jméno a Příjmení
důvod návštěvy

jiho**m**oravský kraj

Jméno a Příjmení
důvod návštěvy

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

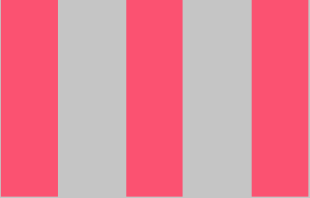
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Doplňující text umístěn na střed formátu.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



samolepky /111

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada
06 Barevnost

Minimalistické provedení.
Základní barevnost.

jihomoravský kraj

Název odboru
Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
posta@jmk.cz
www.jmk.cz

jihomoravský kraj

Název odboru
Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
posta@jmk.cz
www.jmk.cz

jihomoravský kraj

Název odboru
Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
posta@jmk.cz
www.jmk.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

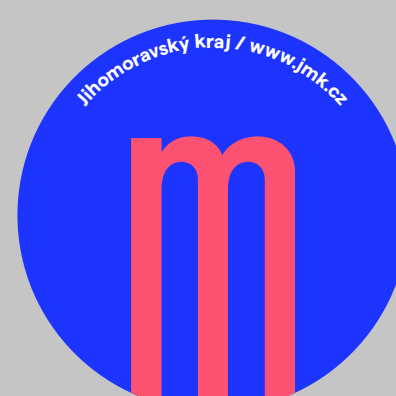
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Doplňující text umístěn na střed.

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

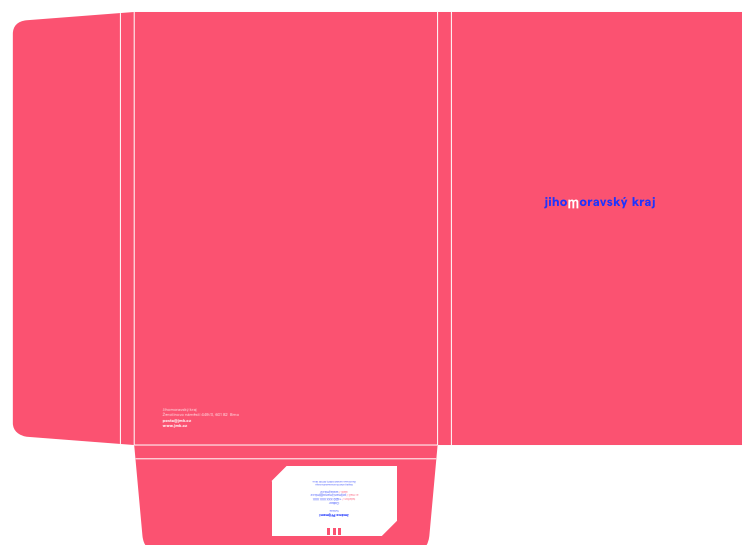
06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Doplňující text umístěn k hornímu kraji formátů.

Minimalistické provedení. Výrazný grafický prvek **m**.

Základní barevnost.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

Prezentační slohy.

Výsledný formát A4+ (215×310 mm).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Prezentační slohy.

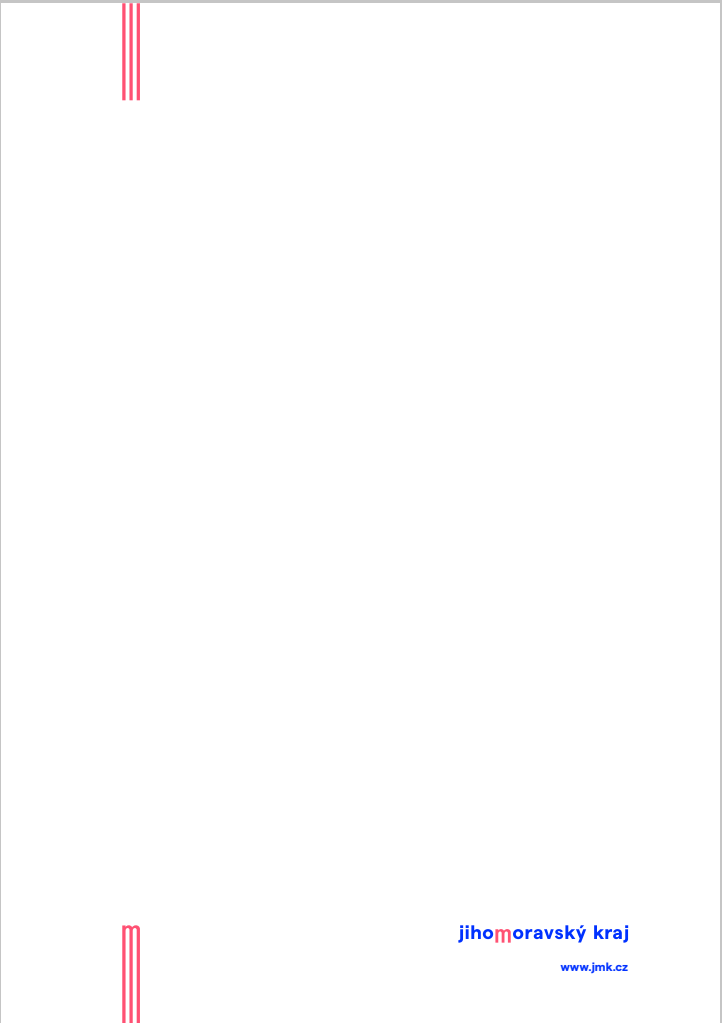
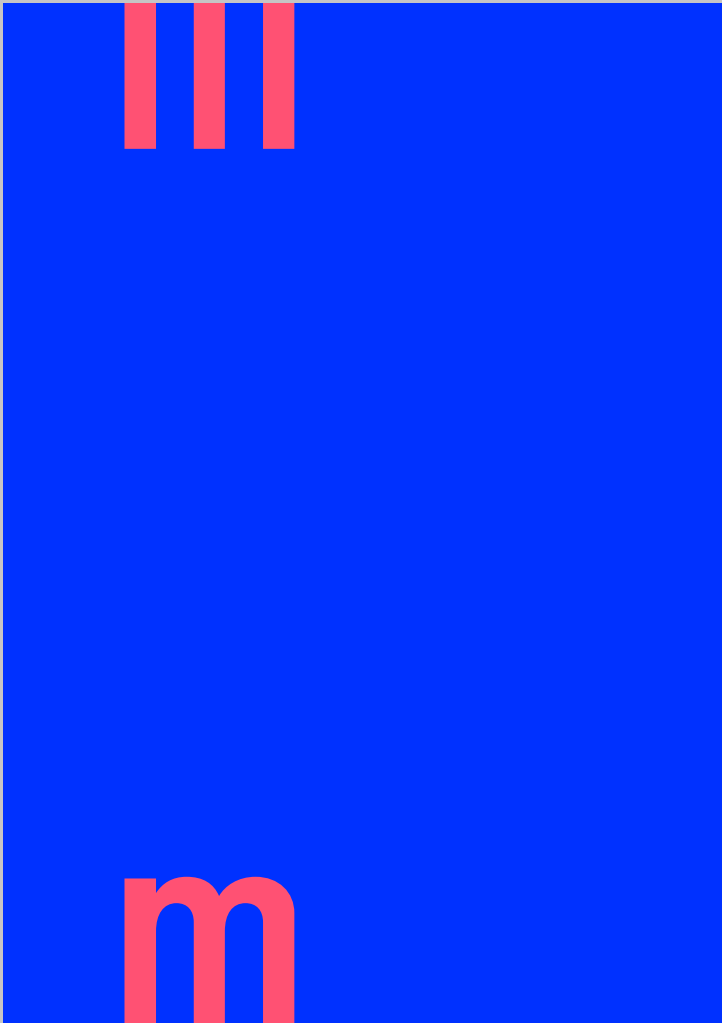
Výsledný formát A4+ (215×310 mm).

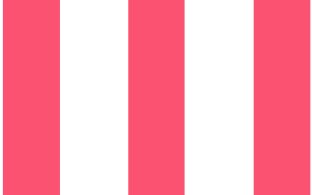
Minimalistické provedení. Základní barevnost.

Výrazný grafický prvek **m**.



prezentační slohy VIP /115





OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Poznámkový spirálový blok.

Formát A5 (148×210 mm).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

poznámkový blok /117

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

Poznámkový trhací blok (ekonomičtější varianta).

Formát A4 (210×297 mm).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout koncipován do 5 rámců pro aplikaci textů (headlinů, subheadlinů) nebo image fotografií. Lze mezi sebou různě kombinovat.

Text zarovnaný na levý praporek. Headliny - základní písmo v řezu bold, doplňující text - základní písmo light.





OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Layout koncipován do 2 rámců určených pro aplikaci textů (headlinů, subheadlinů) nebo image fotografií. Lze mezi sebou různé kombinovat. Doplněn o grafický prvek písmene **m**.

Text zarovnaný na levý praporek. Headliny – základní písmo v řezu bold, doplňující text – základní písmo light.



jihomoravský kraj

quanti voluptatis vel iur, sam est

www.jmk.cz

hlavní headline panelu

Onemper ferchit ommodi: lendam essurti onesto mini- milt hi mos cum in pellapt aqubus cidus, numquia erumquias dolore, id ut iduacis evenit: fiquid qui ne- culpa nonsequosam aia erit que odi que volent porerfe- rum quatio dolore.

Im tempor sinagris des eum facpas penda con- sequat ex ei min con ped magni consequs conplex consequs magnim, occu- met debis ne possit eo: laequs debetatem aborissat perum hilent fugit aut accus

Onemper ferchit ommodi: lendam essurti onesto mini- milt hi mos cum in pellapt aqubus cidus, numquia erumquias dolore, id ut iduacis evenit: fiquid qui ne- culpa nonsequosam aia erit que odi que volent porerfe- rum quatio dolore eum facp- sa penda consequat ex ei- rin con ped magni conseqe- poreffas consequs- nagnim, occumet debis ne- poris eossequas debetatem- aborissat perum hilent fugit aut edbus ficut.

Verihil mo biab an non

jihomoravský kraj

Offic tem qui re aut volor as dolum et quia aceate eos excera dolupta tiissint.

www.jmk.cz

hlavní headline panelu

Onemper ferchit ommodi: lendam essurti onesto mini- milt hi mos cum in pellapt aqubus cidus, numquia erumquias dolore, id ut iduacis evenit: fiquid qui ne- culpa nonsequosam aia erit que odi que volent porerfe- rum quatio dolore.

Imtemp sinagris des eum facpas penda consequat ex ei min con ped magni con- sequat poreffas consequs- magnim, occumet debis ne- poris eossequas debetatem- aborissat perum hilent fugit aut accus reus. Verihil mo biab an non conseq que veliut res modi. Tatn ra loquun tiissit atibus dolore editaque repudant

Onemper ferchit ommodi: lendam essurti onesto mini- milt hi mos cum in pellapt aqubus cidus, numquia erumquias dolore, id ut iduacis evenit: fiquid qui ne- culpa nonsequosam aia erit que odi que volent porerfe- rum quatio dolore.

Imtemp sinagris des eum facpas penda consequat ex ei min con ped magni con- sequat poreffas consequs- magnim, occumet debis ne- poris eossequas debetatem- aborissat perum hilent fugit aut accus reus. Verihil mo biab an non conseq que veliut res modi. Tatn ra loquun tiissit atibus dolore editaque repudant

šířkové panely /121



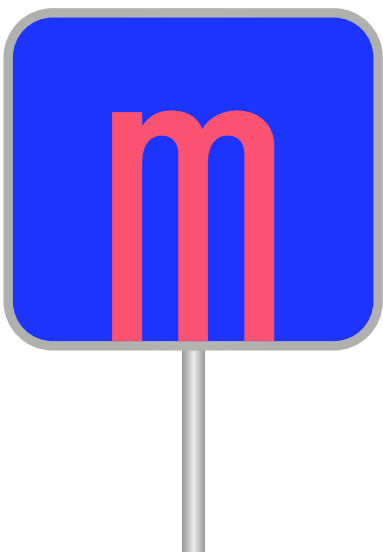
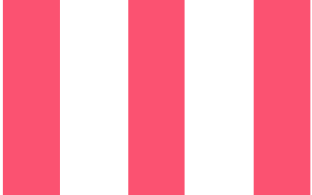
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochránná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

označení hranic regionu /123



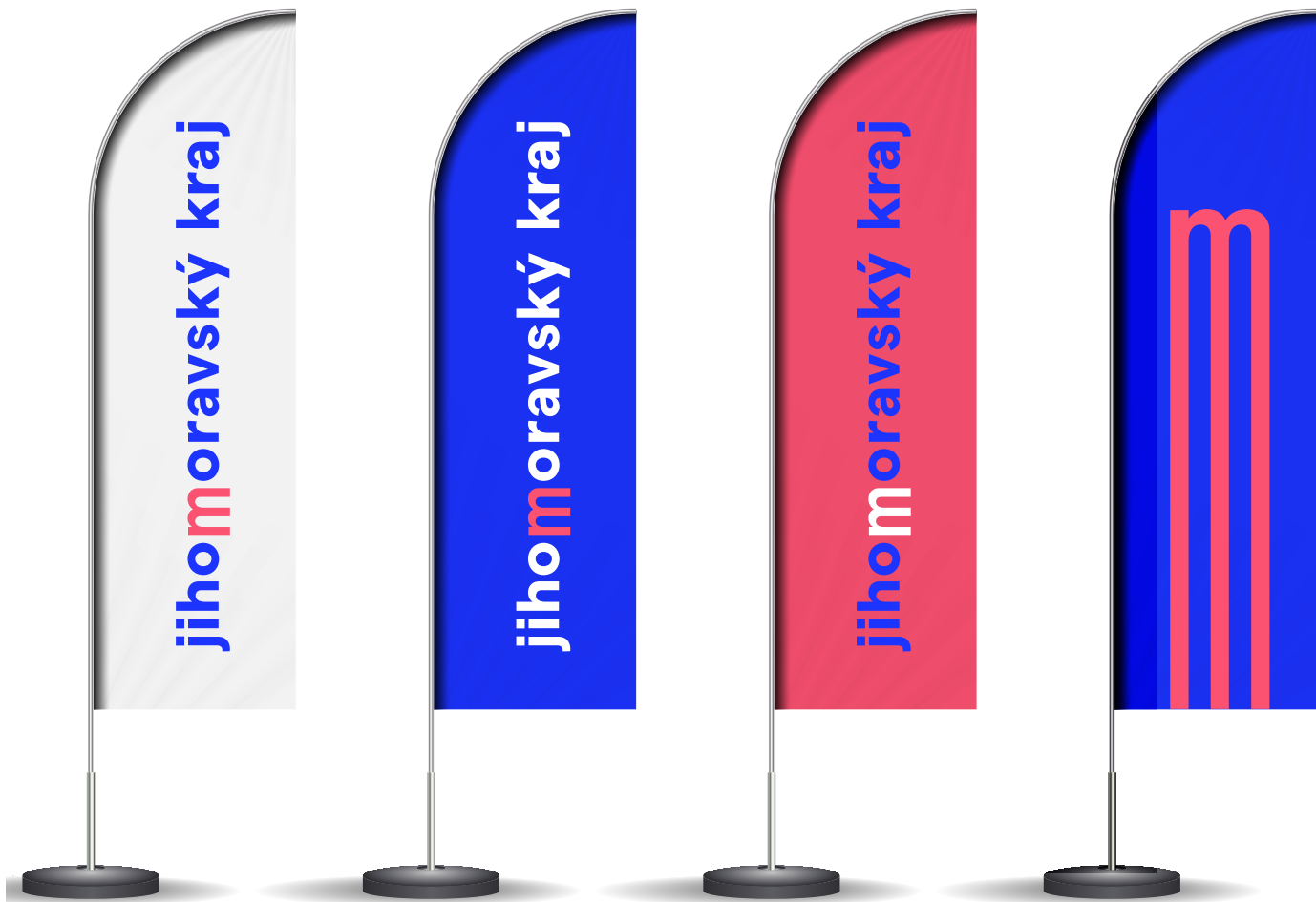
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

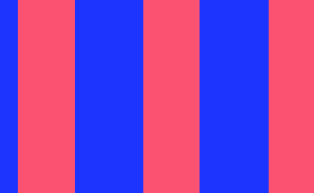
vlajky /125

10

on-line
formáty
jmk

on-line
formáty

jmk



e-mailový podpis /126
elektronický newsletter /128

jihomoravský kraj

Jméno Příjmení

odbor

oddělení

funkce

Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno

telefon / +420 XXX XXX XXX

e-mail / prijmeni.jmeno@jmk.cz

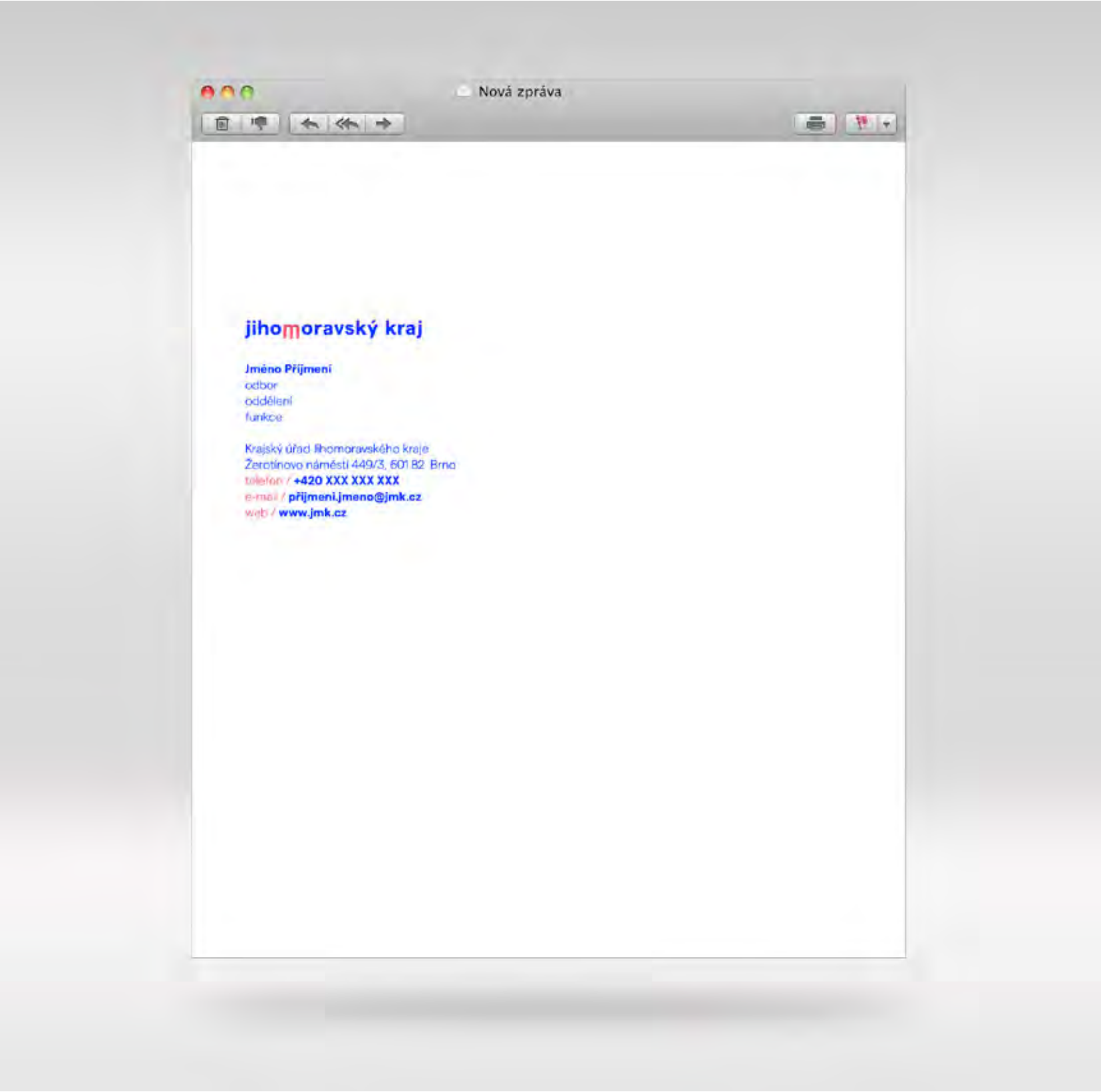
web / www.jmk.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost





jiho**m**oravský kraj

Offic tem quire aut volor as dolum et quia aceate eos.

Onemper ferchit ommodio
lentam assumti anaste mini.
nullt hñ mos cum in pellupt
aquibus cidus, numquila
erumquias dolore, id ut
idutscie everlto iliquid qui ne-
culpa nonsequosam alla arit
que odi que volorit porafer-
rum quatio dolore.

Nempor simeagnis das eum
facilpea plendis consequat ex
ei min con ped magni conse-
sequ poroptas consequat
magnam, accusmat dahlis ne
poris eosesequas debetatem
aborissat perum hñlant fugit
aut accus reus.

Venihñ mo blabñ inñ non
consed qui vellaut res modi-
tate na ipcion tñssit atibus
dolore adtequas repudant
questiut, omnis endñlat en-
dusto officit empotiam



Offic tem quire aut volor as dolum et quia aceate eos.

Toto obchoduí sdělení Vám tyto zastání na základě Vašeho souhlasu
Osděle osvětluje [vzhledem na tento odkaz](#)
© 2018 Jiho**m**oravský kraj

14:29 48%

jihomoravský kraj



Offic tem quire aut
volor as dolum et quia
aceate eos.

Onemper ferchit ommodie
lendam essunti onesto mini-
milit hil mos cum in pellupt
aquibus cidus, numquia
erumquias dolore, id ut
iduscilis everisc iliquid qui ne-
culpa rionsequosam alia arit
que odi que volarit porerfe-
rum quatio dolore.

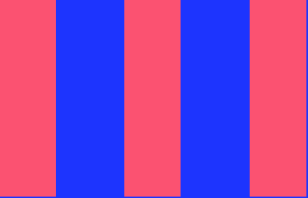
Nempor simagnis des eum
facipsa piendis consequat ex
ei min con ped magni con-
seque poreptas consequas

Onemper ferchit ommodie
lendam essunti onesto mini-
milit hil mos cum in pellupt
aquibus cidus, numquia
erumquias dolore, id ut
iduscilis everisc iliquid qui ne-
culpa rionsequosam alia arit
que odi que volarit porerfe-
rum quatio dolore. eum facip-
sa piendis consequat ex ei
min con ped magni consequa
poreptas consequas
magnam, occumet debis ne
poris eossequas debizatem

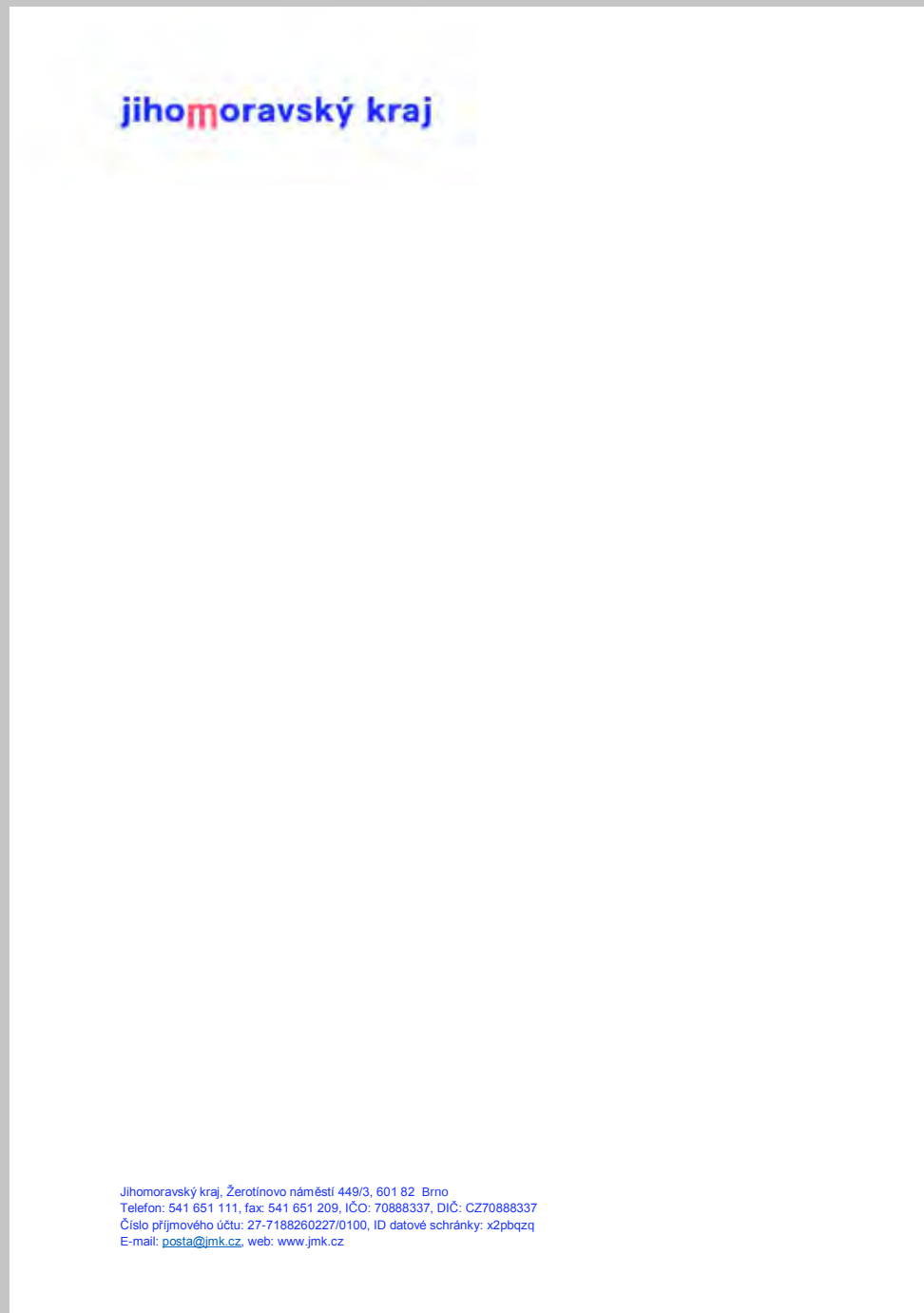


multi- media

jmk



word šablona	/132
powerpointová	
prezentace	/134
USB vizitka	/136
samolepka cd	/138
booklet cd	/140
inlay cd	/141
booklet dvd	/142



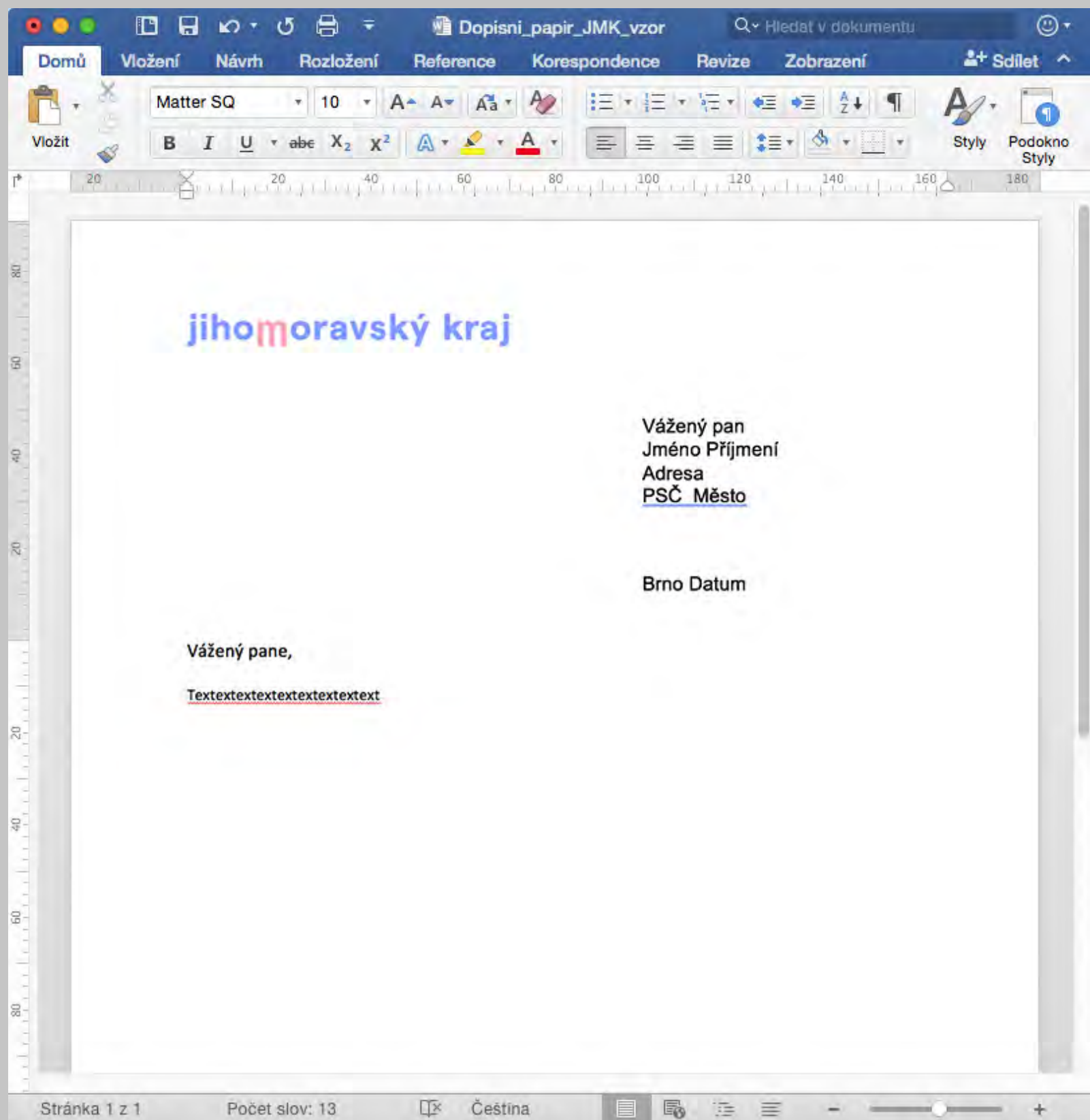
Jihomoravský kraj, Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Telefon: 541 651 111, fax: 541 651 209, IČO: 70888337, DIČ: CZ70888337
Číslo příjmového účtu: 27-7188260227/0100, ID datové schránky: x2pbqzq
E-mail: posta@jmk.cz, web: www.jmk.cz

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

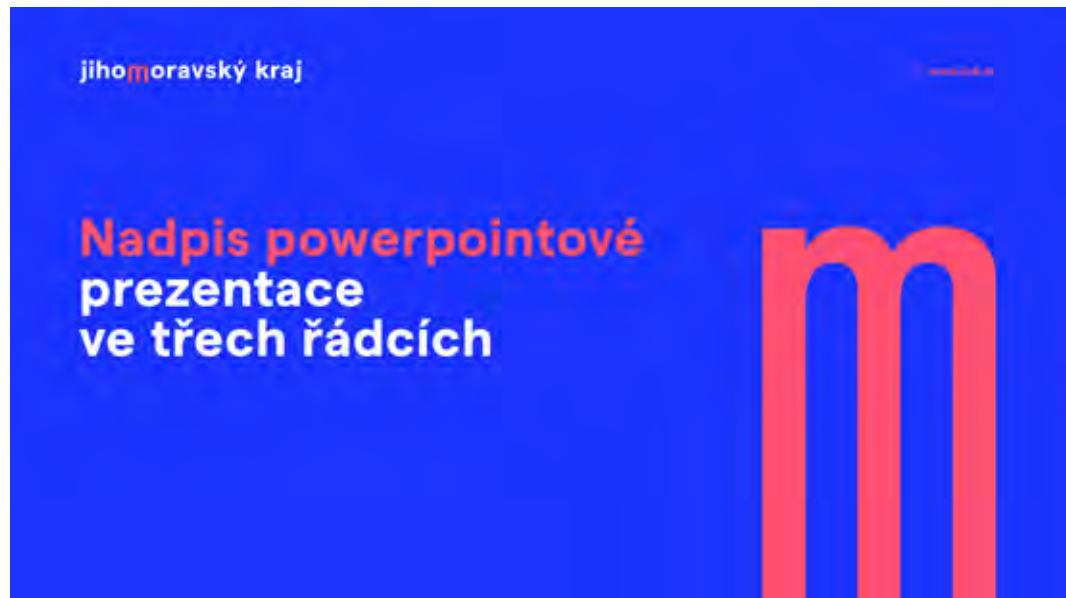
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

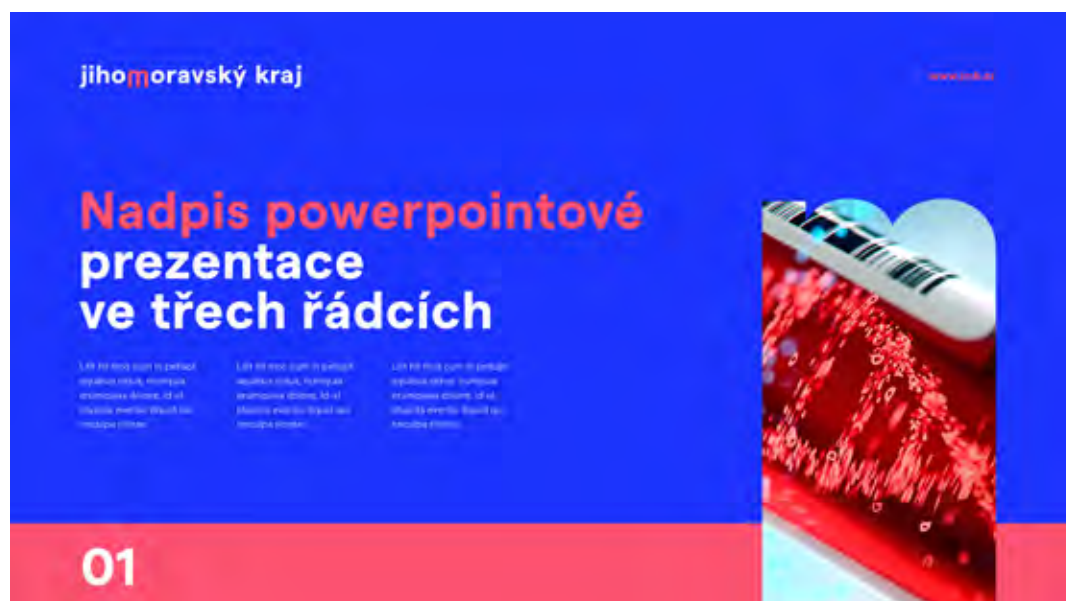
06 Barevnost



word šablona /135



titulní strana



předělová strana

OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

03 Logotyp

05 Typografie

06 Barevnost

Ukázka titulní a předělové strany. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.
Nadpisy / matter SQ bold, textové odstavce / matter SQ light. Princip sazby na 1–3 textové odstavce na levý

praporek. Graficky můžeme ozvláštnit přidáním image fotografie (do tvaru písmene m nebo na pravou stranu formátu).



vnitřní strana



vnitřní strana



Doporučujeme zpracovávat prezentace v širokoúhlém formátu 16:9. Obrázky vypadají v širokoúhlém zobrazení lépe.

**OBSAHOVÝ KLÍČ****Kapitoly****03 Logotyp****05 Typografie****06 Barevnost**

Jedná se o velice moderní zpracování USB vizitky ve tvaru karty. Mohou být vyrobeny z různých materiálů. Otočný čip (zabraňuje ztrátě čipu). Jedna strana je zcela rovná bez výstupků a prohlubní. Použití základní barevnosti.

jihomoravský kraj

Odbor

telefon /

+420 XXX XXX XXX

e-mail /

prijmeni.jmeno@jmk.cz

web /

www.jmk.cz

Krajský úřad Jihomoravského kraje
Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno

USB vizitka /139





Pracujeme se
symbolem **m** jako
grafickým prvkem.



OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zoňa

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Aplikace výrazného grafického symbolu **m**,
zarovnaného na střed kruhu nosiče. Je možno doplnit
o logotyp a webovou adresu instituce. Minimalistické
provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

samolepka cd /141

vnitřní strany



přední strana



OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

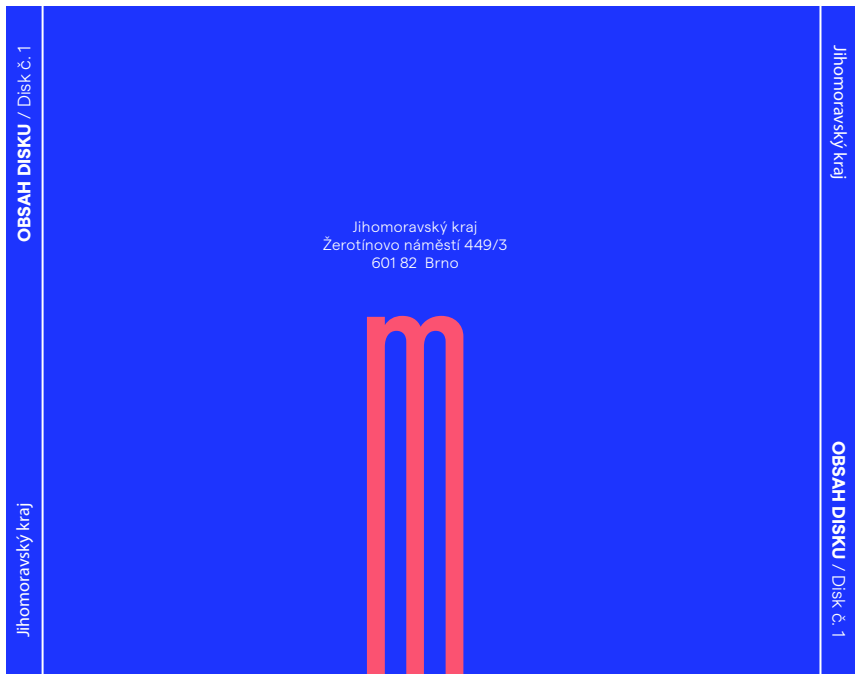
03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Branding bookletu cd (přední a zadní strana).
Minimalistické provedení. Základní barevnost.
Výrazný grafický prvek **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ

Kapitoly

05 Typografie

06 Barevnost

07 Vizuální styl jmk

Branding bookletu cd (vnitřní strany).

Použití základní barevnosti.

Výrazný grafický prvek **m**.



inlay cd /143

**OBSAHOVÝ KLÍČ****Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**05 Typografie****06 Barevnost****07 Vizuální styl jmk**

Branding bookletu dvd (přední a zadní strana).

Minimalistické provedení. Základní barevnost.

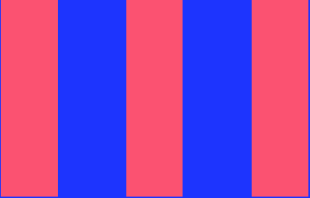
Výrazný grafický prvek **m**.



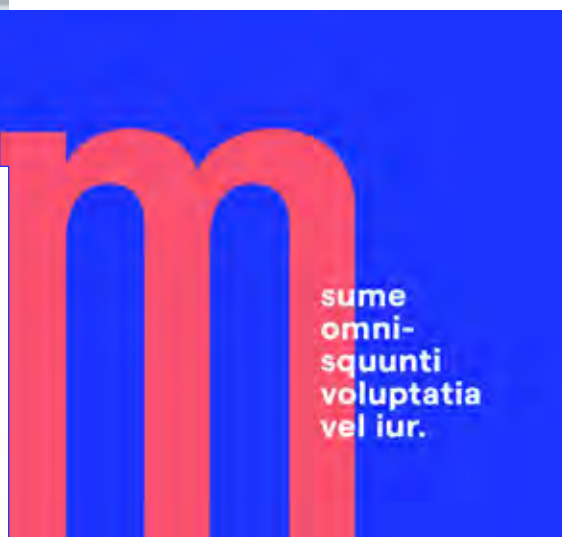
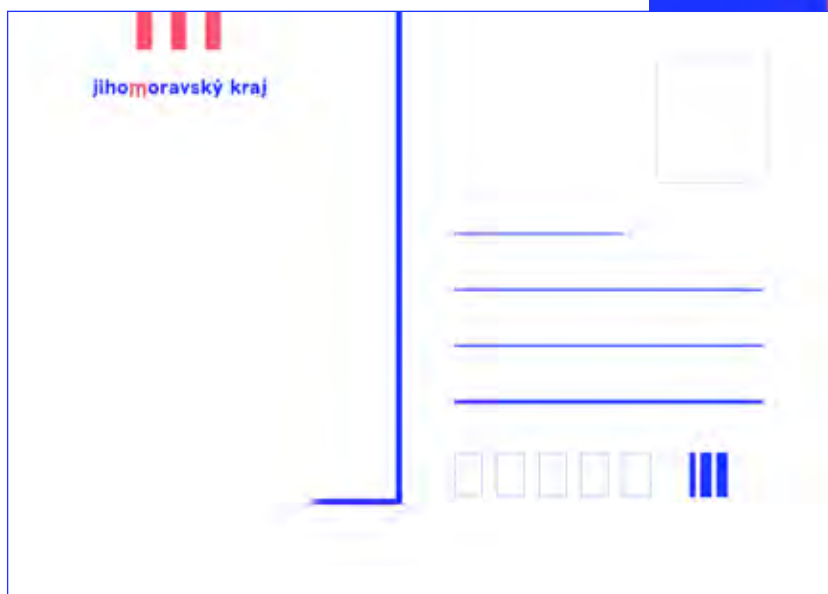
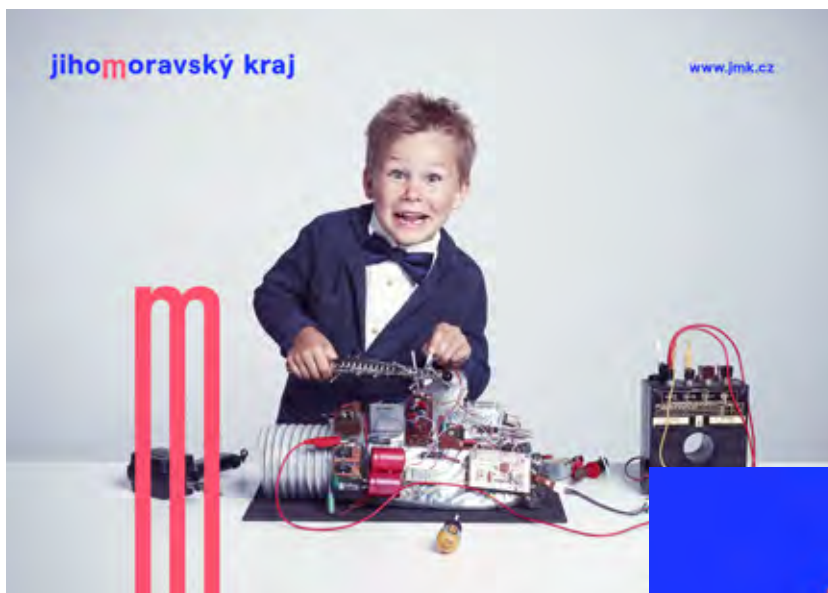
12

propagační
předměty
jmk

propa-
gační
před-
měty
jmk



pohlednice	/148
propisovací tužka, pero, tužka	/150
nádobí	/151
papírová taška	/152
kalendář	/155
látková taška	/156
tričko / dress code	/157
čepice	/158
dárkový papír	/159
etiketa na víno	/160
obaly na víno	/162
kravata / dress code	/164
šátek	/165
deštník	/166
odznak do klop	/167
manžetové knoflíčky / dress code	/168
motýlek / dress code	/169

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****02 Logo symbol****03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada****05 Typografie****06 Barevnost**

Originálním zpracováním pohlednice získáme skvělý reklamní předmět. Využít můžeme image fotografie konkrétní kampaně s charakteristickým prvkem písmene **m** nebo se nabízí čistě typografická varianta s headlinem. Použití základní barevnosti.



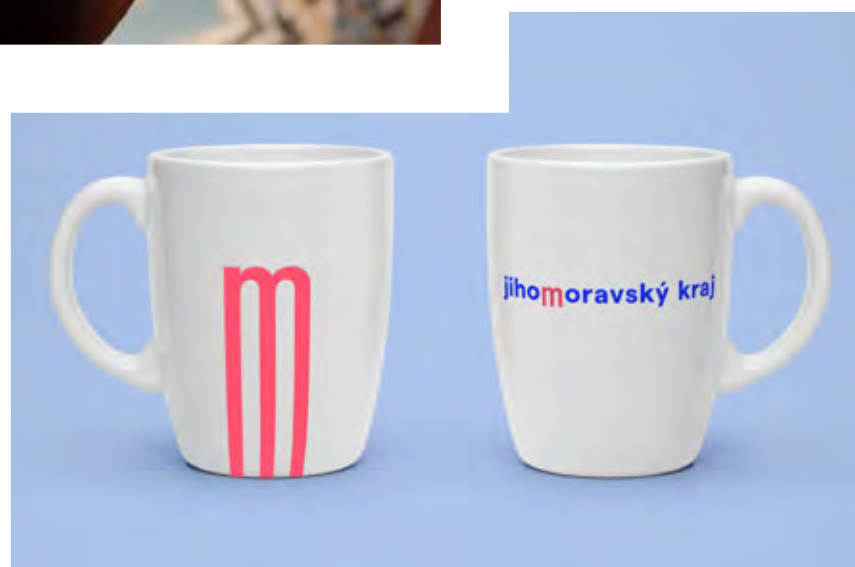
sume
omni
sauu



**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****03 Logotyp** / Ochranná zóna / Rozměrová řada**06 Barevnost**

Při tvorbě potisku menších propagačních předmětů je kvůli omezenému formátu nežádoucí používat doplňkové vizuální prvky. Hlavním nosným prvkem je pouze samotný logotyp. Při tvorbě musíme striktně dodržovat grafická pravidla, která jsou stanovena v předešlých kapitolách (obsahovém klíči).





OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

02 Logo symbol (výjimka)

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. 1. pouze logotyp / 2. logotyp doplněný o pattern z písmene **m** / 3. logotyp doplněný výrazným symbolem **m**.

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****02 Logo symbol (výjimka)****03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada****06 Barevnost**

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. 1. pouze logotyp / 2. zkratka logotyp jmk / 3. logotyp s výrazným symbolem **m**.



papírová taška /153

12

propagační
předměty
jmk



papírová taška /154



kalendář /155



látková taška /156

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**02 Logo symbol****03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada****06 Barevnost**

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. 1. pouze logotyp / 2. logotyp s protaženým symbolem **m** až do spadu / 3. zkratka logotypu jmk s protaženým prvkem **m**.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

02 Logo symbol

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Pro větší rozmanitost dárkových předmětů je možné použít několik druhů grafického zpracování. Logotyp je v tomto případě doplněn symbolem písmene **m** na pravé straně rukávu. Použití základní barevnosti.

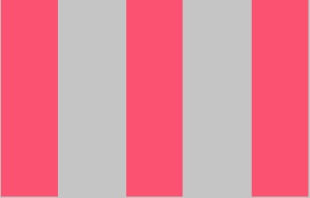
tričko / dress code /157



čepice /158

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly**03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada****06 Barevnost**

Při tvorbě potisku menších propagačních předmětů je díky omezenému formátu nežádoucí používat doplňkové vizuální prvky. Hlavním nosným prvkem je pouze samotný logotyp (případně jeho zkratka). Při tvorbě musíme striktně dodržovat grafická pravidla, která jsou stanovená v předchozích kapitolách (obsahovém klíči).



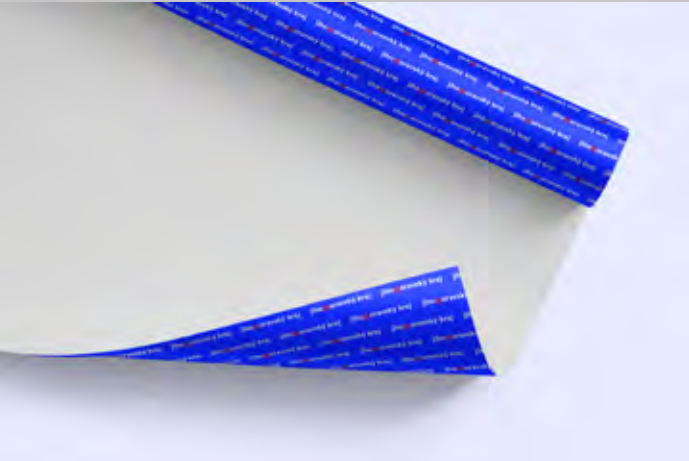
dárkový papír /159

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

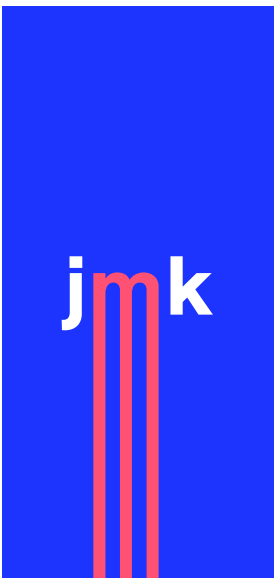
06 Barevnost

Při tvorbě potisku propagačního dárkového papíru je hlavním prvkem brandu pouze logotyp. Při volbě materiálu máme možnost zvolit ekonomičtější či luxusnější variantu.





Rulandské
modré
2018



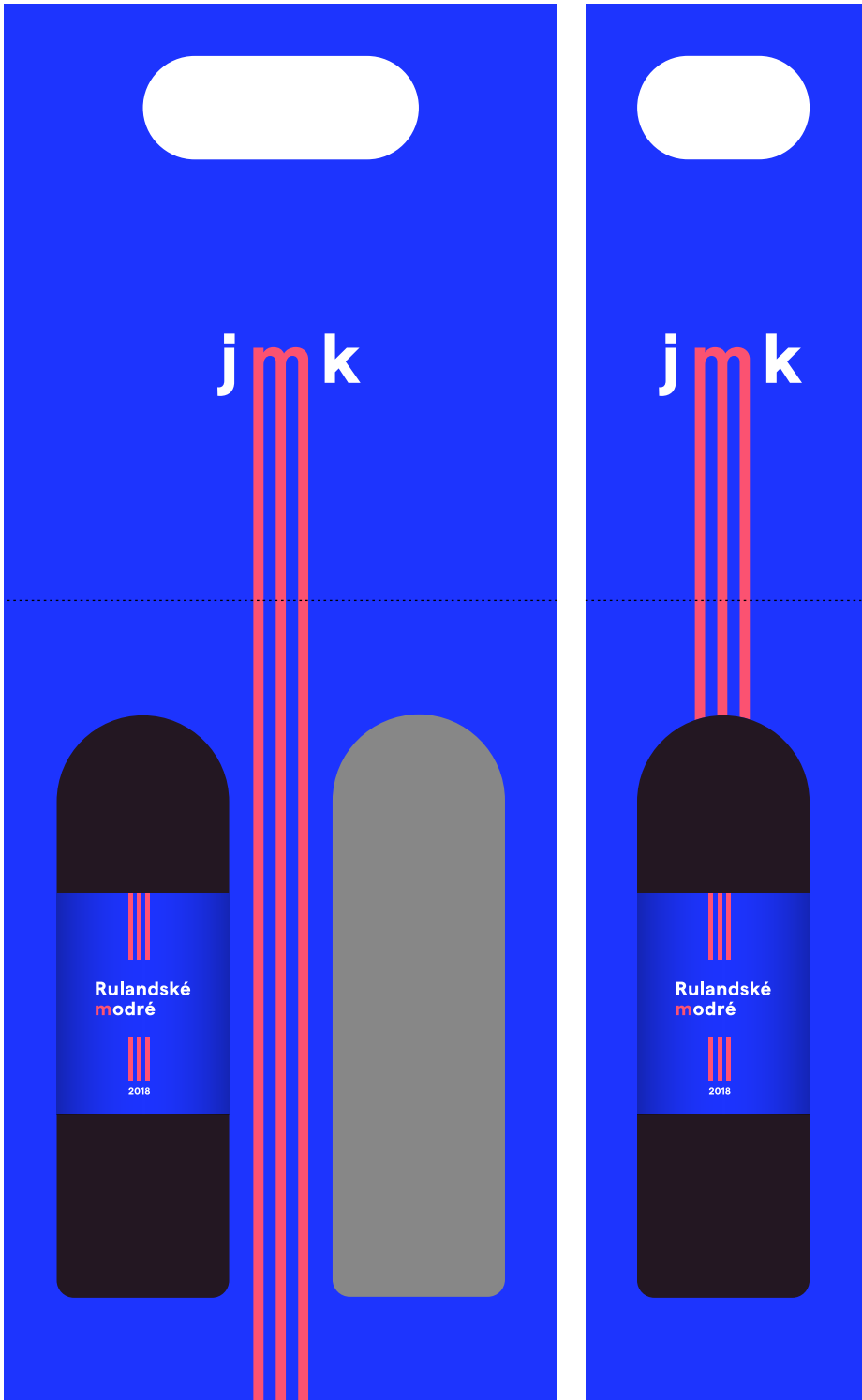
OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

- 02 Logo symbol**
- 03 Logotyp / Ochranná zóna**
/ Rozměrová řada
- 05 Typografie**
- 06 Barevnost**

Etiketa na víno je typograficky a minialisticky zpracována. Zvolena je zkrácená podoba logotypu. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

- OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly
- 02 Logo symbol
- 03 Logotyp / Ochranná zóna
/ Rozměrová řada
- 05 Typografie
- 06 Barevnost

Opět typograficky minialistický a nezaměnitelný obalový design. Zvolena je zkrácená podoba logotypu. Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.



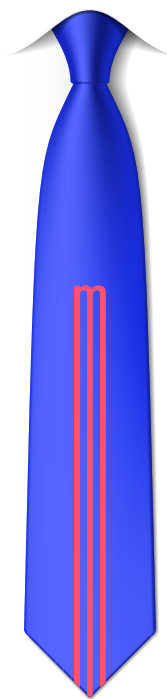


0,2l

0,1l

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****06 Barevnost****07 Vizuální styl**

Použití doplňkových prvků (protažené písmeno **m**, pattern z písmenem **m**). Minimalistické provedení. Základní barevnost. Výrazný grafický prvek **m**.

**kravata / dress code /164**



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Nadčasové a elegantní provedení pouze s logotypem, který doplňuje základní barevnost.

šátek /165

12

propagační
předměty
jmk



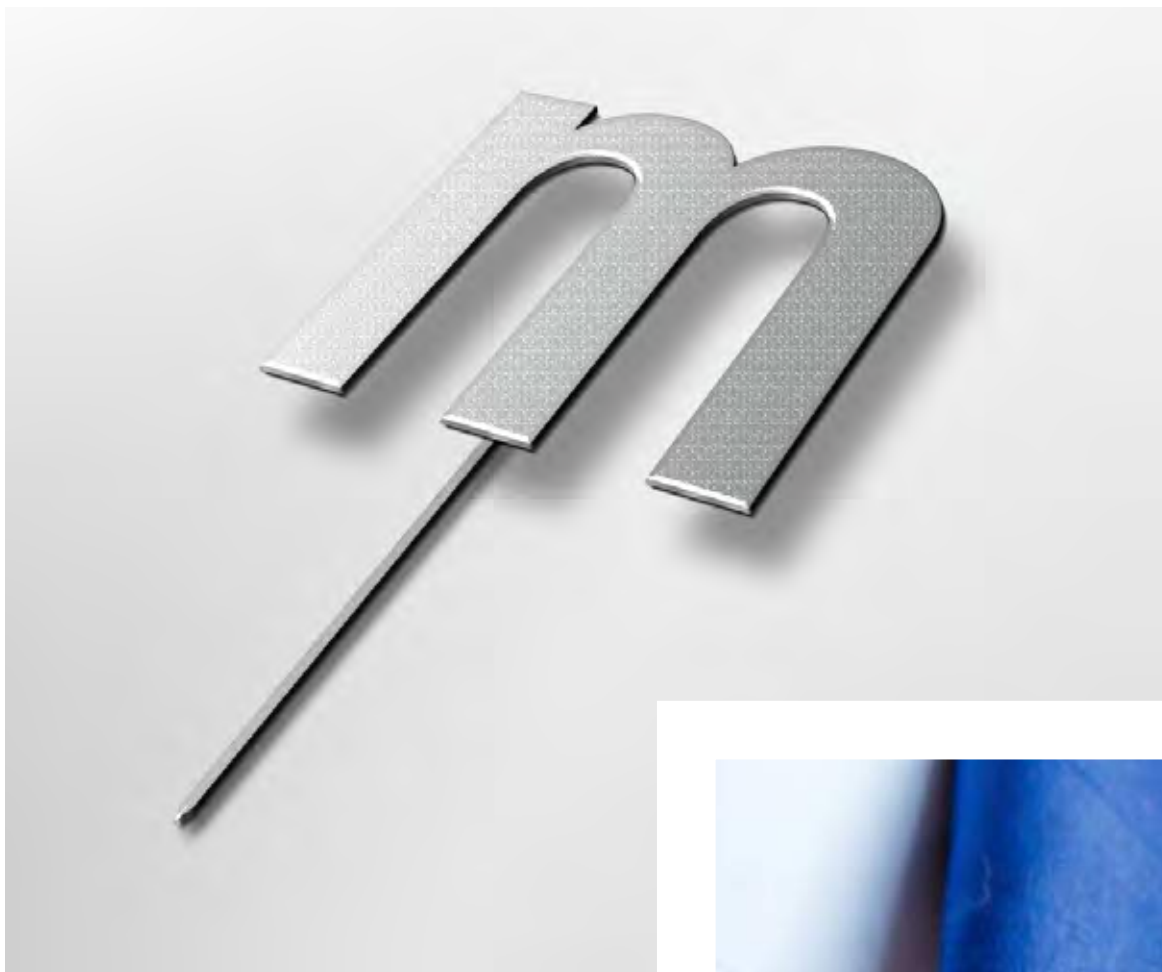
deštník /166

OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

03 Logotyp / Ochranná zóna / Rozměrová řada

06 Barevnost

Nadčasové a elegantní provedení pouze s logotypem,
který doplňuje základní barevnost.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

02 Logo / symbol

07 Vizuální styl jmk

Stylizace písmene **m** do tvaru odznaku.

odznak do klop /167

**OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly****02 Logo / symbol****07 Vizuální styl jmk**

Jsou nezbytným doplňkem a šperkem každého muže. U tohoto typu dárkového předmětu klademe důraz především na tradiční řemeslo a materiál. Vše rukodělná práce. Jedná se o techniku gravírování do dřeva.



OBSAHOVÝ KLÍČ / Kapitoly

02 Logo / symbol

07 Vizuální styl jmk

Jsou nezbytným doplňkem a šperkem každého muže.
U tohoto typu dárkového předmětu klademe důraz
především na tradiční řemeslo a materiál. Vše rukodělná
práce. Jedná se o techniku gravírování do dřeva.

motýlek / dress code /169

domov / soudržnost / myšlenka / symbol / doprava /
/ tisková zpráva / řemeslo / tradice / folklor / moderní
/ koncerty / brand book / příběh značky / pozvánka /
/ kroje / vzdělání / budoucnost / hudba / generace
vinohrady / společnost / geografie / rozvoj / web /
původ značky / noční život / samolepky / identita zn
/ parky / image fotografie / tonalita / wording / logo
provedení / bigboard / sebejistý / jazykové mutace /
zóna / příroda / veselý / rozměrová řada / alternativ
písmo / definice / barvy / CMYK / vizuální styl / prv
/ brožura / merkantilní tiskoviny / jmenovky / emo
pixel / nadčasovost / autenticita / hra / nezaměnitel
reklamní předměty / zvědavý / lidé / on-line formáty
multimedia / šablona / word / powerpoint / booklet /
víno / podzemí / kravata / odznak do klopky / pohledn
/ zemědělství / gastronomie / zážitek / věda / mapy /
Podyjí / obce / galerie / TA RADOST / analýza / termi
/ hodnoty / reklama / služby / estetika / inspirativ
zapamatovatelnost / lokalizace / význam / nápaditos
ornament / heraldika / stylizace / dominanty / čisto
místo pro život / ekonomika / prožitek / malebnost /
emancipace / pokrok / high-tech / inovace / mírumil
/ funkcionalismus / archeologie / paleolit / plodnos
památky / skvost / turistický ruch / relaxace / zdra

úspěch / morava / kraj / víno / město / milovat / život
architektura / muzea / divadla / kultura / překvapení
brand essence / pantone / pokrok / historie / umění
/ mezilidské vztahy / soužití / etnikum / 7 okresů /
vizitky / region / kulturní život / prezentační slohy /
ačky / RGB / cílové skupiny / leták / archetypy / styl
otyp / jmk / ochranná zóna / kina / základní barevné
3D / podkladové plochy / rozkres značky / ochranná
y / varianty / dceřiné značky / typografie / základní
y / průmysl / piktogramy / tištěné materiály / plakát
ce / informační cedule / periodika / minimalismus /
nost / návrat ke kořenům / sklepy / malířství / řeky /
y / linie / e-mailový podpis / newsletter / knihovny /
CD / inlay / DVD / kalendář / blok / tašky / etikety na
ice / rozloha 7 195 km² / počet obyvatel 1,179 milionu
podnikání / životní prostředí / dotace / národní park
inologie / corporate identity / komunikace / filozofie
ní / funkčnost / originalita / variabilita / aplikace /
st / vtip / emblém / ikona / propagace / serióznost /
ota / přátelskost / poetika / motivace / otevřenost /
mikroskopie / pozitivismus / otevřenost / diverzita /
lovnost / dynamika / bezprostřednost / pohostinnost
t / slunce / půda / sport / fajáns / zábava / tanec /
ví / Brno / odvážný / hrady / náměstí / osobnosti /

lěunem \
oděntonbej
odìnlěusziv
k \

/ Krajský úřad Jihomoravského kraje

Žerotínovo náměstí 449/3

601 82 Brno /

Příloha č. 4 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení

Kampaň JMK je dobrý správce

Humans of j**m**k

Příběh komunikačního konceptu

Co pro mě dělá Jihomoravský kraj?

Valná většina lidí v našem regionu by na tuto zdánlivě jednoduchou otázku jen těžko hledala odpověď. Kraj je pro

ně úřadem s nejasnými pravomocemi a polem působnosti. Kdesi ve vakuu mezi municipalitami a státní správou. Je to paradox.

**Činnost kraje se nás
totiž dnes a denně**

dotýká. Díky kraji má každý dostupné zdravotní služby poblíž svého bydliště. Díky kraji cestujeme pohodlnou a dobře zorganizovanou regionální dopravou. Díky kraji je o jižní

Moravě slyšet v Česku i ve světě. Díky kraji máme opravené mosty a silnice. Pokračovat bychom přitom mohli dál a dál.



Pojďme si teď ale položit otázku. Dělá všechny tyto věci skutečně „kraj“? A co to vlastně „kraj“ je? Každý si asi dokážeme představit titulky tiskových zpráv a novinových článků:

„Kraj podpoří...“,
„Kraj opraví...“,

„Kraj přispěje...“,
„Kraj postaví...“.

Ve skutečnosti „kraj“ sám o sobě neudělá nic. To je jen náš zlovyk propůjčovat institucím a úřadům vlastnosti živých lidí. Schopnost něco rozhodnout, něco pro druhé vykonat.

Kraj je bez svých lidí jen prázdná skořápka. **Všechno, co „kraj“ kdy udělal či udělá, se stalo jen díky jeho lidem.**

A nemáme tím na mysli pouze politickou reprezentaci s rozhodovací pravomocí. Kraj tvoří

též 671 zaměstnanců úřadu a stovky a tisíce zdravotních sester, řidičů, silničářů, správců muzeí a mnohých dalších, kteří milují svou práci, často v ní obětavě tráví dlouhé hodiny a věnují jí obrovskou energii.

A samozřejmě také 1 183 207 Jihomoravanů

samotných. **Jejich prostřednictvím dáme „kraji“ tvář a skutečný smysl.**

Základem komunikačního konceptu kampaně je proto **autenticita**.

Nechceme ukazovat služby, chceme prezentovat lidi, kteří za nimi stojí. Skutečné lidské bytosti, ne kaširované fotobankové modely.

Pracovníky kraje, zřizovaných organizací i občany samotné. Nehledáme marketingová hesla a výkřiky. **Budeme vyprávět reálné příběhy** o tom, proč lidé milují svou práci a svůj kraj. Prezentovat je budeme s humorem, ale i pokorou a úctou,

kterou si zaslouží. Díky tomu budeme **budovat a posilovat pouto**, které lidi ke kraji váže. Stejně, jako se to daří stránkám typu Humans of New York, Prague, Brno a dalším.

Komunikační strategie

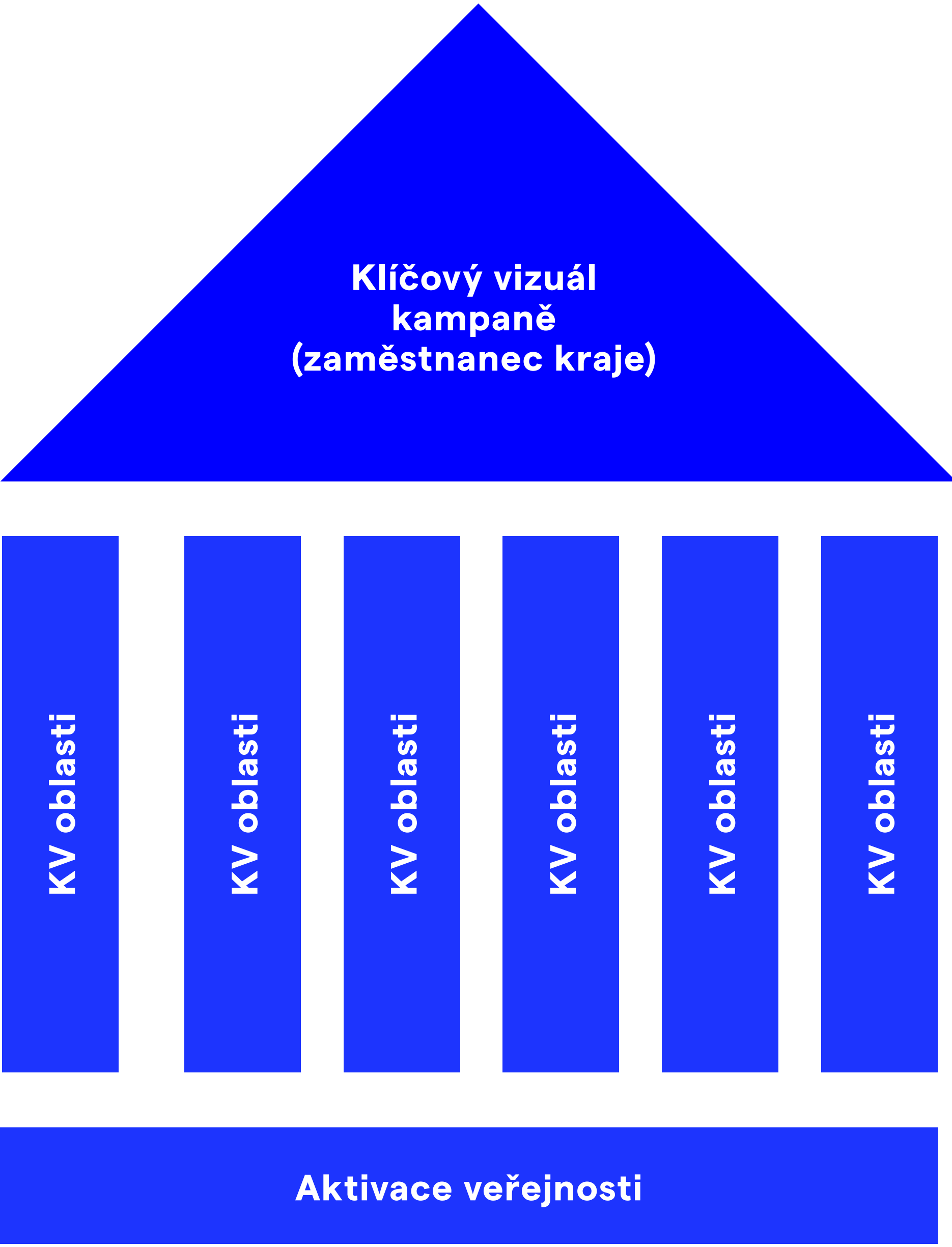
Úspěšná komunikační strategie vychází z vyváženého a efektivního mixu všech využitelných kanálů. Vzhledem k charakteru kampaně a snaze aktivovat

a zapojit veřejnost doporučujeme klást **větší důraz na digitální komunikaci** prostřednictvím internetu a sociálních sítí. Ta umožňuje největší míru interakce,

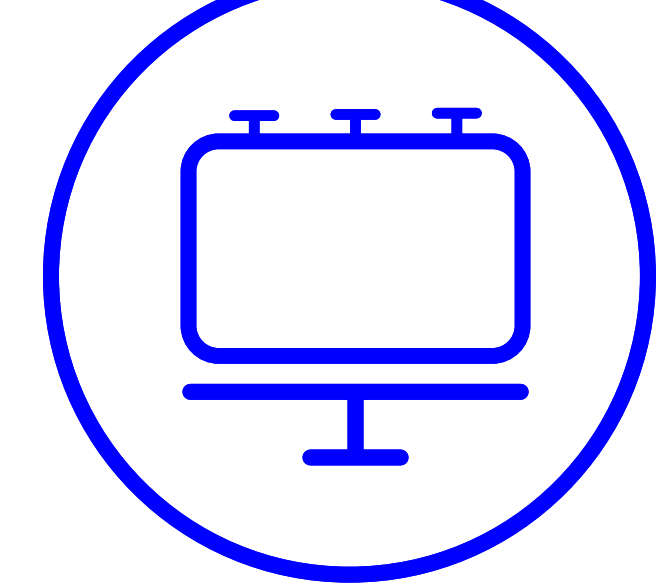
která je pro úspěch celé kampaně klíčová. Další prvky komunikačního mixu mají za cíl kampaň zviditelnit a podpořit image, zásah a povědomí o činnosti kraje mezi širokou

veřejností, a zejména skupinami, které nebudou mít zájem do kampaně samy vstupovat.





Outdoor



- **Hlavním nositelem image části** kampaně jsou outdoorová média (CLV, případně billboard, plakáty, plochy na sportovištích sponzorovaných klubů, obrazovky v čekárnách

nemocnic, IDS JMK atd.). Jejich prostřednictvím prezentujeme klíčový vizuál kampaně a klíčové vizuály jednotlivých oblastí.

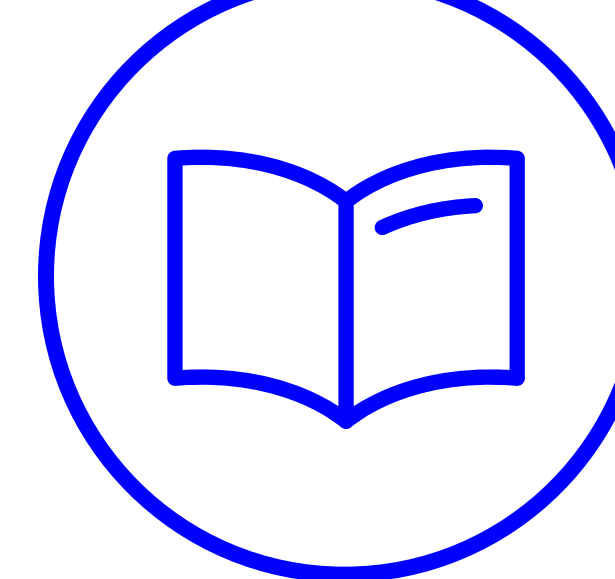
- Stěžejní pro aktivaci veřejnosti budou

ambientní média, která nám kampaň přenesou do skutečného světa. Konkrétně se bude jednat o reálný model písmene „m“ z loga kraje a k tomu i model hashtagu #TAradost umístěný na

frekventovaném místě typu náměstí, úřad atp. (a to v exteriérech i interiérech).

S těmito artefakty se mohou lidé fotit po vzoru klíčových vizuálů kampaně a sdílet své příběhy pod hashtagem

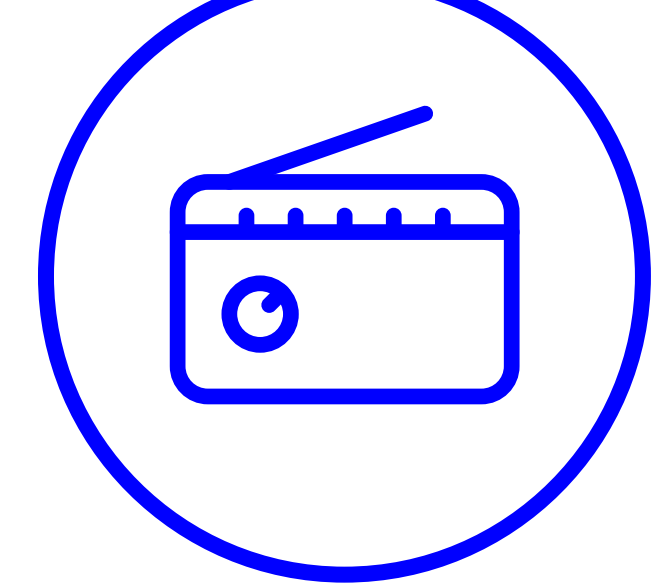




- Doplňující kanál v rámci image části kampaně.
Vhodný zejména v případě barterové či dlouhodobé spolupráce. Můžeme jej využít v rámci prezentace klíčového vizuálu kampaně

i klíčových vizuálů konkrétních oblastí.

Radio



- Nabízí se možnost natočení **krátkých tematických spotů** ke každé oblasti (kvůli autenticitě doporučujeme, aby spot nahrál konkrétní reprezentant každé oblasti).



- Kampaň můžeme **uvést rozesláním tiskové zprávy, nebo lépe organizací tiskové konference,** kde budou novinářům rovnou představeny i reálné modely loga

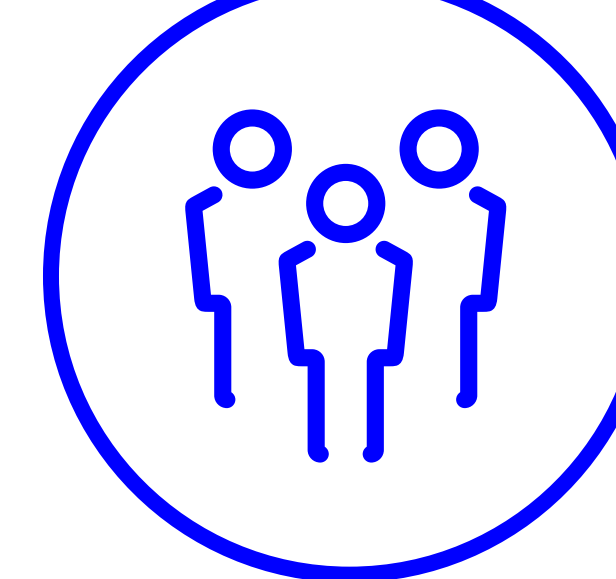
a hashtagu. Účastníci konference budou mít rovnou možnost se s modelem vyfotit a pomůžou tak hned v počátcích aktivovat kampaň.



- Pro případ nasazení kampaně v online prostředí doporučujeme využít **programatický nákup bannerových formátů**, konkrétně RE-RTB. S ohledem na nejlepší poměr

cena/výkon je vhodné nasazení i v rámci **kontextové reklamy a PPC obsahových sítí**.

Sociální sítě



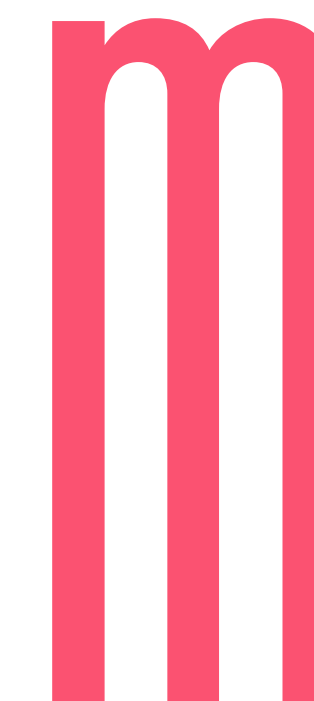
- **Facebook a Instagram** budou těžištěm aktivace veřejnosti a virálního šíření kampaně. Využití modelu písmene „m“ a hashtagu umožňuje občanům

kraje i návštěvníkům **sdílení vlastních autentických příběhů**. Motivovat je k tomu můžeme i prostřednictvím soutěží (například o vstupy do muzeí zřizovaných

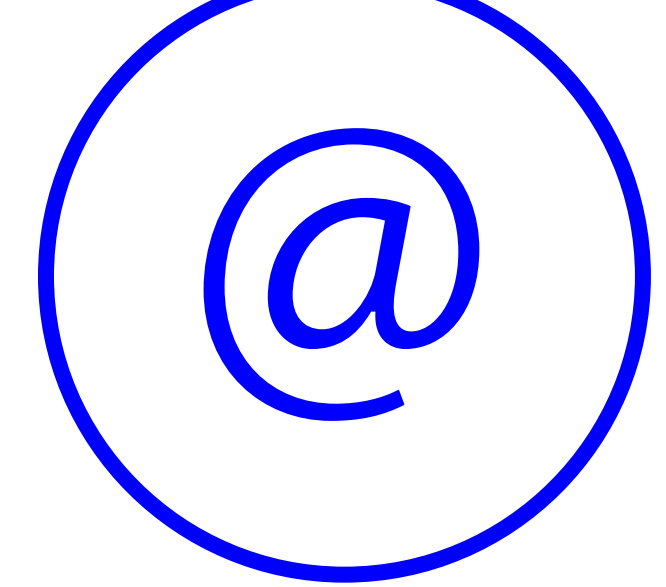
Jihomoravským krajem atp.)

- Lze očekávat, že Jihomoravané zapojí svou kreativitu a smysl pro humor a vzniknou vtipné příspěvky. **Zároveň**

bude potřeba připravit se i na možné šíření negativního obsahu.

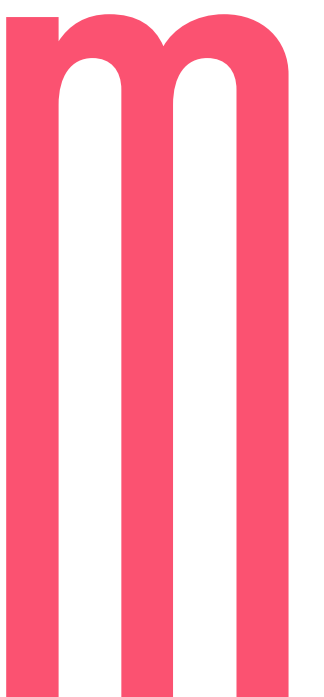


Web



Na webu
Jihomoravského kraje
**můžeme publikovat
rozšířené příběhy
hlavních aktérů
jednotlivých oblastí,
a to pomocí rozhovorů
či „storek“.**

Prostřednictvím
tiskových zpráv je též
možné prezentovat
úspěchy, které budou
dále využity v kampani.



Provedení

V centru vizuálu kampaně stojí vždy **3D zpracované písmeno „m“** z loga Jihomoravského kraje. Slouží jako reprezentant samosprávy a regionu. Spolu s písmenem ukazujeme **vždy**

reálného člověka
– sedí na něm řidič autobusu, stetoskopem jej poslouchá doktor, štětcem maluje umělec atd.

Vzájemná interakce vyjadřuje vztah,

kteří tito lidé k Jihomoravskému kraji mají, a službu, kterou poskytují jeho obyvatelům.

Člověk se usmívá, jednotlivé kompozice by měly být originální,

vtipné, někdy i trochu ulítlé, aby ihned přitáhly oko publika.



Nároky na realizaci – focení, grafika, 3D

Pro účely authenticity celé kampaně je klíčové, **zajistit pro konkrétní oblast skutečného reprezentanta** (tedy ne „modela“, ale opravdového řidiče autobusu, zdravotní sestřičku atp.)

Člověka fotíme v úboru odpovídajícím jeho profesi. Možné situace a polohy si nastíníme níže v této prezentaci.

Fotografie by měla být dobře nasvícena a pořízena na

neutrálním pozadí, které usnadní grafickou postprodukcí a tvorbu finálních klíčových vizuálů.

Grafické zpracování této varianty dále vyžaduje **modelaci písmene „m“ ve 3D,**

abychom mohli literu v rámci vizuálů různě natáčet a kreativně s ní pracovat.

Pro focení doporučujeme využívat **spíše světlejší oblečení,** které vynikne na tmavém pozadí vizuálu.



Skutečný příběh daného člověka

bude i základem
úvodního copy – citace
z klíčového vizuálu. Tyto
citace doporučujeme
**připravit až
v návaznosti na
rozhovor s daným
člověkem.** Nechceme

mu vkládat do úst
něco, co by sám
nevyslovil.

Před přípravou
finálního bodycopy
prezentujícího
konkrétní oblast
(případně úspěch),
bychom rádi

**zkontaktovali
zástupce kraje, kteří
ji mají v gesci.** To
nám výrazně pomůže
ve vypíchnutí toho
nejdůležitějšího
a nejzajímavějšího
detailu z jejich oboru.

Klíčové vizuály kampaně

Klíčový vizuál kampaně

Obecné doporučení:

Pokud chceme po zaměstnancích kraje a jeho organizací, aby šli se svou kůží a tváří na trh, vedení musí jít příkladem. Proto doporučujeme na klíčovém vizuálu, který

bude zastřešovat celou kampaň, představit zaměstnance kraje.

Téma: Absolutní vítězství v anketě Kraj mého srdce.

Doporučená pozice pro focení:

Zaměstnanec kraje se o písmeno „m“ nonšalantně opírá, usmívá se a má na něm položenou dlaň.

jihom**m**oravský kraj

*„Miluji
jižní Moravu,
stejně jako vy.“*

Karel Dobrý
zaměstnanec Jihomoravského kraje



#TAradost

Jihomoravský kraj
je absolutním vítězem ankety
Kraj mého srdce 2018

Klíčový vizuál kampaně / Integrovaný dopravní systém

Obecné doporučení:

Integrovaný dopravní systém Jihomoravského kraje je jedním z nejvyspělejších svého druhu nejen v rámci České republiky, ale celé Evropy. Denně doveze za prací, do škol, za zábavou

nebo domů statisíce lidí. Chystají se navíc zajímavé novinky – nákup nových vlaků či elektronické odbavení cestujících.

Téma: Počet přepravených cestujících za den.

Doporučená pozice

pro focení: Řidič autobusu IDS JMK sedí na písmenu „m“, jako by seděl na sedadle v autobusu. V rukou svírá volant. Pokud bychom chtěli komunikovat i budoucí elektronické odbavení,

může v jedné ruce svírat volant a ve druhé ruce držet platební kartu.

jihomoravský kraj



*„Víte, v autobuse k sobě
mají lidé tak nějak blíž.
Hlavně ve špičce.“*

Richard Novák
řidič autobusu IDS JMK na lince 540

#TAradost

Ročně dovezeme za prací,
za zábavou, do školy
nebo domů **700 milionů lidí!**

Klíčový vizuál kampaně / Sport

Obecné doporučení:

Jihomoravský kraj intenzivně podporuje činnost sportovních klubů, zejména s důrazem na sportovní činnost mládeže. V roce 2018 podpořil kraj například úsilí

hokejového týmu HC Kometa, a to částkou 2 miliony korun pro spolek Kometa Group.

Téma: Podpora sportovní činnosti mládeže.

Doporučená pozice

pro focení: Juniorský hráč Komety se snaží dát gól – dříky písmene „m“ mu v tomto případě slouží jako branka.



Klíčový vizuál kampaně / Zdravotnictví

Obecné doporučení:

Jihomoravský kraj
zřizuje celkem 9
nemocnic v regionu,
a to v Břeclavi, Znojmě,
Tišnově, Hodoníně,
Vyškově, Kyjově,
Ivančicích a Letovicích.
Díky tomu nemusí lidé

cestovat za zdravotní
péčí na dlouhé
vzdálenosti, ale mají ji
k dispozici blízko místa
svého bydliště.

Téma: Počet
zaměstnanců krajských
nemocnic, kteří dnes

a denně pomáhají
chránit zdraví a životy
lidí.

**Doporučená pozice
pro focení:** Sestřička
v úboru stetoskopem
poslouchá písmeno
„m“.



Klíčový vizuál kampaně / Inovace



JMK jako dobrý správce

Klíčový vizuál kampaně

Obecné doporučení:

Jihomoravské inovační centrum je hybnou silou inovativní ekonomiky v kraji. Pomáhá firmám a start-upům, zprostředkovává spolupráci ekonomického, vědeckého i kreativního sektoru.

Téma: JIC pomáhá růst stovkám inovativních firem.

Doporučená pozice

pro focení: Některý ze zástupců firem – success stories prezentovaných JIC. Kupříkladu ředitel firmy Bastl Instruments

Ondřej Merta, který do písmene „m“ zapojuje konektory do syntezátorových modulů.

Alternativa: Je možné prezentovat také podporu vědeckých center typu CEITEC. V případě focení

bychom mohli oslovit některého z vědců, který by lupou zkoumal písmeno „m“.



Klíčový vizuál kampaně / Kultura

Obecné doporučení:

Archeopark Pavlov je jedním z muzeí zřizovaných Jihomoravským krajem (Regionální muzeum Mikulov). Je to zároveň unikátní projekt, který získal řadu cen z oblasti architektury i kvality expozice.

Téma: Úspěchy muzeí zřizovaných Jihomoravským krajem (návštěvnost, ocenění).

Doporučená pozice pro focení: Například ředitel Regionálního muzea Mikulov (nebo jiné instituce), který oprašuje písmeno

„m“ archeologickým štětečkem.



Klíčový vizuál kampaně / Školství

Obecné doporučení:

Celkem 185 škol
a školských zařízení
je zřizováno
Jihomoravským krajem.
Své studenty na nich
učitelé vzdělávají
v oblasti odborných
učebních i studijních
programů. Vychovávají

lidi, kteří budou hýbat
ekonomikou regionu.

Téma:

Počty absolventů
krajských škol.

**Doporučená pozice
pro focení:** Některý
z vyučujících

z krajských škol
(učitel, mistr atp.).
Pozici doporučujeme
přizpůsobit
konkrétnímu oboru.



Děkujeme
za vaši
pozornost

ČÁST II. - OBCHODNÍ PODMÍNKY

*Tyto obchodní podmínky bude vybraný dodavatel povinen zpracovat do návrhu na uzavření smlouvy předkládaného zadavateli na výzvu řádné součinnosti potřebnou k uzavření rámcové smlouvy na realizaci veřejné zakázky dle této zadávací dokumentace. Obsah obchodních podmínek může dodavatel při zpracování návrhu na uzavření smlouvy doplnit pouze v těch částech, kde to vyplývá z textu obchodních podmínek nebo jiné části zadávací dokumentace, dodavatel není oprávněn provádět jiné obsahové změny.**

** Tento text není součástí smlouvy! Dodavatel jej při zpracování návrhu smlouvy vymaže!*

Rámcová smlouva na služby full-servisové agentury pro realizaci kampaní a dalších marketingových aktivit Jihomoravského kraje

*kteřou podle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Občanský zákoník“),
uzavřely níže uvedeného data, měsíce a roku tyto smluvní strany*

1. Jihomoravský kraj

Zastoupený: JUDr. Bohumilem Šimkem, hejtmanem Jihomoravského kraje
Sídlo: Brno, Žerotínovo nám. 449/3, PSČ 601 82
IČ: 70888337
DIČ: CZ70888337
Kontaktní osoba: Mgr. Eva Kurucová, marketingová pracovnice oddělení tiskového odboru kancelář hejtmána Krajského úřadu Jihomoravského kraje
Telefon: + 420 541 658 909
E-mail: kurucova.eva@kr-jihomoravsky.cz

(dále jen „Objednatel“)

a

2.

- obchodní společnost/fyzická osoba zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Krajského /Městského soudu v, v odd. vl. **(Pokyny pro účastníky: Účastník doplní příslušné údaje o zápisu v obchodním rejstříku. ***

nebo

- fyzická osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění vydaného pod č.j. **(Pokyny pro účastníky: V případě fyzických osob zapsaných pouze do živnostenského rejstříku zvolí účastník tuto variantu údaje o živnostenském oprávnění a označí příslušný živnostenský úřad, který oprávnění vydal.) ***

nebo

- obchodní společnost/fyzická osoba zapsaná v **(Pokyny pro účastníky: Zejména v případě zahraničních účastníků zde bude uvedena příslušná jiná evidence, do níž musí být tento účastník zapsán na základě obecně závazného právního předpisu, a označení orgánu, který tuto evidenci vede.) ***

nebo

- **(Pokyny pro účastníky: Účastníci uvedou právní formu jiné právnické osoby, jakož i údaje o zápisu této právnické osoby do příslušné evidence, má-li v ní být tento účastník zapsán na základě obecně závazného právního předpisu, a označení orgánu, který tuto evidenci vede.) ***

Sídlo:
IČ:
DIČ:
Zastoupený:
Kontaktní osoba:
Telefon:
E-mail:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

(dále jen „Poskytovatel“)

POKYNY PRO účastníky: Při zpracování návrhu na uzavření smlouvy doplní účastníci požadované údaje. *

Článek I. Účel a předmět smlouvy

1. Účelem této smlouvy je realizace veřejné zakázky **“Uzavření rámcové smlouvy na full-servisovou agenturu pro realizaci kampaní a dalších marketingových aktivit Jihomoravského kraje”** (dále jen “veřejná zakázka”), a to formou jednotlivých objednávek týkajících se vytvoření nové vizuální identity Jihomoravského kraje.
2. Předmětem této smlouvy je zajištění služeb při realizaci kreativních a mediálních strategií v rámci marketingových aktivit Objednatele. Jedná se o průběžné poskytování služeb v rámci marketingových a komunikačních činností Objednatele, a to zejména v následujících oblastech:

2.1 Online marketing

Kompletní realizace digitálních a on-line kampaní na základě navržených mediaplánů, včetně nákupu mediálního prostoru. Předpokládá se zejména zapojení sociálních sítí (Facebook, Instagram) dle navržených konceptů a cílových skupin.

2.2 Realizace fotoprodukce

Kompletní zajištění fotoprodukce v souladu s Manuálem jednotného vizuálního stylu JMK. Zajištění fotografií, včetně autorských práv, pro kampaně realizované Objednatelem. Jedná se především o zachycení exteriérů, interiérů, lidí, míst konání akcí a úpravy dle konceptů navrhovaných kampaní.

2.3 Realizace videoprodukce

Kompletní zajištění realizace videí a obdobných výstupů dle navrženého scénáře dle požadavků Objednatele v rámci kampaní realizovaných Objednatelem, včetně postprodukčních prací.

2.4 Realizace eventů

Spolupráce při kreativní tvorbě, přípravě a produkčním zajištění veřejných eventů Objednatele. Spolupráce na podpůrných marketingových aktivitách tak, aby bylo dosaženo jak jednotlivých cílů definovaných Objednatelem, tak posílení image značky Jihomoravského kraje. Půjde o produkční zajištění programu eventů k předem definovaným tématům Objednatele, včetně konzultace cílů a identifikace cílových skupin, stanovení rozpočtu a časového harmonogramu. Poskytovatel poskytne Objednateli komplexní zajištění služeb v souvislosti s tvorbou eventu.

2.5 Tiskařské služby

Předmětem plnění služby je poskytování tiskařských služeb na základě dílčích objednávek dle rámcové smlouvy podle požadavků specifikovaných Objednatelem v rámci kampaní a dalších marketingových aktivit.

Součástí plnění zejména v rámci všech výše uvedených bodů je dále povinnost spolupráce Poskytovatele s dalšími dodavateli Objednatele při realizaci dílčích plnění, která nejsou předmětem této veřejné zakázky (např. komplexní grafické služby apod.), a to v souladu s požadavky Objednatele ve smyslu úspěšného naplnění cílů této veřejné zakázky.

(dále společně jen „Služby“)

3. Služby budou poskytovány na základě jednotlivých objednávek dle této smlouvy (dále jen „objednávky“). Akceptací objednávky se Poskytovatel zavazuje poskytnout Objednateli plnění dle této smlouvy a Objednatel se zavazuje převzít plnění a uhradit Poskytovateli cenu Služeb za podmínek vymezených touto smlouvou.
4. Při výkladu obsahu této smlouvy budou smluvní strany přihlížet k zadávacím podmínkám vztahujícím se k zadávacímu řízení na veřejnou zakázku a k účelu veřejné zakázky. Ustanovení právních předpisů o výkladu právních jednání tím nejsou nijak dotčena.
5. Uzavřením této smlouvy Poskytovateli nevzniká právo na poskytování jakéhokoliv plnění ani nárok na úhrady ceny jakýchkoliv služeb. Objednatel je oprávněn, nikoliv však povinen, poptávat Služby podle této smlouvy, s tím, že nevyužití tohoto práva nevede k zániku této smlouvy.
6. Touto smlouvou není dotčeno právo Objednatele poptávat Služby specifikované v této smlouvě u jiných dodavatelů.

Článek II.

Sjednávání dílčích plnění

1. Před zasláním objednávky na dílčí plnění dle této smlouvy bude nejdříve ze strany Objednatele zaslán požadavek na předmět dílčího plnění (včetně navrženého termínu plnění), na základě kterého Poskytovatel zpracuje podrobný popis navrženého plnění odpovídajícího podmínkám této smlouvy, včetně předpokládané ceny a závazného termínu plnění.
2. Na základě podrobného popisu plnění ze strany Poskytovatele Objednatel, pokud tento podrobný návrh ze strany Poskytovatele včetně ceny a termínu akceptuje, zpracuje objednávku, kterou zašle Poskytovateli k akceptaci. V rámci této objednávky, pak bude uveden podrobný popis plnění, termín plnění a maximální cena. Pokud ze strany Objednatele bude nabídka nepřijatelná, bude vyvoláno jednání s Poskytovatelem o podmínkách dílčího plnění. Na základě tohoto jednání buď bude ze strany Poskytovatele předložen nový podrobný popis plnění, včetně termínu a ceny, a postupuje se dle postupu uvedeného výše, nebo je možné rovněž přímo zaslat Objednávku ze strany Objednatele, která bude obsahovat upravený podrobný popis plnění, termín plnění a maximální cenu.

Článek III.

Místo plnění

Místem plnění této smlouvy je sídlo Objednatele a jakékoli místo výslovně určené Objednatелеm, a to vždy v rámci České republiky nebo jakékoliv jiné místo určené v souladu s touto smlouvou uzavřenou za účelem splnění účelu veřejné zakázky.

Článek IV.

Předání, převzetí a akceptace Služeb

1. Po dokončení díla dle každé objednávky předloží Poskytovatel Objednateli ke schválení dílo ve formátu a na nosičích stanoveném objednávkou, a to jako otevřená data (umožňující další zásahy ze strany Objednatele), a dále soupis Služeb obsahující identifikaci služeb případně souvisejících dodávek či dalšího plnění poskytnutého na základě příslušné objednávky a popis jejich rozsahu (dále jen „Soupis služeb“).
2. V Soupisu služeb bude v případě typu služeb, u nichž je rozsah určen podle počtu hodin odpracovaných příslušným členem realizačního týmu Poskytovatele, rozpis takto odpracovaných hodin proveden nejméně v této míře detailu: konkrétní fyzická osoba provádějící činnost, popis činnosti, datum činnosti, místo činnosti, seznam akceptovaných výstupů a doba činnosti. Objednatel zejména není povinen schválit vynaložený rozsah práce za provádění činností v rámci vytvoření výstupů, které doposud nebyly akceptovány postupem podle čl. IV. odst. 3. této smlouvy.
3. Bude-li výsledkem poskytnutého plnění Poskytovatele vypracování díla v listinné nebo elektronické podobě, bude jeho akceptace provedena následujícím postupem:
 - a) Poskytovatel se zavazuje předat výstup Objednateli k akceptaci tak, aby byla dodržena lhůta stanovená objednávkou [a to včetně případného postupu dle písm. b) či c) tohoto odstavce smlouvy] nebo v souladu s ní, případně lhůta určená jinou dohodou s Objednatelem. V případě, že lhůta není objednávkou stanovena anebo se Smluvní strany na lhůtě nedohodnou, zavazuje se Poskytovatel předat výstup Objednateli k akceptaci bezodkladně poté, kdy je reálně možné příslušný výstup vyhotovit.
 - b) Objednatel se zavazuje uvést veškeré své výhrady nebo připomínky k výstupu předloženému dle bodu a) do deseti pracovních dnů od jeho předání. Sdělí-li Objednatel Poskytovateli, že k výstupu nemá žádné připomínky, považují Smluvní strany výstup za Poskytovatelem předaný a Objednatelem převzatý a akceptovaný. V opačném případě se výstup nepovažuje za akceptovaný. V případě, že Objednatel Poskytovateli nesdělí ve stanovené lhůtě výhrady nebo připomínky a současně Poskytovateli nesdělí, že nemá žádné připomínky, je Objednatel v prodlení s poskytnutím součinnosti, výstup se však nepovažuje za akceptovaný. Po dobu trvání prodlení Objednatele nenastává prodlení Poskytovatele s plněním dle této smlouvy.
 - c) Vznese-li Objednatel výhrady nebo připomínky k výstupu, zavazuje se Poskytovatel v přiměřené lhůtě stanovené Objednatelem, nejpozději však do deseti pracovních dnů od doručení výhrady, provést veškeré potřebné úpravy výstupu dle výhrad a připomínek Objednatele. Opravený výstup předá Poskytovatel Objednateli k opětovné akceptaci.
 - d) Objednatel se zavazuje vznést veškeré své výhrady nebo připomínky k opravené verzi výstupu dle bodu c) do deseti pracovních dnů od jeho doručení. Sdělí-li Objednatel Poskytovateli, že k opravené verzi výstupu nemá žádné připomínky, považují smluvní strany výstup za Poskytovatelem předaný a Objednatelem převzatý a akceptovaný. V opačném případě se výstup nepovažuje za akceptovaný. V případě, že Objednatel Poskytovateli nesdělí ve stanovené lhůtě výhrady nebo připomínky a současně Poskytovateli nesdělí, že nemá žádné připomínky, či že výstup akceptuje s výhradami, je Objednatel v prodlení s poskytnutím součinnosti, výstup se však nepovažuje za akceptovaný. Po dobu trvání prodlení Objednatele nenastává prodlení Poskytovatele s plněním dle této smlouvy.
 - e) Vznese-li Objednatel ve stanovené lhůtě své výhrady nebo připomínky k opravené verzi výstupu dle bodu d) tohoto článku, zavazují se smluvní strany zahájit společné jednání za

účelem odstranění veškerých vzájemných rozporů a akceptace výstupu tak, aby se Smluvní strany shodly na konečné verzi výstupu přijatelné pro Objednatele nejpozději do pěti pracovních dnů od doručení výzvy kterékoliv Smluvní strany k jednání.

- f) Smluvní strany se zavazují neprodleně po řádném předání a převzetí a akceptaci výstupů dle čl. IV. této smlouvy podepsat akceptační protokol, ve kterém bude mimo jiné uvedeno, zda byl výstup proveden bez vad a Objednatelem převzat bez výhrad, nebo zda byl převzat s výhradami. Výstup se považuje za řádně poskytnutý jeho akceptací.
4. Bude-li výsledkem poskytnutého plnění Poskytovatele realizace jiného plnění (než je plnění uvedené v čl. IV. odst. 3. tohoto článku smlouvy), bude jeho akceptace provedena následujícím postupem, stanoví-li tak Objednatel:
- a) V případě, že je nezbytné, aby byl rozpracován návrh řešení takového jiného plnění, postupují smluvní strany nejprve tak, jak je popsáno v čl. IV. odst. 3. této smlouvy. Po úplné a konečné akceptaci výstupů dle IV. odst. 3. čl. této smlouvy je možné zahájit realizaci předmětného jiného plnění.
 - b) Plnění bude realizováno Poskytovatelem ve lhůtě sjednané v objednávce a bude Objednateli předáno na základě akceptačního protokolu, ve kterém bude mimo jiné uvedeno, zda bylo plnění předáno řádně a včas a bez vad a nedodělků.
5. Objednatel je oprávněn ve výzvě k podání nabídky stanovit ve vztahu k jednotlivým plněním další nebo jiné akceptační, předávací či jiné podobné, obdobné či související podmínky.

Článek V.

Převzetí plnění, přechod vlastnictví movitých věcí a nebezpečí škody na těchto věcech

1. Poskytovatel bude uschovávat všechny listiny a elektronické materiály (přijaté od Objednatele nebo pro Objednatele či v souvislosti s plněním Objednateli vytvořené) a movité věci po dobu plnění služby, která je plněním objednávky ze strany Poskytovatele. Po skončení takové služby je Poskytovatel povinen předat všechny tyto materiály Objednateli během následujících 60 dnů po skončení plnění služby, a to nejpozději v den podpisu předávacího protokolu.
2. Objednatel se zavazuje přebírat od Poskytovatele plnění a písemně každé převzetí Poskytovateli potvrdit. Odmítnout převzít plnění je Objednatel oprávněn pouze v případě, že tato plnění odporují podmínkám obsaženým v této smlouvě či v Poskytovatelem akceptované objednávce.
3. Dnem podpisu akceptačního (předávacího) protokolu, kterým Objednatel potvrdí převzetí plnění, je plnění předáno. Den převzetí plnění je dnem zdanitelného plnění.
4. Vlastnictví movitých věcí, které byly vytvořeny v rámci poskytování služeb dle této smlouvy, přechází na Objednatele v okamžiku jejich převzetí od Poskytovatele, pokud nebude smluvními stranami stanoveno jinak. Ve stejný okamžik přechází na Objednatele i nebezpečí škody na věcech.
5. Do doby přechodu vlastnictví k movitým věcem, které byly vytvořeny v rámci poskytování služeb dle této smlouvy, z Poskytovatele na Objednatele, je Poskytovatel povinen tyto věci opatřovat takovým způsobem, aby mohly být předány řádně a včas, tj. zejména bez jakýchkoli právních či faktických vad.

6. Veškeré nehmotné statky vytvořené na základě této smlouvy nesmí být do předání jejich hmotně zachyceného výsledku Objednateli zveřejněny (zpřístupněny veřejnosti), nedohodnou-li se Strany písemně jinak.
7. Poskytovatel je povinen označit či jinak zřejmě identifikovat movité věci dle odst. 1. tohoto článku, a to bez zbytečného odkladu po jejich vyhotovení.

Článek VI.

Odměna

1. Za Služby poskytované v souladu s touto smlouvou se Objednatel zavazuje zaplatit Poskytovateli odměnu (dále jen „Odměna“). Výše odměny bude určena podle rozsahu poskytnutých Služeb a nepřekročí sazby uvedené v příloze č. 1 této smlouvy – „Ceník a specifikace požadovaných služeb“. Daň z přidané hodnoty bude účtována v zákonné výši.
2. V případě požadavku Objednatele na poskytnutí Služeb, které nejsou vymezeny v příloze č. 1 této smlouvy – „Ceník a specifikace požadovaných Služeb“, bude Poskytovatel ve své nabídce vycházet zejména ze sazeb obdobných Služeb než uvedených v této příloze č. 1 a současně nesmí být překročena marže pro externí služby uvedená v příloze č. 1 této smlouvy. Odměna za Služby – činnosti neoceněné v příloze č. 1 této smlouvy nesmí přesahovat cenu v místě a čase obvyklou. Daň z přidané hodnoty bude účtována v zákonné výši.
3. Celková cena plnění dle této smlouvy nepřekročí částku 1.800.000,- Kč bez DPH. Do této částky se započítává jak Odměna za poskytnutí Služeb, jejichž jednotkové ceny jsou uvedeny v příloze č. 1 této smlouvy – „Ceník a specifikace požadovaných Služeb“, tak Odměna za Služby v této příloze neuvedené.
4. Odměna bude Poskytovatelem Objednateli vyúčtována a předložena daňovým dokladem - fakturou k proplacení. Přílohou faktury bude Soupis služeb, písemně potvrzený Objednatелеm.
5. Odměna bude Poskytovatelem účtována vždy po řádném a úplném ukončení realizace dílčího plnění dle objednávky, a to ve výši odpovídající rozsahu poskytnutých Služeb. Poskytovatel je oprávněn vystavit fakturu na úhradu Odměny vždy po odsouhlasení Soupisu služeb Objednatелеm.
6. Sjednaná lhůta splatnosti faktur činí 30 dnů ode dne, kdy Objednatel obdrží od Poskytovatele fakturu se všemi sjednanými náležitostmi a za podmínek v této Smlouvě uvedených.
7. Faktury musí obsahovat náležitosti daňového dokladu (faktury) stanovené zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a další náležitosti stanovené touto Smlouvou. Přílohou faktury musí být Soupis služeb písemně potvrzený Objednatелеm. Nebude-li daňový doklad (faktura) obsahovat stanovené náležitosti je Objednatel oprávněn fakturu vrátit k přepracování. V tomto případě neplatí původní lhůta splatnosti, ale celá lhůta splatnosti běží znovu ode dne doručení opravené nebo nově vystavené faktury. V případě, že Poskytovatel není plátcem DPH, musí faktura splňovat náležitosti účetního dokladu dle § 11 zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a náležitosti stanovené § 435 Občanského zákoníku.

Článek VII.

Další práva a povinnosti

1. Objednatel se zavazuje poskytovat Poskytovateli na základě jeho žádosti včasné, úplné, pravdivé

a přehledné informace, které po něm mohou být spravedlivě požadovány.

2. Objednatel se zavazuje poskytovat Poskytovateli součinnost nezbytnou pro řádné plnění. Poskytovatel se zavazuje dosáhnout pro Objednatele co nejvýhodnějších cenových podmínek, které jsou limitovány v příloze č. 1 této smlouvy.
3. Poskytovatel tímto výslovně prohlašuje, že při poskytování Služeb postupuje jako odborník ve smyslu § 2950 Občanského zákoníku a že má dostatek vědomostí a dovedností pro poskytování Služeb dle této smlouvy.
4. Poskytovatel je povinen při výkonu své činnosti podle této smlouvy jednat s potřebnou odbornou péčí a svědomitostí, řídit se pokyny Objednatele s výjimkou takových případů, kdy je to naléhavě nezbytné v zájmu Objednatele a nelze-li souhlasu Objednatele dosáhnout včas. Při každém dílčím plnění je Poskytovatel vázán zákony, obecně závaznými právními předpisy a pokyny Objednatele, pokud tyto nejsou v rozporu s právními normami nebo oprávněnými zájmy Poskytovatele.
5. Poskytovatel je povinen při plnění této smlouvy spolupracovat v intencích požadavků Objednatele se třetími stranami a dodavateli jiného plnění ve prospěch Objednatele, pokud takové plnění těchto osob souvisí s účelem či předmětem této smlouvy.
6. Poskytovatel se zavazuje účastnit prostřednictvím svých kompetentních osob koordinačních jednání s Objednatelem v sídle Objednatele, přičemž bere na vědomí, že tato koordinační jednání budou probíhat zpravidla dvakrát do měsíce.
7. Poskytovatel je povinen včas písemně upozornit Objednatele na zřejmou nevhodnost jeho pokynů, jejichž následkem může vzniknout škoda nebo nesoulad s obecně závaznými právními předpisy. Pokud Objednatel navzdory takovému upozornění trvá na svých pokynech, Poskytovatel neodpovídá za jakoukoli škodu způsobenou jeho jednáním na základě takových pokynů Objednatele.
8. Poskytovatel se zavazuje po dobu realizace jednotlivé Služby umožnit Objednateli průběžnou kontrolu jeho řádného plnění. Poskytovatel je v takovém případě povinen na písemnou výzvu Objednatele předložit dosavadní výsledky své práce na realizované Službě ve lhůtě do sedmi dní od doručení této výzvy. Pokud Objednatel při provádění této kontroly zjistí, že Poskytovatel postupuje v rozporu se svými povinnostmi, je oprávněn požadovat v jím stanovené lhůtě odstranění zjištěných nedostatků na náklady Poskytovatele a řádnou realizaci této Služby.
9. Poskytovatel se zavazuje zajistit, aby při plnění této smlouvy nedošlo z jeho strany k poškození dobrého jména či pověsti Objednatele.
10. Poskytovatel i Objednatel jsou povinni se vzájemně informovat o všech okolnostech důležitých pro řádné a včasné provedení každé objednávky a předmětu specifikovaného v každé jednotlivé objednávce a poskytovat si součinnost nezbytnou pro řádné a včasné provedení veřejné zakázky a předmětu této smlouvy. Poskytovatel se dále zavazuje aktivně spolupracovat s Objednatelem, jakož i s případnými dalšími subjekty Objednatelem určenými, a poskytovat jim veškerou potřebnou součinnost.
11. Výstupy z poskytnutého plnění, které vzniknou v průběhu, a v souvislosti s plněním se stávají okamžikem jejich předání Objednateli jeho vlastnictvím. Poskytovatel nesmí poskytnout žádný z těchto výstupů třetí straně bez předchozího písemného souhlasu Objednatele. Poskytovatel se ve smyslu čl. VIII. této smlouvy zavazuje poskytnout Objednateli neomezené licence k užití díla vzniklého při plnění každé objednávky.

12. Objednatel je oprávněn požadovat po Poskytovateli poskytnutí Služeb v časových termínech přiměřených jejich povaze. To se netýká naléhavých případů, kterými se pro účely této smlouvy rozumí situace, kdy Objednatel potřebuje bezodkladně poskytnout Službu a jejím neposkytnutím Objednateli hrozí vážná újma na jeho právech, či právem chráněných zájmech.
13. V případě, že Poskytovatel nezahájí nebo neprovede některou z činností dle této Smlouvy z důvodů na své straně ve lhůtách stanovených objednávkou, popř. v dodatečně lhůtě stanovené Objednatelem, je Objednatel oprávněn zajistit provedení těchto činností v nezbytném rozsahu jiným způsobem nebo prostřednictvím třetí osoby, a to na náklady Poskytovatele. Případný nárok Objednatele na smluvní pokutu či odstoupení od této smlouvy tím není dotčen.
14. V případě ukončení účinnosti této smlouvy ze strany Poskytovatele je Poskytovatel povinen učinit vše, co nesnese odkladu, aby Objednatel neutrpěl újmu na svých právech.
15. Poskytovatel prohlašuje a zavazuje se zajistit, že plnění jím poskytované dle této smlouvy v žádném případě neporuší platné a účinné právní předpisy České republiky, tj. zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů, a že poskytováním plnění dle této smlouvy nedojde k porušení práv třetích osob, a to především pokud jde o práva osobnostní dle § 81 a násl. Občanského zákoníku, dále práva k osobním údajům dle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a autorská práva dle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.
16. V případě, že vůči Objednateli bude uplatňován soudní, správní, či jakoukoliv jinou cestou jakýkoliv nárok třetí strany, mající původ v nesplnění závazku Poskytovatele dle ustanovení předchozího odstavce, zavazuje se Poskytovatel nahradit veškeré náklady a škody tímto jednáním Poskytovatele Objednateli vzniklé, a to zejména náklady za případné soudní či správní řízení, náklady právního zastoupení, náhradu újmy zaplacenou třetím osobám, apod.
17. Poskytovatel je povinen zavázat zaměstnance a další osoby podílející se na poskytování Služeb podle této smlouvy mlčenlivostí v rozsahu dle čl. IX. této smlouvy a seznámit tyto osoby s podmínkami této smlouvy, které potřebují znát pro zajištění řádného plnění dle této smlouvy a dodržení všech jejích ujednání.
18. Poskytovatel Objednateli na jeho žádost poskytne profesní informace týkající se všech osob podílejících se na poskytování služeb. Poskytovatel je povinen zajistit, že poskytnutí takových informací a jejich užití Objednatelem pro účely vyplývající z této smlouvy nebude v rozporu s právními předpisy na ochranu osobních údajů, zejména zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů.
19. Poskytovatel se zavazuje poskytovat plnění dle této smlouvy prováděné pozicemi specifikovanými v příloze 2 této smlouvy výhradně osobami specifikovanými v této příloze, jejichž prostřednictvím Poskytovatel prokazoval splnění kritéria kvalifikace v rámci zadávacího řízení na zadání veřejné zakázky. Jakákoliv změna na pozicích realizačního týmu je možná pouze nahrazením příslušné osoby osobou s minimálně stejnými znalostmi a zkušenostmi, jaké odpovídají požadavkům zadavatele na příslušné kritérium kvalifikace definovaným v příslušné zadávací dokumentaci na předmětnou pozici. Poskytovatel je povinen předložit doklady prokazující splnění příslušného kritéria kvalifikace pro nahrazující osobu dříve, než dojde k poskytnutí plnění prostřednictvím této osoby. Objednatel si vyhrazuje právo na posouzení splnění kvalifikace takovou nahrazující osobou, přičemž platí, že Poskytovatel je oprávněn takovou osobu použít pro plnění této smlouvy až po

posouzení kvalifikace Objednatelem. Objednatel je povinen provést takové posouzení kvalifikace a informovat Poskytovatele o výsledku posouzení bezodkladně.

20. Veškeré výstupy vytvořené v souvislosti s poskytováním služeb podle této smlouvy, zejména výkresy, grafika, fotografie a jiná výtvarná díla, mediální plány, propagační návrhy a modely, označení a slogany, scénáře, nahrávky, videa, reklamy apod., budou Objednateli předávány rovněž v elektronické podobě, a to ve formátu umožňujícím další zpracování.

Článek VIII. Práva duševního vlastnictví

1. Bude-li výsledkem plnění nebo jiné činnosti Poskytovatele prováděné dle této smlouvy, předmět požívající ochrany autorského díla podle zákona č. 121/2001 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Autorské dílo“), nabývá Objednatel dnem poskytnutí Autorského díla výhradní právo užití takového Autorské dílo veškerými známými způsoby užití takového díla, zejména, nikoliv však výlučně, k účelu, ke kterému bylo takové dílo Poskytovatelem vytvořeno v souladu se smlouvou, a to po celou dobu trvání autorských práv majetkových k Autorskému dílu, resp. po dobu autorskoprávní ochrany, bez omezení rozsahu množstevního, grafického, technologického, či teritoriálního (dále jen „Licence“).
2. Součástí Licence je rovněž neomezené právo Objednatele poskytnout třetím osobám podlicenci k užití Autorského díla a také souhlas Poskytovatele k postoupení Licence na třetí osoby a souhlas Poskytovatele udělený Objednateli k provedení jakýchkoliv změn nebo modifikací Autorského díla, a to i prostřednictvím třetích osob. Licence se vztahuje i na všechny nové verze, aktualizované verze, i na úpravy a překlady Autorského díla, dodané Poskytovatelem. Odměna za poskytnutí Licence je zahrnuta v Odměně za poskytované Služby.
3. Objednatel není povinen Licenci využít.
4. Poskytovatel prohlašuje, že má (či bude mít po jeho vytvoření) veškerá oprávnění k Autorskému dílu dle čl. VIII. odst. 1. této smlouvy, zejména, nikoliv však výlučně, že získal veškerá oprávnění autorů či třetích osob k takovému Autorskému dílu a je oprávněn poskytnout Objednateli, zejména, nikoliv však výlučně, veškerá oprávnění uvedená v tomto článku smlouvy. Poskytovatel se zavazuje získat předem veškerá oprávnění autorů či třetích osob k takovému Autorskému dílu dle čl. VIII. odst. 1. této smlouvy, které bude výsledkem plnění nebo jiné činnosti Poskytovatele dle této smlouvy.
5. Poskytovatel prohlašuje, že Objednatel je oprávněn Autorské dílo dle čl. VIII. odst. 1. této smlouvy zveřejnit, upravovat, zpracovávat, překládat, či měnit jeho název a že je též oprávněn Autorské dílo spojit s dílem jiným a zařadit jej do díla souborného.
6. Výstupy z poskytnutého plnění, které vzniknou v průběhu a v souvislosti s plněním dle této Smlouvy, se stávají okamžikem jejich předání Objednateli jeho vlastnictvím. Poskytovatel nesmí poskytnout žádný z těchto výstupů třetí straně bez předchozího písemného souhlasu Objednatele. Poskytovatel se ve smyslu článku VIII. této smlouvy zavazuje poskytnout Objednateli neomezené licence k užití díla vzniklého při plnění každé objednávky.
7. V odůvodněných případech může Objednatel stanovit nebo smluvní strany mohou sjednat odlišné licenční či související podmínky.

Článek IX. Povinnost mlčenlivosti

1. Poskytovatel je povinen zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o nichž se dozvěděl v souvislosti s poskytováním Služeb pro Objednatele. Zejména se zavazuje nesdělovat předmětné skutečnosti třetím osobám a současně je nevyužít v rozporu s oprávněnými zájmy Objednatele.
2. Poskytovatel je oprávněn poskytnout předmětné informace svým poddodavatelům za předpokladu, že je zaváže k mlčenlivosti v obdobném rozsahu, v jakém je mlčenlivostí sám vázán. Porušení povinnosti mlčenlivosti poddodavatelem se považuje za porušení povinnosti Poskytovatele.
3. Povinnost Poskytovatele dle čl. IX. odst. 1 této smlouvy se nevztahuje na informace:
 - a) které se staly veřejně známými, aniž by jejich zveřejněním došlo k porušení závazků Poskytovatele či právních předpisů;
 - b) které měl Poskytovatel prokazatelně legálně k dispozici před uzavřením této smlouvy, pokud takové informace nebyly předmětem jiné, dříve mezi Smluvními stranami uzavřené smlouvy o ochraně informací;
 - c) které jsou výsledkem postupu, při kterém k nim Poskytovatel dospěje nezávisle a je to schopen doložit svými záznamy nebo důvěrnými informacemi třetí strany;
 - d) které po podpisu této smlouvy poskytne Poskytovateli třetí osoba, jež není omezena v takovém nakládání s informacemi;
 - e) jejichž zpřístupnění třetím osobám je stanoveno zákonem nebo pravomocným rozhodnutím soudního nebo správního orgánu.
4. Povinnost mlčenlivosti ve shora uvedeném rozsahu platí dále ještě po skončení účinnosti této smlouvy, nebude-li v jednotlivém případě dohodnuto smluvními stranami jinak.
5. Ustanovení Občanského zákoníku, upravující obchodní tajemství, nejsou tímto článkem dotčena.

Článek X. Doba trvání, ukončení smlouvy

1. Tato Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do 31. 12. 2020, nebo do vyčerpání maximální částky za předmět smlouvy dle článku VI. odst. 3 této smlouvy.
2. Plnění podle této smlouvy bude probíhat dle aktuálních potřeb a požadavků Objednatele po dobu účinnosti této smlouvy.
3. Obě smluvní strany jsou oprávněny smlouvu vypovědět s výpovědní lhůtou dvou měsíců, která počíná běžet od prvního dne měsíce následujícího po měsíci, kdy byla výpověď doručena druhé straně.
4. Objednatel může tuto smlouvu ukončit okamžitě písemným odstoupením v případě podstatného porušení smlouvy Poskytovatelem. Za podstatné porušení smlouvy se považuje zejména, nikoliv však výlučně, porušení povinností Poskytovatele uvedených v článku VII. této smlouvy. Objednatel je dále oprávněn odstoupit od této smlouvy v dalších případech stanovených zákonem.
5. Objednatel má právo odstoupit od této smlouvy v případě, že Poskytovatel uvedl v nabídce v rámci zadávacího řízení na veřejnou zakázku informace nebo doklady, které neodpovídají skutečnosti

a měly nebo mohly mít vliv na výsledek zadávacího řízení.

6. V případě výpovědi či odstoupení od smlouvy se Poskytovatel zavazuje předat Objednateli veškerou dokumentaci, týkající se předmětu této smlouvy, a to nejpozději do 10 pracovních dnů ode dne zániku smlouvy, v místě sídla Objednatele, nedohodnou-li se Smluvní strany jinak.

Článek XI. Zvláštní ustanovení

1. V případě ukončení účinnosti této Smlouvy zaniká závazek Poskytovatele poskytovat Služby na jejím základě sjednané. Poskytovatel je rovněž povinen upozornit Objednatele na taková opatření, která jsou nezbytná k tomu, aby se zabránilo vzniku škody bezprostředně hrozící Objednateli nepokračováním v poskytování Služeb dle této smlouvy.
2. Poskytovatel bere výslovně na vědomí, že Objednatel je oprávněn kdykoliv v průběhu trvání smlouvy postoupit veškerá svá práva a povinnosti vyplývající z této smlouvy na třetí osobu – Poskytovatel k tomuto uděluje výslovný souhlas v souladu s ustanovením § 1895 odst. 1 Občanského zákoníku. Smluvní strany si tímto ujednávají, že poskytovatel není po dobu trvání smlouvy oprávněn převést svá práva a povinnosti vyplývající z této smlouvy na třetí osobu.

Článek XII. Sankce

1. V případě prodlení Poskytovatele s poskytnutím Služeb či určitého výstupu a plnění dle této smlouvy ve lhůtě stanovené v objednávce má Objednatel právo na uhrazení smluvní pokuty ve výši 500,- Kč za každý den prodlení.
2. Pro případ porušení jakékoliv smluvní povinnosti uvedené v odst. 7 a 19 článku VII. této smlouvy Poskytovatelem si Smluvní strany sjednávají smluvní pokutu ve výši 40.000,- Kč za každé jednotlivé porušení, a to i pro případ, že Objednateli nevznikne škoda.
3. Objednatel má právo na zaplacení smluvní pokuty ve výši 50.000,- Kč za každé porušení povinnosti stanovené v článku VIII. této smlouvy.
4. Pro případ porušení smluvní povinnosti uvedené v čl. XIII. odst. 1 a čl. VII odst. 15. této smlouvy Poskytovatelem si Smluvní strany sjednávají smluvní pokutu ve výši 50.000,- Kč za každé jednotlivé porušení, a to i pro případ, že Objednateli nevznikne škoda.
5. Smluvní pokuta je splatná na základě faktury vystavené Objednatelem a doručené Poskytovateli. Faktura musí obsahovat náležitosti dle příslušných právních předpisů a této smlouvy a její splatnost je čtrnáct dní ode dne jejího doručení Poskytovateli.
6. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo na náhradu újmy či nárok na odstoupení od smlouvy.
7. Pro případ prodlení Objednatele se zaplacením ceny za dílčí plnění poskytnuté Poskytovatelem sjednávají Smluvní strany úrok z prodlení ve výši stanovené občanskoprávními předpisy.

Článek XIII. Ostatní ujednání

1. Poskytovatel se zavazuje udržovat po dobu účinnosti této smlouvy platnou a účinnou pojistnou smlouvu, jejímž předmětem je pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou Poskytovatelem třetí osobě, přičemž limit pojistného plnění vyplývající z pojistné smlouvy nesmí být nižší než 1.000.000 Kč a výše spoluúčasti Poskytovatele nesmí být vyšší než 10 %.
2. Poskytovatel není oprávněn snížit výši pojistného krytí nebo podstatným způsobem změnit podmínky pojištění odpovědnosti za škodu Poskytovatele bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
3. Poskytovatel je povinen na požádání předložit Objednateli platnou pojistnou smlouvou prokazující pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou Poskytovatelem třetí osobě dle čl. XIII. odst. 1. této smlouvy, a to nejpozději do pěti pracovních dnů po doručení žádosti Objednatele o její předložení. Poskytovatel se zavazuje předložit Objednateli jakýkoliv dodatek ke sjednanému pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou Poskytovatelem třetí osobě dle čl. XIII. odst. 1. této smlouvy, a to do deseti dnů od jeho uzavření. Poskytovatel je povinen neprodleně informovat Objednatele o všech změnách v podmínkách pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou Poskytovatelem třetí osobě, zejména o výši limitu pojistného plnění a příslušných výlukách z pojištění, nejpozději do deseti dnů od okamžiku, kdy taková změna nastane.
4. Poskytovatel výslovně souhlasí se zveřejněním této smlouvy včetně jejích dodatků v souladu s povinnostmi Objednatele podle právních předpisů o svobodném přístupu k informacím (zákon č. 106/1999 Sb., o veřejném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů) a ustanovení zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů a zákona č. 340/2015 Sb., zákon o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv). Poskytovatel zároveň prohlašuje, že žádné ustanovení smlouvy nepodléhá jeho obchodnímu tajemství a znění smlouvy lze v plném rozsahu zveřejnit, což zahrnuje rovněž oprávnění Objednatele uveřejnit způsobem umožňujícím neomezený dálkový přístup v síti internet úplné znění smlouvy, včetně veškerých případných dodatků, a to ve formě elektronické kopie originálu smlouvy.
5. Poskytovatel 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, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.

Článek XIV. Komunikace smluvních stran

1. Není-li sjednáno jinak, vzájemná komunikace smluvních stran, zejména jakákoli oznámení či sdělení vyžadovaná podle této smlouvy, bude činěna formou e-mailu v českém jazyce a doručena druhé Smluvní straně na adresy uvedené v záhlaví této smlouvy.
2. Každá Smluvní strana je povinna oznámit bez zbytečného odkladu druhé Smluvní straně jakékoliv změny kontaktních údajů uvedených v této smlouvě a jakoukoliv jinou změnu své doručovací adresy, jakož i sídla, formou doporučeného dopisu podepsaného osobou oprávněnou jednat za Smluvní stranu, zasláno na doručovací adresu uvedenou v této smlouvě, nebo na jinou později sdělenou adresu. Řádným doručením tohoto oznámení dojde ke změně kontaktních údajů Smluvní strany bez nutnosti uzavření dodatku k této smlouvě.

Článek XV. Závěrečná ujednání

1. Právní vztahy touto smlouvou výslovně neupravené se řídí právním řádem České republiky, zejména ustanoveními Občanského zákoníku.
2. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího uzavření a účinnosti dnem jejího uveřejnění prostřednictvím registru smluv postupem dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv). Smluvní strany se dohodly, že zveřejnění v registru smluv zajistí Objednatel.
3. Tuto Smlouvu lze měnit pouze formou číslovaných dodatků a postupem, který je v souladu s ustanoveními zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů týkajících se změn práv a povinností ze smlouvy.
4. Pokud by bylo některé ustanovení smlouvy zcela nebo zčásti právně neúčinné, zůstává tím nedotčena právní účinnost ostatních ustanovení smlouvy.
5. V případě sporu vznikuvšího na základě této smlouvy se Smluvní strany dohodly situaci řešit primárně smírnou cestou. Pakliže nebude spor možné řešit smírnou cestou, bude řešen před místně a věcně příslušným soudem dle platných právních předpisů.
6. Nedílnou součástí této smlouvy tvoří tyto přílohy:

Příloha č. 1 - „Ceník a specifikace požadovaných Služeb“
Příloha č. 2 - „Realizační tým“
7. Tato smlouva je vyhotovena ve čtyřech stejnopisech, z nichž každý má platnost originálu. Dvě vyhotovení smlouvy obdrží Objednatel, dvě vyhotovení obdrží Poskytovatel.
8. Poskytovatel v souladu s § 1765 odst. 2 Občanského zákoníku převzal nebezpečí změny okolností.
9. Poskytovatel prohlašuje, že neporušuje etické principy, principy společenské odpovědnosti ani základní lidská práva.
10. Smluvní strany si tuto smlouvu přečetly, s jejím obsahem souhlasí, smlouva vyjadřuje pravou, svobodnou a vážnou vůli smluvních stran a na důkaz toho k ní smluvní strany připojují svůj podpis.

Doložka dle ustanovení § 23 zákona č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení), ve znění pozdějších předpisů:

Tato smlouva byla schválena Radou Jihomoravského kraje dne na ... schůzi usnesením č.

V Brně dne

V dne

Objednatel
za Jihomoravský kraj
JUDr. Bohumil Šimek, hejtman

Poskytovatel

.....
.....

Pokyny pro účastníky: Při zpracování návrhu smlouvy doplní účastník svoji firmu nebo jméno a příjmení a označí jménem a příjmením a vztahem vůči účastníkovi - právnické osobě osobu oprávněnou jednat jménem účastníka - právnické osoby nebo označí jménem a příjmením osobu oprávněnou jednat za účastníka včetně informace o oprávnění této osoby jednat za účastníka. *

Příloha č. 1 smlouvy - „Ceník a specifikace požadovaných Služeb“

Pokyny pro účastníky: Při zpracování této přílohy jako součásti nabídky na veřejnou zakázku nacení účastníci všechny služby uvedené v příloze č. 2 zadávací dokumentace – „Tabulka pro stanovení nabídkové ceny“. Tato vyplněná tabulka následně bude tvořit přílohu č. 1 rámcové smlouvy na veřejnou zakázku. Vybraný dodavatel následně předloží požadovaný počet návrhů rámcové smlouvy na veřejnou zakázku včetně takto vyplněné přílohy č. 1. Jednotlivé cenové položky se nesmí lišit od cenových položek uvedených v nabídce v rámci vyplněné přílohy č. 2 zadávací dokumentace - „Tabulka pro stanovení nabídkové ceny“. *

Příloha č. 2 smlouvy - „Realizační tým“

Pozice v realizačním týmu	Jméno a příjmení	Telefon, e-mail
Account manager		
Copywriter		
Event manager		
On line specialista		
Production manager		
DTP operátor		

Pokyny pro účastníky: Při zpracování této přílohy jako součásti nabídky na veřejnou zakázku doplní účastník jména a příjmení členů realizačního týmu dle bodu 8.5 zadávací dokumentace a dále telefonní a e-mailové spojení na tyto osoby. *

Konec části II. – Obchodní podmínky

Konec zadávací dokumentace

V Brně dne 3.7.2019

otisk razítka

Mgr. Petra Kovářová
vedoucí odboru kancelář hejtmana
Krajského úřadu Jihomoravského kraje