



JIHOMORAVSKÝ KRAJ

Krajský úřad Jihomoravského kraje

Odbor kancelář hejtmána

Žerotínovo nám. 3, 601 82 Brno

Zadávací dokumentace na veřejnou zakázku malého rozsahu na
služby

Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů

Zadáváná 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, které však bezvýhradně a prokazatelně naplní zadavatelem zamýšlený účel realizace této zakázky.

Na vypracování této zadávací dokumentace se jako externí konzultant podílel Mgr. David Blažek, sídlem Merhautova 988/114, 613 00, Brno - Černá Pole, IČ 058 51 734.

OBSAH:

1. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE ZADAVATELE
2. PRÁVNÍ REŽIM ZADÁVACÍHO ŘÍZENÍ
3. PŘEDMĚT PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY
4. KLASIFIKACE CPV
5. PŘEDPOKLÁDANÁ HODNOTA VEŘEJNÉ ZAKÁZKY
6. DOBA PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY
7. MÍSTO PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY
8. POŽADAVKY ZADAVATELE NA KVALIFIKACI
9. OBCHODNÍ A PLATEBNÍ PODMÍNKY
10. POŽADAVKY NA ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ NABÍDKOVÉ CENY
11. POŽADAVKY NA VARIANTY NABÍDKY
12. KREATIVNÍ ZADÁNÍ – „BRIEF“
13. HODNOCENÍ
14. PODMÍNKY A POŽADAVKY NA ZPRACOVÁNÍ A PODÁNÍ NABÍDKY
15. VYSVĚTLENÍ ZADÁVACÍ DOKUMENTACE
16. LHŮTA A MÍSTO PRO PODÁNÍ NABÍDEK
17. UZAVŘENÍ SMLOUVY
18. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ
19. SEZNAM PŘÍLOH

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
IČ: 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 předmětná 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 vytvoření nové vizuální identity Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava, včetně nových logotypů, a průběžné poskytování komplexních služeb při tvorbě kreativních a komunikačních strategií, tj. průběžné poskytování jednorázových či opakujících se služeb, při rozpracování těchto značek. Hlavním cílem je vytvořit moderní a inovativní design obou značek tak, aby celá komunikace, jak destinace Jižní Morava v komunikaci jak v České republice, tak v zahraničí a zároveň komunikace značky Jihomoravského kraje vytvářela jednotnou, komplementární identitu a komunikaci. Cílem je dosáhnout takové zpracování, které v obou případech v sobě ponese identitu regionu (viz Příloha č. 3 – Identita Jihomoravského kraje) a bude mít zároveň potenciál fungovat dlouhodobě.

Předmětem této zakázky je dále poskytnutí licencí k užití autorských děl, která vzniknou v souvislosti s plněním veřejné zakázky.

Mediální nákup není předmětem této zakázky.

Předmětem kreativních a komunikačních strategií se rozumí zejména:

3.1 Návrh a tvorba nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálního stylu

Nové zpracování značky kraje a destinační značky regionu a z nich vyplývající nová vizuální identita JMK. Průběžné práce na kreativních strategiích a dodávka průběžných grafických služeb v návaznosti na zadání ve formě klientského briefu, stanovení strategie a formulace obsahu reklamního sdělení, tj. kompletní copywriting (headline, bodycopy, atd.).

3.2 Konzultace v otázkách strategického rozvoje značek

Komplexní agenturní služby (detailně viz body 3.3 až 3.5) s přihlédnutím zejména ke strategickému řízení nové značky kraje. Konzultace v oblasti brandingů.

3.3 Zajištění grafických prací

Zajištění kompletního grafického zpracování, tvorby a úprav vizuálů pro jednotlivá témata a potřeby zadavatele, definované v „briefu“ dle bodu 12 této zadávací dokumentace do požadovaných formátů dle konkrétní potřeby zadavatele.

3.4 Návrh a tvorba komunikačních a mediálních strategií pro integrované komunikační kampaně v České republice a zahraničí

Mediální plánování komunikační kampaně a tvorba mediální strategie, určení prvků komunikačního mixu, včetně přípravy konkrétních mediaplánů a návrhů monitoringu a hodnocení efektivity těchto kampaní dle konkrétního zadání zadavatele, přičemž nákup mediálního prostoru dle mediaplánů není součástí předmětu plnění této veřejné zakázky.

3.5 Návrh konceptu reklamních spotů a odborný dohled nad produkcí

Návrh a tvorba scénářů, storyboardů, animatiků, popř. tvorba technických scénářů, doporučení vhodných lokací, odborný dohled nad natočením a výrobou spotů, tak aby výsledná díla byla v souladu s navrženým konceptem a odpovídala nastavené tonalitě.

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. digitální služby, tiskařské služby, audio-video služby), 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 79551000-1: Psaní textů

5. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky

Zadavatel stanovil předpokládanou hodnotu této veřejné zakázky na částku v celkové výši **1.900.000 Kč bez DPH**, přičemž tato předpokládaná hodnota zahrnuje hodnotu všech plnění na služby požadované zadavatelem.

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky je limitní pro nabídkové ceny účastníků. 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 bezprostředně po skončení zadávacího řízení, a to na základě rozhodnutí zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky. Doba plnění veřejné zakázky je 2 roky ode dne účinnosti rámcové smlouvy, nebo do vyčerpání maximální částky za předmět díla uvedený 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 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 spáchaný ve prospěch organizované zločinecké skupiny, trestný čin účasti na organizované zločinecké skupině, legalizace výnosů z trestné činnosti, podílnictví, přijetí úplatku, podplacení, nepřímého úplatkářství, podvodu, úvěrového podvodu, včetně případů, kdy jde o přípravu nebo pokus nebo účastenství na takovém trestném činu, nebo obdobný trestný čin podle právního řádu země sídla dodavatele; k zahlázeným 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;

- 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 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).

8.4 Seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 5 letech

Seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 5 letech s uvedením jejich rozsahu, zevrubného popisu a doby poskytnutí. Seznam pak bude obsahovat údaje o zadavateli (název, adresa, kontaktní osoba, u které je možno referenci ověřit), místu, termínu a rozsahu plnění a finančním objemu poskytnuté služby. Z těchto referencí bude jednoznačně vyplývat, že dodavatel v posledních 5 letech realizoval následující významné služby:

- min. dvě realizace návrhu a zpracování identity značky v rozsahu obdobném předmětu plnění této veřejné zakázky, tj. vytvoření nové vizuální identity značky včetně logotypu a manuálu jednotného vizuálního stylu (brandbook, designamanuál) a dále pak průběžného poskytování jednorázových či opakujících se služeb při rozpracování a aplikaci značky v celkovém finančním objemu minimálně 350.000 Kč (slovy: tři sta padesát tisíc korun českých) bez DPH za jeden kalendářní rok, případně za období 12 po sobě jdoucích kalendářních měsíců; tato částka nebude zahrnovat nákup mediálního prostoru. Službou dle tohoto bodu se rozumí poskytování služeb komunikační podpory pro jednoho objednatele (klienta) jedním dodavatelem bez ohledu na to, zda byly dodavatelem poskytovány na základě jedné či více smluv;
- min. dvě zakázky na tvorbu komunikační strategie a komunikačního konceptu značky v minimální hodnotě 50 000 Kč (slovy: padesát tisíc korun českých) bez DPH jehož obsahem jsou: strategické analýzy, brand essence, návrhy aktivací značky a komunikačního mixu.

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, práce alespoň na dvou kampaních v oblasti marketingu a propagace s rozpočtem alespoň 350.000 Kč bez DPH za rok za každou jednotlivou kampaň (nezahrnuje částku mediálního rozpočtu); 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,
- referenční zakázku (dodavatel uvede a popíše konkrétní kampaň a zapojení člena odborného týmu, na základě které prokazuje splnění kvalifikace),
- dokladu prokazujícím požadované vzdělání.

- minimálně jedna osoba na pozici „**Creative Director**“ splňující následující požadavky: řádně ukončené střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou a zkušenosti na pozici „Creative Director“ nebo pozici obdobné minimálně 3 roky a práce alespoň na dvou kampaních v oblasti marketingu a propagace s rozpočtem alespoň 350.000 Kč bez DPH za rok za každou jednotlivou kampaň (nezahrnuje částku mediálního rozpočtu); 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,
- referenční zakázky (dodavatel uvede a popíše konkrétní kampaň a zapojení člena odborného týmu, na základě které prokazuje splnění kvalifikace),
- dokladu prokazujícím požadované vzdělání.

- minimálně jedna osoba na pozici „**Art Director/Graphic Designer**“ splňující následující požadavky: řádně ukončené střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou a zkušenosti na pozici „Art Director/Graphic Designer“ nebo pozici obdobné minimálně 3 roky, 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;
- dokladu prokazujícím požadované vzdělání.

- minimálně jedna osoba na pozici „**DTP operátor**“ splňující následující požadavky: řádně ukončené střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, alespoň 3 roky praxe v oblasti DTP činnosti; 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;
- dokladu prokazujícím požadované vzdělání.

- minimálně jedna osoba na pozici „**Copywriter**“ splňující následující požadavky: řádně ukončené středoškolské vzdělání, alespoň 3 roky praxe v oblasti marketingové komunikace; 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

- referenční zakázku (dodavatel uvede a popíše konkrétní kampaň a zapojení člena odborného týmu na základě které prokazuje splnění kvalifikace),
- dokladu prokazujícím požadované vzdělání.

Zadavatel dále požaduje, aby byla určena osoba na pozici „**Production manager**“ splňující následující požadavky: střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou, alespoň 3 roky praxe v oblasti produkční činnosti. Odpovědnost za přípravu a provedení všech kroků přípravy a realizace výroby, eventů, tiskových konferencí, komunikace s ostatními členy týmu, komunikace s dodavateli. 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;
- dokladu prokazujícím 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/poddodatelský),
- 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.

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

Zadavatel pro úplnost uvádí, že jedna osoba v sobě nemůže kumulovat více pozic členů realizačního týmu.

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 Prokázání části kvalifikace prostřednictvím poddodavatele

Pokud není dodavatel schopen prokázat splnění určité části kvalifikace požadované veřejným zadavatelem podle bodu 8.4 a 8.5 této zadávací dokumentace v plném rozsahu, je oprávněn splnění takové kvalifikace v chybějícím rozsahu prokázat prostřednictvím poddodavatele, s výjimkami uvedenými níže. 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 8.6 této zadávací dokumentace.

Dodavatel není oprávněn prostřednictvím poddodavatele prokázat splnění své kvalifikace podle bodu 8.5 této zadávací dokumentace. Zadavatel si vyhrazuje, že určitá věcně vymezená část plnění předmětu veřejné zakázky nesmí být plněna poddodavatelem, a to část plnění spočívající v „kreativním řešení“ a „strategických řešeních“, která bude předmětem plnění ze strany dále vymezených pozic „Account Manager“, „Creative Director“, „Art Director/Grafik Designer“ a „Copywriter“. **Tyto pozice nemohou být obsazeny odborníky poddodavately,** musí se přímo jednat o osoby v pracovněprávním vztahu k dodavateli nebo ve vztahu na základě dohody vykonávané mimo pracovní poměr.

8.7 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 v úředním překladu. Vysokoškolské diplomy lze předkládat i v latinském jazyce.

8.8 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.

8.9 Způsob prokazování splnění kvalifikace:

Doklady k prokázání splnění kvalifikace se předkládají v prosté kopii.

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

9. Obchodní a platební podmínky

9.1 Dodavatel je povinen podat návrh rámcové smlouvy pokrývající celý předmět plnění veřejné zakázky.

9.2 Návrh smlouvy musí být ze strany dodavatele podepsán statutárním orgánem nebo osobou prokazatelně oprávněnou zastupovat dodavatele; v takovém případě doloží dodavatel toto oprávnění (např. plnou moc) v nabídce.

9.3 Dodavatel doplní příslušné údaje do návrhu rámcové smlouvy, včetně příloh, který tvoří část II této zadávací dokumentace – „Obchodní podmínky“, přičemž není oprávněn činit další změny či doplnění návrhu smlouvy, s výjimkou údajů, které jsou výslovně vyhrazeny pro doplnění ze strany dodavatele.

9.4 Dodavatel je povinen upravit návrh smlouvy v části identifikující smluvní strany na straně dodavatele, a to v souladu se skutečným stavem, aby bylo vymezení dodavatele dostatečně určité. V případě nabídky podávané společně několika dodavateli (jako jedním dodavatelem) jsou dodavatelé oprávněni upravit počet stejnopisů smlouvy.

9.5 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 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 po celou dobu trvání rámcové smlouvy a pro každou jednotlivou objednávku zaslanou na základě rámcové smlouvy. Jednotkové ceny plnění obsahují veškeré náklady dodavatele nezbytné k realizaci nabízeného plnění.

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 nabídky

11.1 Zadavatel připouští možnost předložit max. 2 varianty řešení definované v bodě 12 této zadávací dokumentace. Každé takové řešení musí být plnohodnotným návrhem, tedy musí splňovat veškeré požadavky definované v zadání (bod 12 této zadávací komunikace). Zadavatel je si vědom a připouští, že některé strategické body, závěry a doporučení dodavatele mohou být v obou konceptech obdobná. Možnost variantního zpracování připouští spíše kvůli možnosti předložit dvě odlišné art direkce.

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 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 hodnotícího kritéria Kreativní řešení s váhou 70 %.

Co očekáváme

Hlavním záměrem zadavatele je změnit dosavadní logo Jihomoravského kraje tak, aby bylo modernější a inovativnější a více odráželo novou DNA regionu a jeho ambic. Druhým hlavním cílem je při této příležitosti změnit destinační značku Jižní Morava tak, aby se tomuto novému pojetí co nejvíce přiblížila, případně částečně/celkově souzněla, a to tak, aby region jako takový měl optimálně *one voice* komunikaci, která by se doplňovala a nemnožila zbytečně prostředky na komunikaci dvou, zcela odlišných pojetí značek.

Řečeno s nadsázkou: „nechceme tříštit, chceme sjednotit“.

Nynější logotypy obou značek, tedy jak značky Jihomoravského kraje, tak destinační značky Jižní Morava spolu nyní více méně souzní. Naší snahou je nalézt ještě větší a hlubší propojení, a to celé v moderním hávu.

Pro pochopení identity regionu Jihomoravského kraje, jeho cílových skupin, jeho DNA, charakteru a hodnot jsou k dispozici tyto přílohy:

- Příloha č. 3 – Identita Jihomoravského kraje
- Příloha č. 4 – Cílové skupiny Jihomoravského kraje
- Příloha č. 5 – DNA Jihomoravského kraje

- Příloha č. 6 – Archetypy regionu

12.1 VYTVOŘENÍ SLOVNÍ PODOBY ZNAČKY Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava

Navrhněte slovní podobu obou značek a uveďte vysvětlení, proč dané řešení navrhuje.

Značka musí splňovat následující parametry:

- musí vyjadřovat jasné spojení s krajem
- musí dobře fungovat i v jiných jazykových mutacích
- musí být snadno zapamatovatelná
- musí být nezaměnitelná

Rozsah návrhu do zadávacího řízení:

- explikace
- slovní podoby značek v jazycích: českém, slovenském, anglickém, německém, francouzském a ruském

12.2 LOGOTYP značek Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava

Navrhněte grafickou podobu značky Jihomoravského kraje jako značky zastřešující všechny aktivity úřadu a zároveň podobu značky destinace Jižní Morava v totožném rozsahu. Svůj návrh doprovodte také vysvětlením/obhajobou návrhu (slovní, obrazové, atp.).

Značka by měla splňovat tyto požadavky:

- být afinitní vůči cílovým skupinám
- být nadčasová s vizí používání na minimálně 10 let
- být moderní a trendy
- zachovávat či vyjadřovat identitu regionu

Rozsah návrhu do zadávacího řízení:

- explikace a exekuce
- logotyp pozitivní barevný
- varianty logotypu – inverze, černobílá varianta, jednobarevná varianta, vertikální a horizontální varianta
- slovní podoba značek v jazycích: českém, slovenském, anglickém, německém, francouzském a ruském

12.3 VIZUÁLNÍ KONCEPT A BRANDESIGN značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava

Navrhněte vizuální koncept značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava. Jak by se měla prezentovat svým cílovým skupinám, co by o sobě měla říkat a jak. Navrhněte také rozpracování brand designu v souladu s navrhovanou značkou a jejím logotypem tak, aby splňoval následující kritéria:

- je v souladu s navrhovanou slovní podobou značek

- je v souladu s navrhovaným logotypem
- je afinitní s cílovými skupinami regionu
- vyjadřuje identitu regionu
- je nadčasový a dlouhodobý atp.

Pro lepší porozumění zadání a strategické směřování navrhovaných konceptů je nutné zohlednit přílohy č. 3-6.

Rozsah návrhu do zadávacího řízení **pro značku Jihomoravského kraje:**

- explikace a exekuce vizuálního konceptu
- definice barevného kódu + explikace
- definice typografie + explikace
- tonalita komunikace + explikace tohoto stylu
- aplikovatelnost brandingů i pro dceřiné značky, tedy organizace zřizované Jihomoravským krajem
- návrh práce se značkou Jihomoravský kraj ve spojení s dceřinými značkami a jeho vysvětlení. Pro účely zadávacího řízení zpracuje uchazeč ukázky pro tyto značky: IDS JMK, Nemocnice Vyškov, Archeopark Pavlov, Rodinná politika JMK a Seniorská politika JMK (grafické podklady značek jsou Přílohou č. 7 této zadávací dokumentace)
- definice stylu fotografií a explikace
- klíčový vizuál na téma školství a mládež ve formátu 297 x 210 mm a 210 x 297 mm vč. copywritingu - jedná se o volné zpracování uvedeného tématu za účelem demonstrovat funkčnost navrženého vizuálního stylu
- dopisní obálka
- vizitka
- hlavičkový papír (MS Word šablona)
- návrh prezentace Power Point v rozsahu 2 strany, tj. úvodní strana a běžná strana
- návrh e-mailového podpisu

Rozsah návrhu do zadávacího řízení **pro destinační značku Jižní Morava:**

- explikace a exekuce vizuálního konceptu
- definice barevného kódu + explikace
- definice typografie a explikace
- tonalita komunikace a explikace tohoto stylu
- definice stylu fotografií a explikace
- klíčový vizuál na téma vinařské stezky ve formátu 297 x 210 mm a 210 x 297 mm vč. copywritingu - jedná se o volné zpracování uvedeného tématu za účelem demonstrovat funkčnost navrženého vizuálního stylu
- billboard 5100 x 2400 mm na téma přírodní krásy JMK včetně copywritingu - jedná se o volné zpracování uvedeného tématu za účelem demonstrovat funkčnost navrženého vizuálního stylu
- brožura/leták na téma památky v Jihomoravském kraji v rozsahu obálka a 1 vnitřní dvoustrana

12.4 OSOBNÍ PREZENTACE

Dodavatel ve své nabídce předloží prezentaci na elektronickém nosiči. Hodnotící komise vyzve ty dodavatele, kteří podali platnou nabídku k osobní prezentaci svých nabídek před hodnotící komisí. Datum a čas prezentace bude stanoven dle pořadí podání nabídek. Termín prezentace stanoví zadavatel, a tento termín bude účastníkům oznámen minimálně 3 pracovní dny před konáním prezentace v sídle zadavatele. Členové hodnotící komise posoudí prezentaci nabídek dodavatelů na základě jednotlivých osobních prezentací v délce trvání max. 60 minut (z toho 45 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 ovšem musí plně vycházet ze skutečností předložených dodavatelem v samotné nabídce. Zadavatel si dále klade za podmínku, že předloženou nabídku odprezentují osoby uvedené dodavatelem jako odpovědné osoby za poskytování služeb, minimálně v tomto složení: „Account Manager“, „Creative Director“, „Art Director“.

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		30 %
2. Kreativita		70 %

Důvodem pro přidělení 30 % váhy pro cenu je to, že ač jsou finanční prostředky na plnění této veřejné zakázky pro zadavatele důležité, musí mít hlavně zajištěno, že nová značka Jihomoravského kraje zvýší celkově jeho image a bude se nedílnou měrou podílet na dosažení cílů Jihomoravského kraje.

13.1 Kritérium Nabídková cena

Za účelem hodnocení nabídek v kritériu „Nabídková cena“ zpracuje dodavatel nabídkovou cenu do podrobností specifikovaných v tabulce v příloze č. 2 části I. této zadávací dokumentace. 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	10 %
2. Jednotkové ceny za služby agentury - kreativita a grafické práce	20 %
3. Jednotkové ceny za služby agentury - produkční zajištění	5 %
4. Ceny dle rozpočtu	65 %

13.1.1 Jednotkové ceny za služby agentury – vedení a správa zakázky

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší průměrnou cenou za hodinu práce bez DPH uvedenou ve sloupci „Jednotkové ceny za služby agentury – vedení a správa zakázky“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 části I. této zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha dílčího kritéria (tj. 0,1)
nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH

13.1.2 Jednotkové ceny za služby agentury – kreativa a grafické práce

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší průměrnou cenou za hodinu práce bez DPH uvedenou ve sloupci „Jednotkové ceny za služby agentury - kreativa a grafické práce“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 části I. této zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha dílčího kritéria (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 uvedenou ve sloupci „Jednotkové ceny za služby agentury - produkční zajištění“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 části I. této zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha dílčího kritéria (tj. 0,05)
nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH

13.1.4 Ceny dle rozpočtu

Jako nejvýhodnější bude vyhodnocena nabídka s nejnižší nabídkovou cenou bez DPH uvedenou ve sloupci „Ceny za služby - cena díla“ Tabulky pro stanovení nabídkové ceny, která tvoří přílohu č. 2 části I. této zadávací dokumentace. Nabídkám bude přidělena bodová hodnota podle následujícího vzorce:

nejnižší nabídková cena v Kč bez DPH

Počet bodů = ----- x 100 x váha dílčího kritéria (tj. 0,65)
nabídková cena hodnocené nabídky v Kč bez DPH

13.1.5 Vyhodnocení hodnotícího kritéria Nabídková cena

U každé nabídky budou sečteny body, které daná nabídka získala v rámci dílčích kritérií podle bodů 13.1.1 až 13.1.4 hodnotícího kritéria Nabídková cena. Po provedeném součtu získá nabídka, které byl v rámci hodnotícího kritéria Nabídková cena přiřazen největší počet bodů, jako nejvýhodnější 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.

počet bodů hodnocené nabídky

Počet bodů = ----- x 100

počet bodů nejvýhodnější nabídky

Následně bude počet bodů dosažený každým dodavatelem přepočten váhou hodnotícího kritéria Nabídková cena. Výsledné číslo bude aritmeticky zaokrouhleno na 2 desetinná místa.

13.2 Kritérium Kreativita

13.2.1 Subkritéria

Dílčí hodnotící kritérium Kreativita je rozděleno na jednotlivá subkritéria. Vzhledem ke skutečnosti, že výše uvedené dílčí kritérium nelze vyjádřit číselně, sestaví hodnotící 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. VYTVOŘENÍ SLOVNÍ PODOBY ZNAČKY Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava	10 %
2. LOGOTYP značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava	30 %
3. VIZUÁLNÍ KONCEPT A BRANDESIGN Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava	50 %
4. 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 kvalifikovaným 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 popsaných dále v rámci jednotlivých subkritérií:

13.2.2 VYTVOŘENÍ SLOVNÍ PODOBY ZNAČKY Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava – 10 %

Značka musí splňovat následující parametry:

- musí vyjadřovat jasné spojení s krajem
- musí dobře fungovat i v jiných jazykových mutacích
- musí být snadno zapamatovatelná
- musí být nezaměnitelná

13.2.3 LOGOTYP značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava – 30 %

Značka by měla splňovat tyto požadavky:

- být afinitní vůči cílovým skupinám
- být nadčasová s vizí používání na minimálně 10 let

- být moderní a trendy
- zachovávat či vyjadřovat identitu regionu

13.2.4 VIZUÁLNÍ KONCEPT A BRANDESIGN Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava – 50 %

Návrh by měl splňovat následující kritéria:

- je v souladu s navrhovanou slovní podobou značek
- je v souladu s navrhovaným logotypem
- je afinitní s cílovými skupinami regionu
- vyjadřuje identitu regionu
- je nadčasový a dlouhodobý

13.2.5 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
- zapojení členů realizačního týmu do prezentace
- schopnost reagovat a argumentovat doplňující dotazy zadavatele
- dodržet stanovený časový limit pro osobní prezentaci

13.3 Bodové hodnocení v rámci dílčího hodnotícího kritéria Kreativita

Hodnocení nabídek v rámci subkritérií dílčího hodnotícího kritéria Kreativita 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 příslušného dílčího hodnotícího kritéria. 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 dílčích hodnotících kritérií 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):

„Nejvhodnější nabídka“

100 bodů: Nejvhodnější nabídka (odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci subkritéria) s ohledem na předmět hodnocení popsany v bodě 12 zadávací dokumentace pro konkrétní subkritérium.

„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 cíle částečně.

„Nadprůměrná“

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

U každé nabídky budou sečteny body, které daná nabídka získala v rámci všech subkritérií dílčího hodnotícího kritéria Kreativita. Po provedeném součtu získá nabídka, které byl v rámci dílčího hodnotícího kritéria Kreativita přiřazen největší počet bodů, jako nejvhodnější nabídka sto (100) bodů. Další nabídky získají bodovou hodnotu, která bude vypočtena jako násobek 100 a poměru bodů, které získala hodnocená nabídka k bodům, které získala nabídka nejvhodnější (zaokrouhleno na jedno desetinné místo).

Bodová hodnota nabídky vypočtená podle výše popsaného způsobu bude násobena vahou dílčího kritéria Kreativita.

13.4 Sestavení celkového pořadí

Součet redukovaných bodových hodnot ze všech dílčích kritérií 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.

V případě rovnosti bodových hodnot dvou či více nabídek rozhoduje o celkovém pořadí nabídek pořadí v kritériu Kreativita. Pokud i v tomto případě budou bodové hodnoty dvou či více nabídek shodné, rozhodne o pořadí nabídek los za účasti těch dodavatelů, jejichž nabídky získaly shodné bodové hodnoty.

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 vyrozumění o tom, že jeho nabídka byla podána po uplynutí lhůty pro podání nabídek (a tudíž

nebude posuzována). Nabídka bude obsahovat návrh smlouvy, podepsaný oprávněnou osobou dodavatele.

14.2 Nabídka musí být zpracována v českém jazyce (výjimku tvoří odborné názvy a údaje, dále pak místa, kde zadavatel přímo vyžaduje překlad do cizího jazyka).

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

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);
- návrh smlouvy podepsaný oprávněnou osobou (včetně vyplněných příloh 1 a 2 smlouvy „Ceník a specifikace požadovaných služeb“ a „Realizační tým“);
- nabídková cena v požadovaném členění (vyplněná příloha č. 2 části I. této zadávací dokumentace);
- 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.

15.2 Dodavatel je oprávněn zaslat dotaz k zadávacím podmínkám nejpozději 7 pracovních dnů před koncem lhůty pro podání nabídek. Zadavatel zveřejní vysvětlení zadávací dokumentace, včetně přesného znění žádosti, nejpozději 4 pracovní dny před koncem lhůty pro podání nabídek, a to prostřednictvím elektronického nástroje E-ZAK.

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 25. 6. 2018 ve 14:00.

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: 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 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). Výzva k předložení dalších úplných vyhotovení návrhu na uzavření smlouvy v souladu s touto zadávací dokumentací bude vybranému dodavateli ze strany zadavatele zaslána spolu s rozhodnutím zadavatele o výběru nejvhodnější nabídky. Dalšímu účastníkovi v pořadí by byla výzva k předložení dalších úplných vyhotovení návrhu na uzavření smlouvy v souladu s touto zadávací dokumentací zaslána poté, co účastník, jehož nabídka bude hodnocena jako ekonomicky nejvýhodnější nebo další účastník v pořadí, odmítnou příslušnou smlouvu se zadavatelem uzavřít, nebo neposkytnou 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.

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 Podáním nabídky dodavatel souhlasí se zveřejněním kreativních řešení předložených v rámci nabídky v rámci veřejně přístupné výstavy.

18.6 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.

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 – Identita Jihomoravského kraje

Příloha č. 4 – Cílové skupiny Jihomoravského kraje

Příloha č. 5 – DNA Jihomoravského kraje

Příloha č. 6 – Archetypy regionu

Příloha č. 7 – Grafické podklady značek

Příloha č. 8 – Manuál jednotného vizuálního stylu Jihomoravského kraje

Příloha č. 9 – Manuál jednotného vizuálního stylu značky Jižní Morava

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: „Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů“

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 spáchaný ve prospěch organizované zločinecké skupiny, trestný čin účasti na organizované zločinecké skupině, legalizace výnosů z trestné činnosti, podílnictví, přijetí úplatku, podplacení, nepřímého úplatkářství, podvodu, úvěrového podvodu, včetně případů, kdy jde o přípravu nebo pokus nebo účastenství na takovém trestném činu, 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 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 zadávací dokumentace - Tabulka pro stanovení nabídkové ceny
Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů

1. Jednotkové ceny za služby - vedení a správa zakázky (váha 10 %)

Niže 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. Zadavatel nepřipouští, aby tyto náklady byly účtovány jako náklady třetích stran.

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 kreativní team a supervize dle aktuální potřeby, odpovědnost za řešení problémů, tvorba prezentací a nabídky včetně cen.		0.00 Kč	0.00 Kč

Nabídková cena ceny za služby - vedení a správa zakázky	0.00 Kč	0.00 Kč	0.00 Kč
--	----------------	----------------	----------------

2. Jednotkové ceny za služby - kreativita a grafické práce (váha 20 %)

Niže 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. Zadavatel nepřipouští, aby tyto náklady byly účtovány jako náklady třetích stran.

Odpovědný člen realizačního týmu	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Creative Director	Klíčová osoba zodpovědná za kreativní team. Má na starost celé kreativní oddělení a stará se o to, aby koncepty jednotlivých kampaní a na podporu značky odpovídaly požadavkům klientů, komunikační strategii, zejména základní tvorba konceptů, strategií, odpovědnost za kreativní výstupy.		0.00 Kč	0.00 Kč
Art Director/Graphic Designer	Osoba zodpovědná za realizaci kreativního vývoje a design projektu.		0.00 Kč	0.00 Kč
Copywriter	Tvorba reklamních textů pro propagační a marketingové účely tak, aby byly soudobě jazykově, terminologicky a stylisticky správné.		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

Nabídková cena za služby - kreativita a grafické práce	0.00 Kč	0.00 Kč	0.00 Kč
---	----------------	----------------	----------------

3. Jednotkové ceny za služby - produkční zajištění (váha 5 %)

Niže 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. Zadavatel nepřipouští, aby tyto náklady byly účtovány jako náklady třetích stran.

Odpovědný člen realizačního týmu	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Production manager	Odpovědnost za přípravu a provedení všech kroků přípravy a realizace výroby, eventů, tiskových konferencí, komunikace s ostatními členy týmu, komunikace s dodavateli.		0.00 Kč	0.00 Kč

Nabídková cena za služby - produkční zajištění	0.00 Kč	0.00 Kč	0.00 Kč
---	----------------	----------------	----------------

4. Ceny za služby - cena díla (váha 65 %)

4.1 Ceny za služby - Značka Jihomoravského kraje

Niže 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. Zadavatel nepřipouští, aby tyto náklady byly účtovány jako náklady třetích stran.

Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Naming	cena za návrh slovní podoby značky včetně jazykových mutací – CZE, SVK, ENG, GER, FRA, SPA, JAP, KOR, RUS, CHI		0.00 Kč	0.00 Kč
Logotyp	cena za logotyp		0.00 Kč	0.00 Kč
Manuál/brand book	cena za zpracování brand booku a jeho jednotlivých součástí včetně dodání otevřených dat ke všem formátům: Předmět plnění zakázky Kompletní soupis všeho, co v rámci této zakázky bude požadováno. Bude doplněno dle stávajícího manuálu JVS JMK, který bude zrevidován. • slovní podoba značky JMK • logotyp JMK • brand book JMK, který bude obsahovat: • brand essence • příběh značky • původ značky • identitu značky – DNA, hodnoty, vlastnosti • cílové skupiny • archetypy • brand design • slovní podoba značky včetně jazykových mutací • logotyp – explikace, konstrukce, rozpracování do všech možných variant • podznačky, práce s dceřinými značkami – definice, vizualizace příkladů • vizuální koncept • barevný kód • typografie – pro grafické SW a systémová písma • doplňková grafika, design prvky použité v JVS • piktogramy (definice stylu a ukázka vybraných piktogramů) • layouts – offline • print & poster – 210x297 mm, 297x210 mm • print & poster – 105x297 mm, 210x99 mm • OOH – CLV, BB, BigB • rollup 800x2000 mm • skládačka DL • prezentační brožury – obálka, vzorové vnitřní strany, případně systém, pokud bude navržen layouts – online • emailový podpis se značkou JMK • emailový podpis s heraldickým symbolem • elektronický newsletter – grafický návrh včetně nakládání šablony • merkantilní tiskoviny • vizitka • jmenovka připínací, na lanyardu • jmenovka na stůl • dopisní obálky – DL, CS, A5 • poznámkový blok A5, A4 • prezentační sloha další materiály • cedule označení hranic regionu • informační cedule (označení projektu, budovy apod.) • vlajky • etiketa na víno • obal na víno • kravata • odznak do klop • deštník • šablona pohlednice – 105x148 mm, 148x105 mm • papírové tašky • obyčejná tužka, propiska, pero MS Office šablony • MS Word – nasytovaná šablona se značkou JMK • MS Word – nasytovaná šablona s heraldickým symbolem • MS Powerpoint – zpracování vzorového PPTX se značkou JMK doplňková pravidla • styl fotografií – definice, explikace • wording/tonalita – jakou řečí značka mluví • dress code		0.00 Kč	0.00 Kč
Licence	cena za licenci/práva k užívání		0.00 Kč	0.00 Kč

Nabídková cena za služby - Značka Jihomoravského kraje

0.00 Kč

0.00 Kč

0.00 Kč

4.2 Ceny za služby - Destinační značka Jižní Morava

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. Zadavatel nepřipouští, aby tyto náklady byly účtovány jako náklady třetích stran.

Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění	cena bez DPH	DPH	cena vč. DPH
Naming	cena za návrh slovní podoby značky včetně jazykových mutací – CZE, SVK, ENG, GER, FRA, SPA, JAP, KOR, RUS, CHI		0.00 Kč	0.00 Kč
Logotyp	cena za logotyp		0.00 Kč	0.00 Kč
Manuál/brand book	cena za zpracování brand booku a jeho jednotlivých součástí včetně dodání otevřených dat ke všem formátům: Předmět plnění zakázky Kompletní soupis všeho, co v rámci této zakázky bude požadováno. Bude doplněno dle stávajícího manuálu JVS Jižní Morava, který bude zrevidován. • slovní podoba značky Jižní Morava • logotyp Jižní Morava • brand book Jižní Morava, který bude obsahovat: • brand essence • příběh značky • původ značky • identitu značky – DNA, hodnoty, vlastnosti • cílové skupiny • archetypy • brand design • slovní podoba značky včetně jazykových mutací • logotyp – explikace, konstrukce, rozpracování do všech možných variant • podznačky, práce s dceřinými značkami – definice, vizualizace příkladů • vizuální koncept • barevný kód • typografie – pro grafické SW a systémová písma • doplňková grafika, design prvky použité v JVS • piktogramy (definice stylu a ukázka vybraných piktogramů) layouts – offline • print & poster – 210x297 mm, 297x210 mm • print & poster – 105x297 mm, 210x99 mm • OOH – CLV, BB, BigB • rollup 800x2000 mm • skládačka DL • prezentační brožury – obálka, vzorové vnitřní strany, případně systém, pokud bude navržen layouts – online • emailový podpis se značkou Jižní Morava • emailový podpis s heraldickým symbolem • elektronický newsletter – grafický návrh včetně nakódování šablony • merkantilní tiskoviny • vizitka • dopsiní obálky – DL, C5, A5 • poznámkový blok A5, A4 • prezentační sloha další materiály • cedule označení hranic regionu • informační cedule (označení projektu, budovy apod.) • vlajky • etiketa na víno • obal na víno • šablona pohlednice – 105x148 mm, 148x105 mm • papírové tašky • obyčejná tužka, propiska, pero MS Office šablony • MS Word – nasytovaná šablona se značkou Jižní Morava • MS Word – nasytovaná šablona s heraldickým symbolem • MS Powerpoint – zpracování vzorového PPTX se značkou Jižní Morava doplňková pravidla • styl fotografií a videí – definice, explikace • wording/tonalita – jakou řečí značka mluví		0.00 Kč	0.00 Kč
Licence	cena za licenci/práva k užívání		0.00 Kč	0.00 Kč

Nabídková cena za služby - Destinační značka Jižní Morava

0.00 Kč

0.00 Kč

0.00 Kč

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

Identita regionu Jihomoravský kraj

Jedná se o budoucí stav, vychází z DNA a popisuje charakteristiky značky projekcí, jak by měl být region vnímán.

RACIONÁLNÍ charakteristiky

Popis produktu: rozmanitá krajina pro aktivní odpočinek, vinice, památky UNESCO, historie a tradice, kulturní dědictví, kvalitní lokální produkty (víno), inovace a technologie, objevy měnící svět, střeoevropské klima a lokace, kulturní pestrost.

Fakta a symboly: víno, univerzity, výzkumná centra, technologické podnikání.

Co pro mě produkt dělá? Odpočinek & aktivita, pestrost (kvantita) & vybavenost (kvalita), kvalita života, blízkost & intimita, znalostní ekonomika (výzkum, vývoj, inovace, vzdělání, technologie) & zemědělství, zkušenosti & znalosti, práce (studium, podnikání) & odpočinek, modernost & tradice, pocit bezpečí, nižší životní náklady.

EMOCIONÁLNÍ charakteristiky

Charakter regionu (osobnost značky)

Jaké vlastnosti by měl region, kdyby byl člověkem? „Já jsem“

Tvůrčí

Má schopnost podívat se na problém z mnoha různých úhlů pohledu, dokonce i z těch, o kterých jiní ani netuší, že existují. Tvoří proto, že musí a tato vášeň se projevuje ve všech aspektech jejího života. Díky ochotě riskovat je o krok před ostatními, s nadšením vyhledává nové cesty a sama je prošlapává. Všechno neznámé chce vyzkoušet a získat tak novou, unikátní zkušenost. Dobře ví, že pokrok nelze zastavit, a tak mu jde naproti. Obrácená k budoucnosti, vítá vše, co jí přinese.

Hravý

Baví ji žít a nezná slovo nuda. O věcech přemýšlí, ale nehledá významy tam, kde nejsou. Žije tady a teď, vždy plně ponořena do přítomného okamžiku. Snadno se nadchne a ještě snadněji přenesse své nadšení na ostatní. Plane v ní vášeň, její zdroj energie, vytrvalosti a vůle. A je autentická, na nic si nehraje, nedělá ze sebe něco, čím není. Pro všechno tohle přitahuje své okolí jako magnet.

Přátelský

Je tou, kolem níž je pořád plno. A není divu, vždyť je stále veselá a vstřícná, empatická, vždy ochotná vyslechnout a podat pomocnou ruku. Pro každého příchozího má otevřené dveře a svou pohostinnost je vyhlášena. S úsměvem, který je jejím poznávacím znamením, vždy vítá všechny příchozí a udělá všechno pro to, aby se cítili jako doma.

Požitkářský

Nejvíce v životě miluje život, a tak ho žije. Ví, že štěstí spočívá v malých okamžicích, a nechce si je nechat utéct. Umí se zastavit a vychutnat si je všemi smysly. Řídí se nejenom rozumem, ale i srdcem a intuicí. Její nejvěrnější emocií je radost, se kterou vyhlíží každý nový den. A zdrojem té radosti jsou nejen věci, kterých se lze dotknout, ale i ty, jenž je třeba jen potichu poslouchat, vnímat a vidět.

Propojující

Je společenská a moc jí záleží na vztazích kolem ní. Pečlivě buduje komunitu lidí, ve které se z kolegů stávají přátelé a sdílejí víc než jen pracovní povinnosti. Ví, že dobré vztahy jsou podmínkou dobrého života.

Hodnoty regionu

V co region věří? Na jakých principech mu záleží? „Já věřím v “

Podnikavost

Má v sobě tu nejzákladnější lidskou touhu: žít lépe. Hledá cesty, hledá způsoby, vytváří šance a dobře ví, že příležitost plodí další příležitost. Nedokáže jen pasivně přihlížet, je iniciativní a sám iniciativu oceňuje. Otěže svého života drží pevně v ruce, nebojí se zdravě riskovat a věří v dobré konce.

Životní soulad

V jejím životě existuje více priorit, které se snaží vyvažovat. Rodina má pro ni stejnou důležitost jako práce či koníčky, odpočinku přikládá tu samou váhu jako aktivitě. Touží po harmonii a cíleně pracuje na tom, aby jí dosáhla. Ví, kdy je třeba přidat, a cítí, kdy je čas odpočívat. Nezanedbává se, naslouchá si a vždy se snaží udržet si nadhled; nad věcmi kolem i sama nad sebou.

Respekt

Respekt pro ni znamená úctu k názorům jiných. Otevřenost možnosti se mýlit. Akceptovat druhé takové, jací jsou. Být vždy slušná a laskavá nejenom k lidem, ale i k místu, kde žije, k životnímu prostředí, k tradicím, ke společné minulosti. To jsou hodnoty, které vyznává, hodnoty, které nepodléhají času.

Spolupráci

Řídí se heslem, že “společně dále dojdeme”, Chce mít rovné vztahy jak s kolegy, tak s konkurencí. Spolupráce, která je založena na respektu a úctě, je pro něj vždy přínosná. Sdílet a rozvíjet myšlenky s ostatními je to, co ji posouvá kupředu.

Fair-play

Vždy se snaží podat ten nejlepší výkon, ale ne na úkor jiných. Preferuje férový přístup, slušné chování a hranice, za které už nelze jít. Hledá řešení, která budou výhodná pro všechny a je ochotná ustoupit, je-li to v dobrém zájmu.

Emocionální přínosy. Jaký pocit mi jako obyvateli region dává?

Můžu něco změnit

Pokud se mi něco nelíbí, vím, že to mohu změnit. Ve svém okolí naleznu dostatek podpory a pomoci proto, abych na všechna rizika nezůstal sám. I já jsem vždy připravený podpořit každého, kdo bude chtít měnit nefunkční v životaschopné. Inspiraci ke změnám přitom nacházím všude kolem - v mém okolí, v lidech, čeká na mě na každém kroku mé cesty.

Jsem doma

Tady jsem v bezpečí, tady jsem nejšťastnější. Sem se mohu kdykoli vrátit a vím přesně, co tu najdu: otevřenou náruč, pochopení, své nejbližší. Tady nemusím nic hrát a jsem přesně tím, kým jsem. Svůj život si bez tohoto místa, bez této jistoty, neumím představit.

Můžu se angažovat

Můj život, to nejsem jen já, má rodina a přátelé, cítím odpovědnost i za to, co je za branou mé zahrady. Jsem přesvědčen, že má smysl budovat občanskou společnost, myslet i na druhé a vracet světu to, co já sám dostal. Často přemýšlím o tom, kam patřím a jak chci, aby vypadala komunita, ve které žiji.

Co o sobě jako obyvatel říkám?

Jsem vzdělaný

Jsem vzdělaný, a proto umím vidět věci v souvislostech. Dokážu odstoupit od problému a přemýšlet o něm jinak, nově, netradičně. Na základě svých znalostí se rozhoduji racionálně a díky rozhledu, který mi vzdělání dalo, jsme schopný orientovat se v mnoha rozličných oblastech lidského vědění. Víím, že vzdělání ve mně znásobilo všechny mé schopnosti.

Mám život v souladu

Daří se mi udržovat všechny části mého života v jednotě; žádná nevyčnívá nad jiné, žádná z priorit nevládne ostatním. Je pro mě důležité nejenom to, s kým trávím čas, ale i to, jakým způsobem jej trávím. Každodenně balancuji mezi rodinou, přáteli, mou prací a zájmy, stejně tak ale citlivě zvažuji, mám-li dost energie na to být aktivní, nebo potřebuji-li odpočívat. Na tomto vyvažování musím aktivně pracovat, hodně o tom přemýšlet, ale je to nutné, protože jen tak bude v mém životě vládnout harmonie.

Jsem venkoměšťan

Potřebuji energii města i klid vesnice. Miluji ruch velkých měst, jejich energii, a zároveň mě přitahuje klid a duch menších míst. Svět proměnlivý, rychlý a otevřený, stejně jako ten tradiční a klidnější. Tady jsem oba našel na jednom místě. Nepřekáží si, naopak: existují vedle sebe, prolínají se a doplňují. To mi vyhovuje, vědomí, že tyto dva světy mohu lehce kombinovat, je pro mě zásadní.

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

Cílové skupiny

Značka JMK stojí uprostřed terče a oslovuje všechny vyjmenované cílové skupiny:

1. Občané
2. Veřejnost
3. Podniky
4. Investoři
5. Turisté
6. Pracovní síla

V marketingové komunikaci značka JMK přímo oslovuje primárně cílovou skupinu Občané a Veřejnost, prostřednictvím Centrály cestovního ruchu cílovou skupinu Turisté a prostřednictvím Jihomoravského inovačního centra cílové skupiny Investoři, Podniky a Pracovní síla.



Příloha č. 5 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení

DNA Jihomoravského kraje

- 1. Ideální velikost a umístění**
- 2. Středoevropské podnebí, pestrá příroda a rozmanitě využívaná krajina**
- 3. Bohatá a každému přístupná historie**
- 4. Inovace v genech**
- 5. Znalosti coby budoucnost regionu**
- 6. Laskaví, pohostinní a aktivní lidé**
- 7. Prolínání mnoha vlivů, národností, generací**
- 8. Zážitky na každém kroku**

1. Ideální velikost a umístění

Naši předci z něj udělali křižovatku obchodních cest Jantarové stezky, už tehdy chápali jeho výjimečnost. Usazen mezi Vídní, Prahou a Bratislavou, nabízí všem příchozím unikátní komfort: je velký v možnostech, a malý ve vzdálenostech. Vše je tu na dosah - univerzity, památky, národní instituce, letiště - a jeho centrum, město Brno, druhé největší město České republiky, lze dokonce během chvíle projít pěšky!

- 1.1. Středoevropský region (2) - mírné klima
- 1.2. Bezpečí (8)
- 1.3. Dávná křižovatka obchodních cest na Jantarové stezce
- 1.4. Region mezi 3 hlavními městy (Vídní, Bratislavou, Prahou) = kapitál, letiště, univerzity, památky UNESCO
- 1.5. Centrum regionu, město Brno, je 2. největší město v ČR s nadregionálním významem a v dosahu cca do 1 hod z každého místa kraje
- 1.6. Velká koncentrace národních institucí
- 1.7. „Kritická“ velikost aglomerace - velké možnosti, malé – blízkost k okolí
- 1.8. Město malých vzdáleností – všude pěšky
- 1.9. Sousedství – umíme být dobrým sousedy

2. Středoevropské podnebí, pestrá příroda a rozmanitě využívaná krajina

Klima je tu typicky středoevropské, proměnlivé a střídavé, a přesně takový je i on. Úrodné nížiny Dolnomoravského úvalu se střídají s Pálavskými vrchy, rozlehlé oblasti vinic s meandry řeky Dyje, na severu se rozprostírá Moravský kras, východ zase patří Chřibům, Vizovickým vrchům a Bílým Karpatům. Je tu prostě strašně krásně! A každý si tu užije to své - turisté svou turistiku, kola, motorky, či kempování, zahrádkáři celé léto venku, milovníci jídla lokální potraviny. A úplně každého, byť třeba jen projíždí, okouzlí množství zeleně, jak v celém regionu, tak v samotném Brně.

- 2.1. Pestrost a kvalita – Teplá a slunečná jižní Morava je tvořena především úrodnými nížinami (Dolnomoravský a Dyjsko-Svratecký úval) a kopcovitou krajinou s rozlehlými vinicemi (Kyjov, Vracov, Mikulov, Bzenec a další vinařské oblasti). Na hranicích s Rakouskem se uprostřed roviny

zvedají chráněné a velmi ceněné Pálavské Vrchy, severovýchodně od Brna se rozprostírá Moravský kras. Meandry řeky Dyje obklopené zalesněnými svahy patří k překrásnému Národnímu parku Podyjí. Na východě regionu se mírně zvedají a klenou Chřiby, Vizovické vrchy a Bílé Karpaty

- 2.2. Bezpečný letní turismus (pěší, cyklo, motorky, kempování)
- 2.3. Velmi úrodná pro zemědělství - významné lokální potraviny (víno, slivovice, domácí pěstitelství, ovoce, ...)
- 2.4. Život venku díky počasí – zahrádkářství = „Do it yourself“
- 2.5. Zelené region / město = dostatek zeleně, a lesů

3. Bohatá a každému přístupná historie

Tudy kráčely dějiny, tady spoustu věcí začalo. Právě zde někdo dávný stvořil sošku, které jsme my, tisíce let poté, dali jméno Věstonická Venuše. Tady se rozpínala Velkomoravská říše, tudy, po Jantarové stezce, táhly karavany se zbožím a tady, v místech, kudy denně chodíme, bojovali napoleoni vojáci... Všechny tyto příběhy chtějí být vyprávěny, a taky že jsou: žijí dál díky četným a veřejně přístupným instalacím v mnoha muzeích regionu.

- 3.1. Věstonická Venuše (29 000 – 25 000 př. n. l.)
- 3.2. Součást Velkomoravské říše
- 3.3. Křižovatka obchodních cest na Jantarové stezce
- 3.4. První zmínka o Brně v 11. století
- 3.5. Napoleonská tradice

4. Inovace v genech

V 18. a 19. století Brnu říkali „Moravský Manchester“, tak mocně se zdejší textilky zapsaly na mapu světa. Poté se zařadilo mezi strojírenské velmoci, vybudovalo největší výstaviště ve střední Evropě a založilo polytechnickou univerzitu. Právě zde definoval své zákony dědičnosti Gregor Mendel, tady vymyslel Viktor Kaplan svou turbínu, Kurt Gödel započal své logické úvahy a Leoš Janáček svou hudební pouť. Značky jako Zetor, Zbrojovka, Lachema, Tesla či Královopolská jsou už navždy rodinným stříbrem, a také důkazem, že tady se vždy dařilo měnit vize v realitu.

- 4.1. 18. a 19. století - Textilní průmysl „Moravský Manchester“
- 4.2. 19. a 20. století Strojírenská velmoc
 - 4.2.1. Existence největšího středoevropského výstaviště
 - 4.2.2. Polytechnika
 - 4.2.3. Bohatství (finanční i kulturní) regionu v období První republiky
 - 4.2.3.1. Časté mecenášství ze strany průmyslníků a jejich aktivní zapojení do veřejného života, tj. otevřenost regionu pro spolupráci (Uměleckoprůmyslové muzeum)
- 4.3. Významné osobnosti (6): J. Gregor Mendel, Viktor Kaplan, Kurt Gödel, Georg Placzek, Ernst Mach, Adolf Loos, Leoš Janáček, A. Mucha, Friedrich Wanieck, Prokop Diviš, J.A. Komenský, Marie Terezie
- 4.4. Významné produkty, značky, firmy: (Zetor, Zbrojovka, Kaplanova turbína, Lachema, Královopolská, První brněnská strojírna, TESLA + Ústav přístrojové techniky akademie věd ČR =

5. Znalosti coby budoucnost regionu

V tomhle kraji neustrnuli v minulosti, naopak. Daří se tu znalostní ekonomice, sídlí tady velké množství výzkumných pracovišť. Každoročně sem míří tisíce nadějných mladých lidí, kteří se rozhodli odstartovat své kariéry na zdejších středních či vysokých školách. Značky jako AVG, YSoft, Safetica či Tescan a desítky dalších subjektů, produktů a firem s celosvětovým významem mají svůj domov tady, v tomto regionu.

- 5.1. Znalostní ekonomiky = průmysl založený na znalostech, tzv. znalostní ekonomika
- 5.2. Existence významných VŠ i SŠ institucí
- 5.3. Existence velkého množství výzkumných pracovišť (centra Excellence, pracoviště Akademie věd ČR)
 - 5.3.1. Významné současné produkty, značky, firmy: AVG, YSoft, Safetica, Tescan, a další desítky subjektů s celosvětovým významem

6. Laskaví, pohostinní a aktivní lidé

Každý, kdo tudy byť jen projížděl, potvrdí, že jsou to hlavně lidé, kdo činí toto místo tak jedinečným. Typický obyvatel regionu je pohostinný, dobrosrdečný a společenský člověk, který oplývá svérázným humorem, dbá na tradice a žije v souladu s přírodou. Je pyšný na své lokální produkty, vždy originální a svůj. Díky oné jedinečné velikosti regionu tady mají lidé k sobě blízko, a tak se rádi potkávají se sobě podobnými v mnoha rozličných spolicích. Hodně se angažují ve věcech veřejných, a tak není divu, že tento region vyniká velkou koncentrací environmentálních organizací. A pro tohle všechno, a ještě díky mnoha dalším skutečnostem, například víře, která je zde silně zastoupena, lze o místní společnosti říci, že je emancipovaná, autentická, tolerantní a otevřená.

- 6.1. Typický obyvatel
 - 6.1.1. Dobrosrdečný, dbá na tradice, společenský, svérázný styl humoru
 - 6.1.2. Žije v souladu s přírodou
- 6.2. Silný pocit bezpečí
- 6.3. Úspěšné lokální produkty – Víno, pivo, slivovice
- 6.4. Komunitní styl života (dle zájmu, hodnot)
- 6.5. Silná angažovanost veřejnosti ve věcech veřejných
- 6.6. Velká koncentrace environmentálních organizací (NGO)
- 6.7. Atraktivní komfortní zóna
- 6.8. Emancipovaná občanská společnost
- 6.9. Autenticita prostředí

7. Prolínání mnoha vlivů, národností, generací

Ještě v nedávné historii tohle místo sdílely tři národnosti, Češi, Židé a Němci, v současnosti je zase pro region typický neustálý mix lidí a pravidelný přísun čerstvé krve. Každý rok sem přicházejí tisíce studentů z celé republiky, i ze Slovenska, aby tu část z nich po studiích zůstala. Stejně tak se zde objevuje spousta lidí z jiných částí země, kteří se sem stěhují za prací.

- 7.1. V nedávné historii soužití 3 národností: Češi, Židé i Němci
- 7.2. V současnosti každoročně přichází tisíce studentů z celé Moravy, Čech a Slovenska na min. 3-5 let. Část z nich po studiu trvale v regionu zůstává
- 7.3. Stěhování obyvatel jiných regionů za prací

8. Zážitky na každém kroku

Snoubení tradičního a moderního je pro toto místo velmi typické. Na jedné straně historie v podobě památek UNESCO, významné architektury či lidových tradic, na straně druhé novodobá vinařská kultura či moderní kavárénství navazující na tradici první republiky. O kulturu se zde dbá, její nabídka v podobě divadel, galerií, hudby či filmu, je výjimečná a široká. A důležitou součástí života je zde víra vycházející z katolické tradice, a také vysoká míra národní příslušnosti.

- 8.1. Existence významných památek - UNESCO památky (hmotné i nehmotné), významné budovy
- 8.2. Široká nabídka kulturního vyžití - Umění, hudba, film, divadlo, galerie, atd.
- 8.3. Tradice a aktuálnost kavárenské kultury - prvorepubliková tradice i moderní současnost
- 8.4. Udržování lidových tradic - folklór, masopust, ...
- 8.5. Novodobá vinařská kultura
- 8.6. Víra – katolická tradice
- 8.7. Tolerance
- 8.8. Otevřenost
- 8.9. Vysoká míra národní příslušnosti

Archetypy regionu

- **Inovátor**
- **Networker**
- **Požitekář**

Důkazy archetypů regionu

Inovátor:

Mendel (jeho portrét s hráškem; jeho portrét) – Placzek (pamětní deska) – Kaplan (turbína) – Zbrojovka (historické samopaly) – Vila Tugendhat (vila) – AVG – elektronové mikroskopy (elektronový mikroskop – ZETOR (moderní červený traktor) - Hvězdárna a planetárium (budova z vnějšku) – VIDA!science centrum (interiér zevnitř) – CEITEC (logo na budově) – všechny ty skvělé IT a technologické firmy (Campus nebo Technologický park) – časostroj / orloj na Náměstí Svobody - Věstonická Venuše – Lednicko-Valtický areál - jihomoravské strojírenství (pohled do haly na obráběcí stroje) – vinařství moderní technologie (mladí vinaři na pozadí moderní stroje) – Sono centrum (budova zvnějšku)

Networker:

Masarykova univerzita (budova v Campusu zvnějšku), VUT Brno (budova FIT Božetěchova zvnějšku) - Setkání /encounter/: festival divadelních škol (plakát akce) – veškeré environmentální skupiny – Nesehnutí – Veronica – Hnutí Duha – Centrum Industra nebo Hub Brna (shluk mladých lidí)- BVV výstaviště (fotka výstaviště)– IDS JMK (mapy linek JMK) - kavárenská kultura (fotky lidí v kavárně) – Jakubské náměstí (http://brno.idnes.cz/foto.aspx?foto1=LVA4d500d_220116_3271252.jpg)

Požitekář:

Kavárenská kultura a vše kolem kaváren – týden kávy (plakát) – veškeré festivaly jídla – Ignis Brunensis (fotka ohňostrojů) – slavnosti mandloní v Hustopečích, Husí slavnosti v Boskovicích – víno a vinobraní – brněnská přehrada – zoo Brno – městská cyklistika – knihovny – Lužánky a další parky – Folklor (festival Strážnice) - Pálava - Baťův kanál – masopust – burčák – festivaly – chataření a zahrádkářství - lány přírody – prolínání venkova a města

Příloha č. 7 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení

Grafické podklady značek

Informace pro dodavatele:

Pro účely zadávacího řízení přikládáme tyto značky: IDS JMK, Nemocnice Vyškov, Archeopark Pavlov, Rodinná politika JMK a Seniorská politika JMK.

Grafické znázornění značek přikládáme na následující stránce.

**Archeo
Park**
Pavlov



Příloha č. 8 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení

Manuál jednotného vizuálního stylu JMK

Informace pro dodavatele:

Pro představu o současném stavu přikládáme Manuál jednotného vizuálního stylu Jihomoravského kraje

**Manuál
jednotného
vizuálního stylu
Jihomoravského
kraje**



Obsah

01 Logo, Logotyp

- 01 Logo Jihomoravského kraje
- 02 Logo v základním barevném provedení
- 03 Logo v základním černobílém provedení
- 04 Logo v monochromním provedení
- 05 Logotyp v základním barevném provedení
- 06 Logotyp v základním černobílém provedení
- 07 Logotyp v monochromním provedení
- 08 Logotyp v jazykových mutacích
- 09 Rozměrová řada
- 10 Zakázané varianty
- 11 Ochranné zóny značky
- 12 Postavení logotypu vedle dalších vybraných logotypů
- 13 Použití alternativní kompozice logotypu v extrémních případech
- 14 Základní pravidla vizuálního stylu 01
- 15 Základní pravidla vizuálního stylu 02
- 16 Základní pravidla vizuálního stylu 03

02 Typografie

- 01 Základní typografické pojmy
- 02 Základní písmo instituce
- 03 Doplnkové písmo instituce

03 Barevnost

- 01 Definice základní barevnosti
- 02 Definice doplňkové barevnosti
- 03 Logotyp na podkladových plochách

04 Merkantilní tiskoviny

- 01 Tisková zpráva

05 Multimédia

- 01 Webová prezentace
- 02 Powerpointová prezentace – titulní strana
- 03 Powerpointová prezentace – předělová strana 01
- 04 Powerpointová prezentace – předělová strana 02
- 05 Powerpointová prezentace – předělová strana 03
- 06 Powerpointová prezentace – princip sazby 01
- 07 Powerpointová prezentace – princip sazby 02
- 08 Samolepka na CD
- 09 Inlay CD
- 10 Inlay CD – zadní strana
- 11 Papírový obal CD
- 12 Inlay DVD

06 Tištěné materiály

- 01 Identifikační karty pro zaměstnance
- 02 Jmenovka připínací
- 03 Jmenovka na stůl
- 04 Samolepka
- 05 Pozvánka
- 06 Brožura DL – titulní strana
- 07 Brožura DL – layout – líc
- 08 Brožura DL – layout – rub
- 09 Brožura A4 – titulní strana
- 10 Brožura A4 – layout
- 11 Brožura A4 šířková
- 12 Brožura 210X210 – titulní strana
- 13 Brožura 210X210 – layout
- 14 Poznámkový blok A4
- 15 Prezentační desky
- 16 Prezentační desky VIP
- 17 Plakáty korporátní
- 18 Plakáty na akce
- 19 Billboard
- 20 Bigboard
- 21 Informační cedule
- 22 Panely výškové
- 23 Panely šířkové
- 24 Hlavička periodik
- 24 Tabule k označení hranic regionu u pozemních komunikací

Propagační předměty

- 01 Kalendář – titulní strana
- 02 Kalendář – další strana
- 03 Pohlednice
- 04 Firemní vlajka
- 05 Propisovací tužka, kuličkové pero, dřevěná tužka
- 06 Nádobí
- 07 Taška – papírová, látková, PVC
- 08 Triko, čepice
- 09 Balicí papír – obyčejný, dárkový
- 10 Obaly na víno
- 11 Etiketa na víno
- 12 Kravata
- 13 Šátek
- 14 Deštník

01

Logo a Logotyp



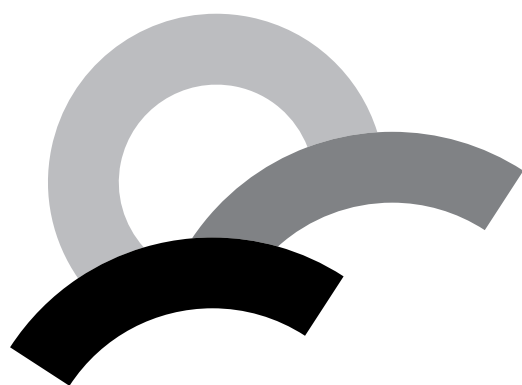


Jihomoravský kraj

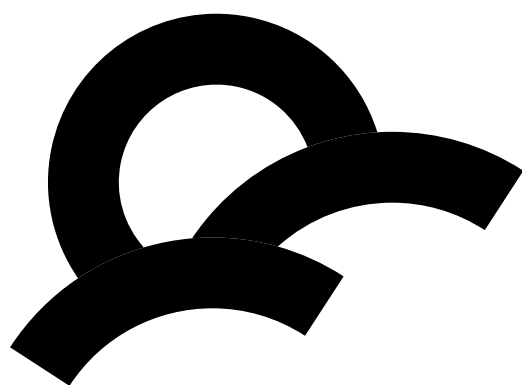
Logotyp Jihomoravského kraje užívá jednoduché symboliky k vyjádření zásadních předností tohoto jedinečného území. Obloučité tvary v sobě snoubí vodstvo, zeleň a slunce, jako harmonicky fungující přírodní elementy. Stylizace do pevných linek a stabilní kompozice celku dodávají logu přesvědčivost, důvěryhodnost a jistotu. Díky Tvarové dynamice loga se Jihomoravský kraj představuje jako konkurenceschopné a rychle se rozvíjející území České republiky.



Logo, tedy grafický symbol bez typografie, vyobrazen v jeho základních barvách viz. kapitola 03I01 Definice základní barevnosti



Logo, tedy grafický symbol bez typografie, vyobrazen ve stupních šedi. Od nejsvětějšího tónu – 30 %, 60 % a 100 %.



Logo, tedy grafický symbol bez typografie, vyobrazen v jeho monochromní 100% černé podobě.



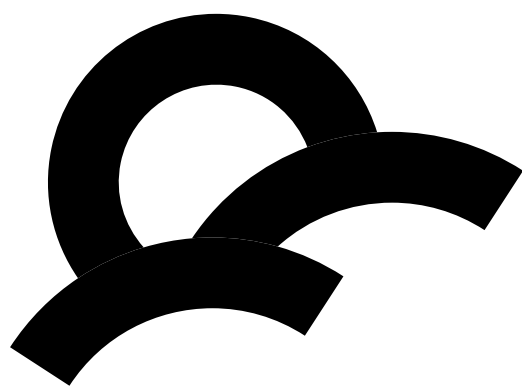
Jihomoravský kraj

Logotyp, tedy grafický symbol s typografií, vyobrazen v jeho základních barvách viz. kapitola 03I01 Definice základní barevnosti



Jihomoravský kraj

Logotyp, tedy grafický symbol s typografií, vyobrazen ve stupních šedi. Od nejsvětlejšího tónu – 30 %, 60 % a 100 %.



Jihomoravský kraj

Logotyp, tedy grafický symbol s typografií, vyobrazen v jeho monochromní 100% černé podobě.

01|08 Logotyp v jazykových mutacích

1  South Moravian Region

6  Kreis Südmähren

2  La Région de Moravia del Sur

7  Regione Moravia-sud

3  Région de la Moravie du sud

8  Provincie Zuid-Moravië

4  Южно-Моравская область

5  Województwo Południowomorawskie

1 Anglický jazyk, 2 Španělský jazyk, 3 Francouzský jazyk, 4 Ruský jazyk, 5 Polský jazyk, 6 Německý jazyk, 7 Italský jazyk, 8 Nizozemský jazyk

Logotyp v jeho jazykových mutacích se řídí stejnými grafickými pravidly jako jeho česká mutace. Výjimečně pro ruskou mutaci je užito písmo Myriad CE Bold, disponující rozsáhlou znakovou sadou azbuky.



150 %



100 % 73X15mm



70 %



50 %



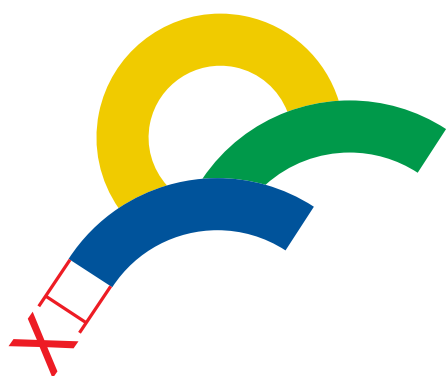
35 %

Demonstrace velikostí logotypu pro různé situace a formáty
150 % – A3, 100 % – A4, 50% nejmenší povolené užití logotypu (s typografií) – např. reklamní předměty,
35% – nejmenší povolené užití loga (bez typografie)

01110 Zakázané varianty



Vybrané příklady zakázané práce s logotypem – použití jiného než základního písma, použití verzálek, deformace logotypu, rozbití kompozice loga, použití jiné než základní barevnosti v logu, použití jiné než základní barevnosti v písmu, použití jiné celkové kompozice logotypu.



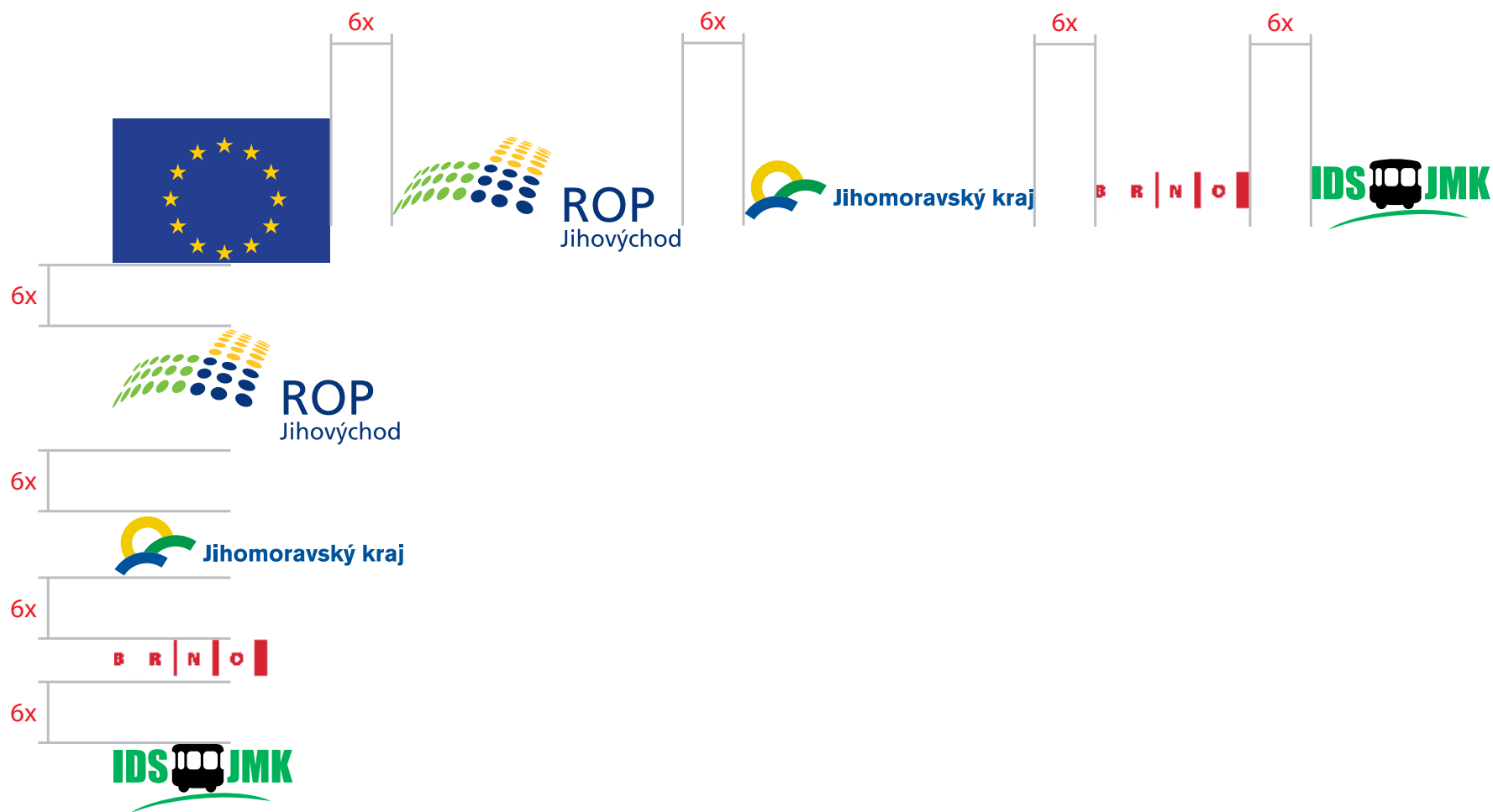
Jihomoravský kraj



2X = minimální ochranná zóna, 3X = doporučená ochranná zóna

Ochranná zóna značek je minimální velikost plochy v bezprostřední blízkosti značky, do které nesmí zasahovat text či jakýkoli jiný grafický prvek a zároveň minimální vzdálenost od okraje plochy, na kterou je značka aplikována. Tato volná plocha okolo značky zajišťuje její dostatečnou čitelnost a přispívá k působivosti a vnímání značky jako svébytného a samostatného komunikačního prvku. Ochranná zóna značky je definována hodnotou x , která se rovná šířce tahu segmentu loga.

0112 Postavení logotypu vedle dalších vybraných logotypů



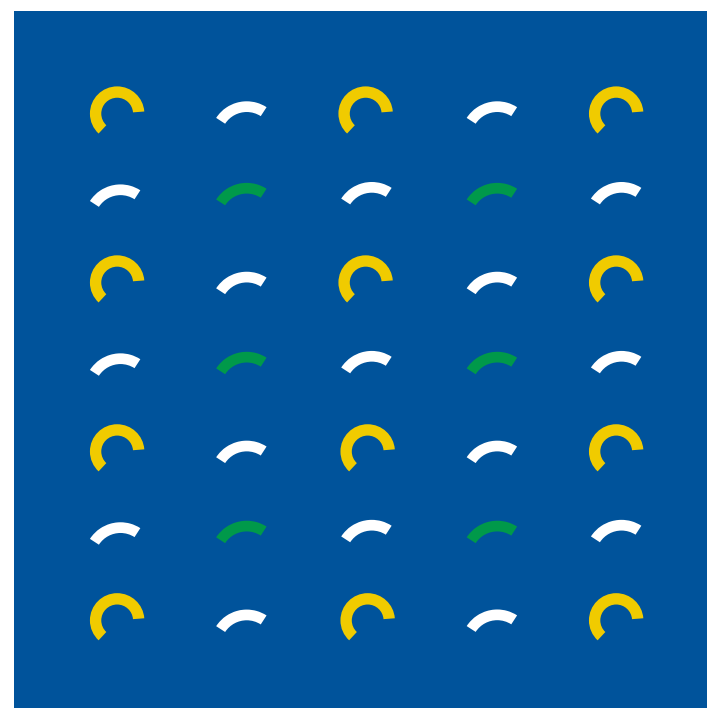
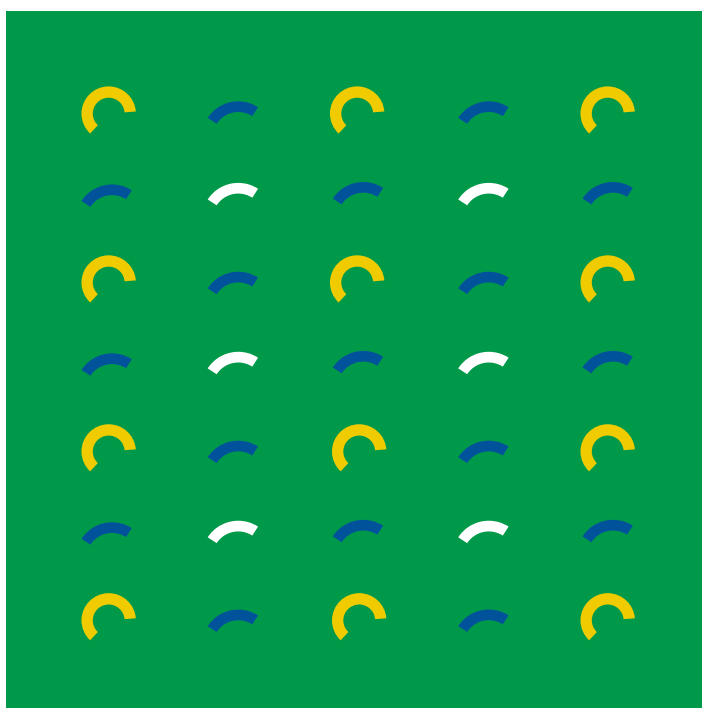
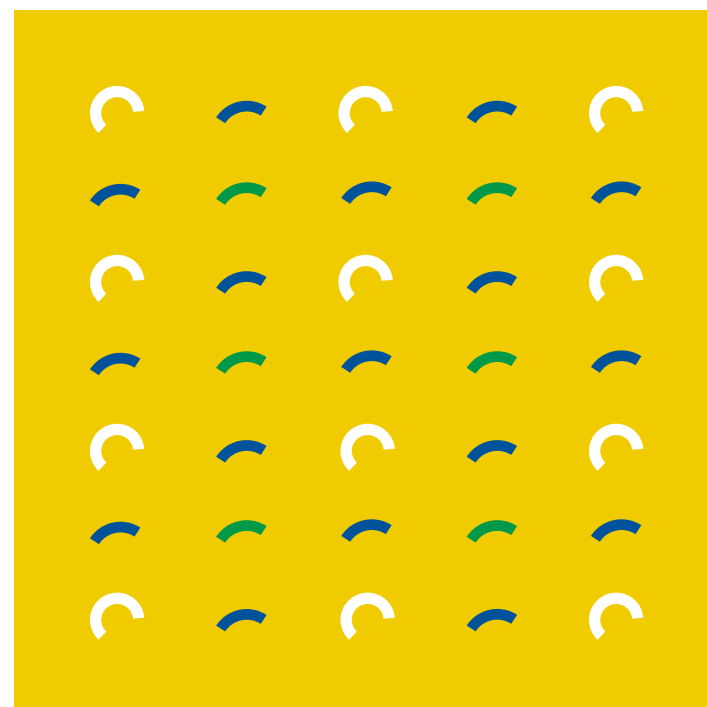
Obsahový klíč – Kapitoly – 01I011 Ochranné zóny logotypu

Pro určení vzdálenosti mezi vybranými logotypy společně s logotypem Jihomoravského kraje slouží hodnota x (viz. obsahový klíč). V tomto případě je horizontální i vertikální vzdálenost stanovena na 6x.



Jihomoravský kraj

Extrémní případy, zejména atypické formáty či některé reklamní předměty nedovolují použití logotypu v jeho základní kompozici, aniž by utrpěla jeho čitelnost. Výjimečně je povolena alternativní kompozice logotypu – grafický symbol nad typografií zarovnan vlevo.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01115 Základní pravidla vizuálního stylu 2,
01116 Základní pravidla vizuálního stylu 3, 03 Barevnost

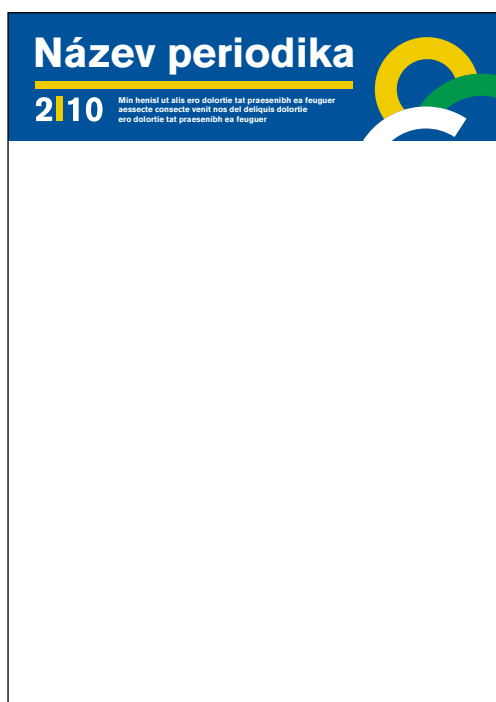
Pro doplnění logotypu na tiskovinách a reklamních předmětech je určen grafický prvek vizuálního stylu. V tomto případě se jedná o logo rozdělené na jeho jednotlivé segmenty seskupené v síť tvaru čtverce, jako základního stavebního celku pro nekonečné množení. Pro tento doplňkový prvek platí stejná grafická pravidla jako pro logotyp.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01114 Základní pravidla vizuálního stylu 1,
01116 Základní pravidla vizuálního stylu 3, 03 Barevnost

Grafická čtvercová síť může být množena směrem do šířky, při použití společně s logotypem, nebo přes celý formát jako rastr. Velikost jednotlivých segmentů nikdy nesmí přesáhnout polovinu velikosti logotypu v jeho 100% velikosti při použití jako rastr. Při použití společně s logotypem nesmí přesáhnout velikost segmentů polovinu velikosti logotypu na tiskovině či předmětu použitého.

01116 Základní pravidla vizuálního stylu 3



Obsahový klíč – Kapitoly – 01111 Ochranné zóny značky, 01114 Základní pravidla vizuálního stylu 1, 01116 Základní pravidla vizuálního stylu 3, 03 Barevnost

Druhým doplňkovým prvkem vizuálního stylu je zvětšené logo umístěné do pravého dolního rohu daného materiálu na spád. Jeho velikost nesmí být nikdy menší než polovina šířky formátu, do kterého je umístěno. Na extrémních šířkových formátech se tento prvek uvádí na plnou výšku.

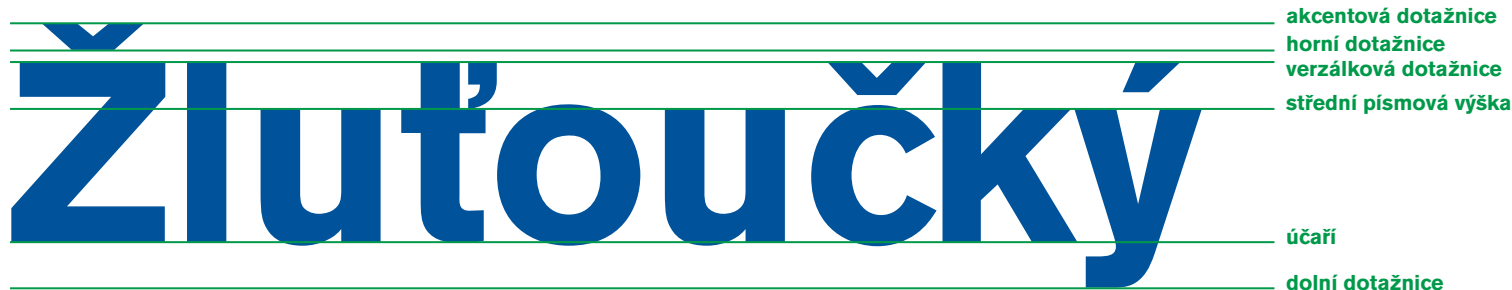
02

Typografie



02|01 Základní typografické pojmy

Osnova písma



Prostrkání mezi literami

MORAVA

Proklad mezi řádky

Celý den jsem prochodil po zelených kopcích jižní Moravy. Jemný jarní vánek si pohrával s mými vlasy a já na čas zapomněl na každodenní stres.

Řezy písma

regular
medium
bold
black

Typografická pravidla

Jednoznakové předložky je nutné odstranit z konců řádků.

Nedeformovat písmo v jakémkoliv směru.

Čárka a pomlčka se neklade za číselnou hodnotu měny (10 Kč)
Výjimkou je případ, kdy je značka měny před číslem (Kč 10,-).

Spojovník se (-) narozdíl od pomlčky (–) užívá např. při uvádění městských částí (Ostrava-Moravská Ostrava).

Pomlčka ve významu “a”, “až”, “od”, “do” se neodděluje mezerou (9–17 hodin).

Značka procento (%) se odděluje mezerou (sto procent = 100 %)
Pokud jde ale o přídavné jméno, značka se mezerou neodděluje.

Tato kapitola přehledně vysvětluje základní typografické pojmy běžně užívané při práci s textem. Bezchybná práce s typografií přispívá k budování profesionální image kraje.

Berthold Akzidenz Grotesk CE – Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

Berthold Akzidenz Grotesk CE – Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 žščřěáíé [(?!.,/–)]

Základním písmem jednotného vizuálního stylu Jihomoravského kraje je Akzidenz Grotesk s dílny písmolijny Berthold. Jedná se o lineární bezserifovou antikvu moderní, tvarově dokonalé kresby. Bylo vytvořeno zejména pro použití ve vizuální komunikaci, proto se vyznačuje snadnou čitelností, dynamikou a nadčasovým charakterem.

Arial CE – Regular

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 [(?!.,/–)]

Arial CE – Bold

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 [(?!.,/–)]

Doplňkovým písmem jednotného vizuálního stylu Jihomoravského kraje je Arial CE. Výraznou předností tohoto písma je jeho snadná dostupnost. Je v systémové nabídce všech textových editorů a grafických programů, přesto je to písmo s klasicky čistou, vyrovnanou kresbou. Písmo je využíváno především pro vyplňování počítačových šablon (merkantilní tiskoviny, formuláře, powerpoint atd.)

03

Barevnost





JMK Sluneční

Pantone 110 C

CMYK 0/12/100/7

RGB 240/203/0

HTML ECC200

JMK Luční

Pantone 363 C

CMYK 87/17/100/0

RGB 0/153/74

HTML 3F9C35

JMK Říční

Pantone 287 C

CMYK 100/68/0/12

RGB 0/83/155

HTML 003591

Jihomoravský kraj používá tři základní barvy: JMK Říční, JMK Luční a JMK Sluneční. Barvy jsou jedním ze základních prostředků tvorby jednotného vizuálního stylu a jsou významným nástrojem vnější i vnitřní komunikace. Převodní tabulka uvádí kodifikace barev pro různé způsoby použití: přímé barvy Pantone® C pro tisk na natírané papíry (matná, lesklá křída...) soutiskové barvy CMYK, RGB pro subtraktivní zobrazování, HTML barvy pro použití v internetových aplikacích.



JMK Nebeská

Pantone 335 C
CMYK 30/0/7/0
RGB 172/222/230
HTML ACDEE6

JMK Podzimní

Pantone 7407 C
CMYK 6/37/79/13
RGB 202/155/74
HTML CA9B4A

JMK Úrodná

Pantone 375 C
CMYK 48/0/94/0
RGB 146/212/0
HTML 92D400

JMK Průmyslová

Pantone 417 C
CMYK 33/23/34/66
RGB 109/111/100
HTML 6D6F64

JMK Ekonomická

Pantone Cool Gray 6 C
CMYK 16/11/10/26
RGB 173/175/175
HTML ADAFAF

Obsahový klíč – Kapitoly – 03|01 Definice základní barevnosti

Doplňkové barvy poskytují širší možnosti grafického členění. Jihomoravský kraj využívá těchto barev v párech se základními barvami. Páry jsou následující:

**JMK Říční + JMK Nebeská, JMK Luční + JMK Úrodná, JMK Sluneční + JMK podzimní,
JMK Průmyslová + JMK Ekonomická. Nedodržování párů je nežádoucí.**

03|03 Logotyp na podkladových plochách



Na této straně je zachyceno chování logotypu na podkladových plochách. Při aplikaci značek je vždy nutné zajistit jejich maximální čitelnost, proto jejich podoba není na všech podkladech stejná, ale mění se v závislosti na sytosti podkladu z pozitivní do negativní verze a naopak. Obecně platí, že na světlých podkladových plochách se používá pozitivní verze značek, na tmavých negativní verze značek. Pro užití na pokladových plochách jiné než základní a doplňkové barevnosti, slouží monochromní varianta logotypu. Uvedeny jsou i příklady nesprávného užití na podkladové ploše.

04

Merkantilní tiskoviny





Jihomoravský kraj

Nadpis tiskové zprávy

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut imperdiet ipsum sit amet ipsum rutrum id tempus leo rutrum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Mauris quis metus sit amet risus sagittis vulputate. Sed facilisis vestibulum lorem, non viverra purus cursus eget. Etiam ut nibh mauris. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Cras ut nibh sed purus pulvinar consequat. Vivamus malesuada laoreet mi. Suspendisse ac nulla quis magna vehicula euismod. Donec eu purus at libero mollis tempor et at magna.

Suspendisse potenti. Aliquam tortor quam, viverra vel mollis ac, convallis sed lectus. Aliquam pellentesque, velit ut congue hendrerit, nulla diam dignissim sapien, placerat facilisis ipsum urna et ligula. Aenean lectus tellus, dapibus nec egestas at, fringilla sit amet elit. Maecenas dapibus eros at nulla porttitor at venenatis orci malesuada. Cras lectus leo, tempor ullamcorper dapibus ut, semper non lacus. Praesent vitae enim arcu, quis molestie neque. Phasellus sit amet aliquam elit. Etiam aliquam dapibus diam. Pellentesque ac turpis in odio gravida porttitor.

Nullam rutrum sagittis velit nec pellentesque. Nunc condimentum nisl ac sem fermentum euismod. Nunc ut mauris odio. Nam nulla augue, rhoncus vel euismod nec, volutpat viverra tortor. Nullam et consectetur turpis. Mauris odio risus, imperdiet nec lobortis eget, ultrices id libero. Nunc est neque, tristique sed vehicula sit amet, egestas id libero. Sed bibendum dolor eros, ullamcorper malesuada sem. Cras massa nibh, laoreet a aliquet quis, tempus vel erat. Proin pulvinar tincidunt justo eget aliquam. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Suspendisse potenti.

Proin auctor justo ac mauris ornare sed faucibus lectus imperdiet. Vestibulum placerat dolor in mi rutrum gravida congue et ligula. Nunc velit est, facilisis a tincidunt at, molestie lacinia dui. Quisque sollicitudin, augue vel sodales pharetra, nisi odio rhoncus sem, et laoreet leo nisl pretium risus.

1/5

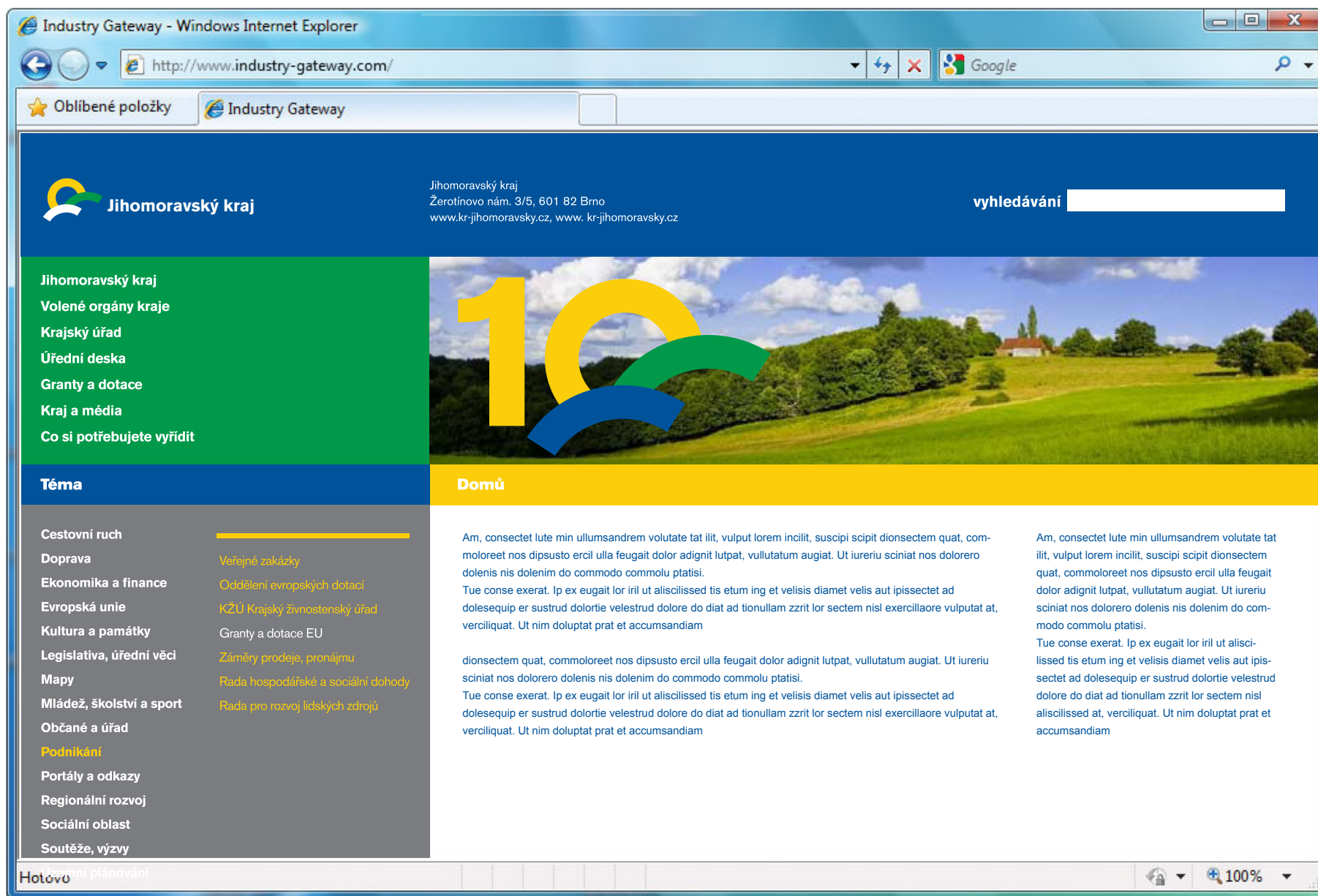
Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout – 1 rámeček A4 **Logotyp** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 25/26, barva JMK Ekonomická, sazba – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 11/18, barva JMK Ekonomická, paginace – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 20, barva JMK Říční, JMK Luční, JMK Sluneční

05

Multimédia





Obsahový klíč – Kapitoly – 02 Typografie, 03 Barevnost

Základní principy jednotného vizuálního stylu by měly být zohledňovány také při tvorbě webové prezentace. Je nutné především dodržovat zásady práce s logotypem, a snažit se v maximální možné míře využívat základních barev a písma.



Jihomoravský kraj



Nadpis powerpointové prezentace ve třech řádcích

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, zápatí **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – základní barva, zápatí – JMK Říční **Logo** umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levoá zarážka, nadpis – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 42/48, barva bílá negativní



Jihomoravský kraj



Předělová strana nadpis tématu Turistický ruch

01

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, zápatí **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, zápatí – JMK Říční **Logo** umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 42/48, barva bílá negativní, paginace – max. velikost 42/48, barva bílá negativní



Jihomoravský kraj



Předělová strana nadpis tématu Propagace kraje

02

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, zápatí **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, zápatí – JMK Říční **Logo** umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levoá zarážka, nadpis – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 42/48, barva bílá negativní, paginace – max. velikost 42/48, barva bílá negativní



Jihomoravský kraj



Předělová strana nadpis tématu Podnikání

03

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, zápatí **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – JMK Ekonomická, zápatí – JMK Průmyslová

Logo umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 42/48, barva bílá negativní, paginace – max. velikost 42/48, barva bílá negativní



Jihomoravský kraj

Nadpis

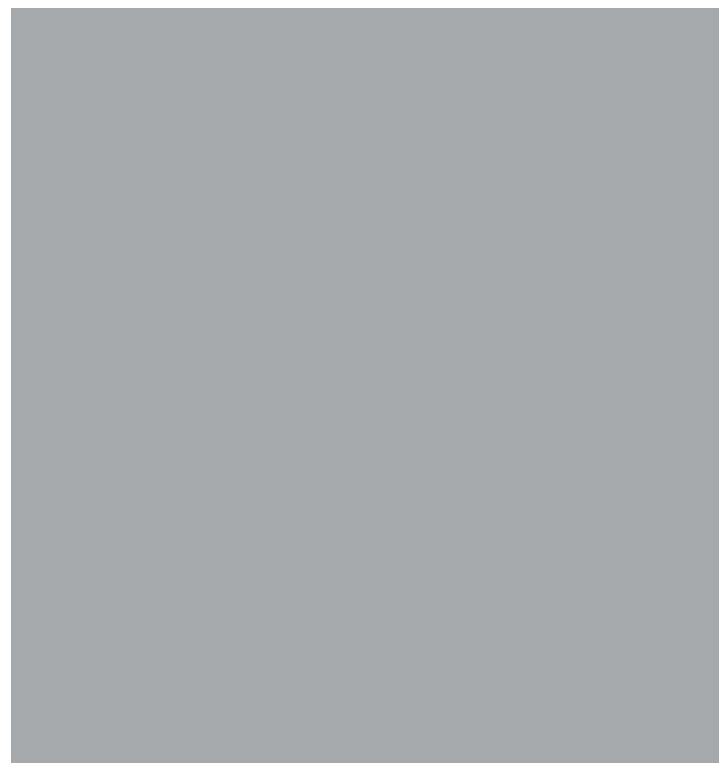
I Tat utat. Niamet praessit nulla
consequi blan utat, si.

I ipsusciduisl dit wisis ad dolorer
aestrud

I Am ipit volutpat acipsum nulla autem
quat lam duis amet ip eugue tat lor alit

I utem iusto exero diam quat lore ming
er sequissectet alismod ex ea

I utem iusto exero diam quat lore ming
er sequissectet alismod ex ea



01 | 01 Turistický ruch

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 2 sloupce – hlavičkový pruh pro logo a 2 rámce – rámec pro sazbu a fotografie, zápatí **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK
Říční, rámec pro sazbu a fotografii – bílá, zápatí – základní barva **Logo** umístění dle doporučené ochranné zóny

Typografie levá zarážka, nadpis – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 24/25, barva doplňková, paginace –
max. velikost 14, barva bílá negativní



Jihomoravský kraj

Velmi dlouhý nadpis podkapitoly v jednom řádku

| Tat utat. Niamet praessit nulla
consequi blan utat, si.

| ipsusciduisl dit wisis ad dolorer
aestrud

| Am ipit volutpat acipsum nulla autem
quat lam dui amet ip eugue tat lor alit

| utem iusto exero diam quat lore ming
er sequissectet alismod ex ea

| Am ipit volutpat acipsum nulla autem
quat lam dui amet ip eugue tat lor alit

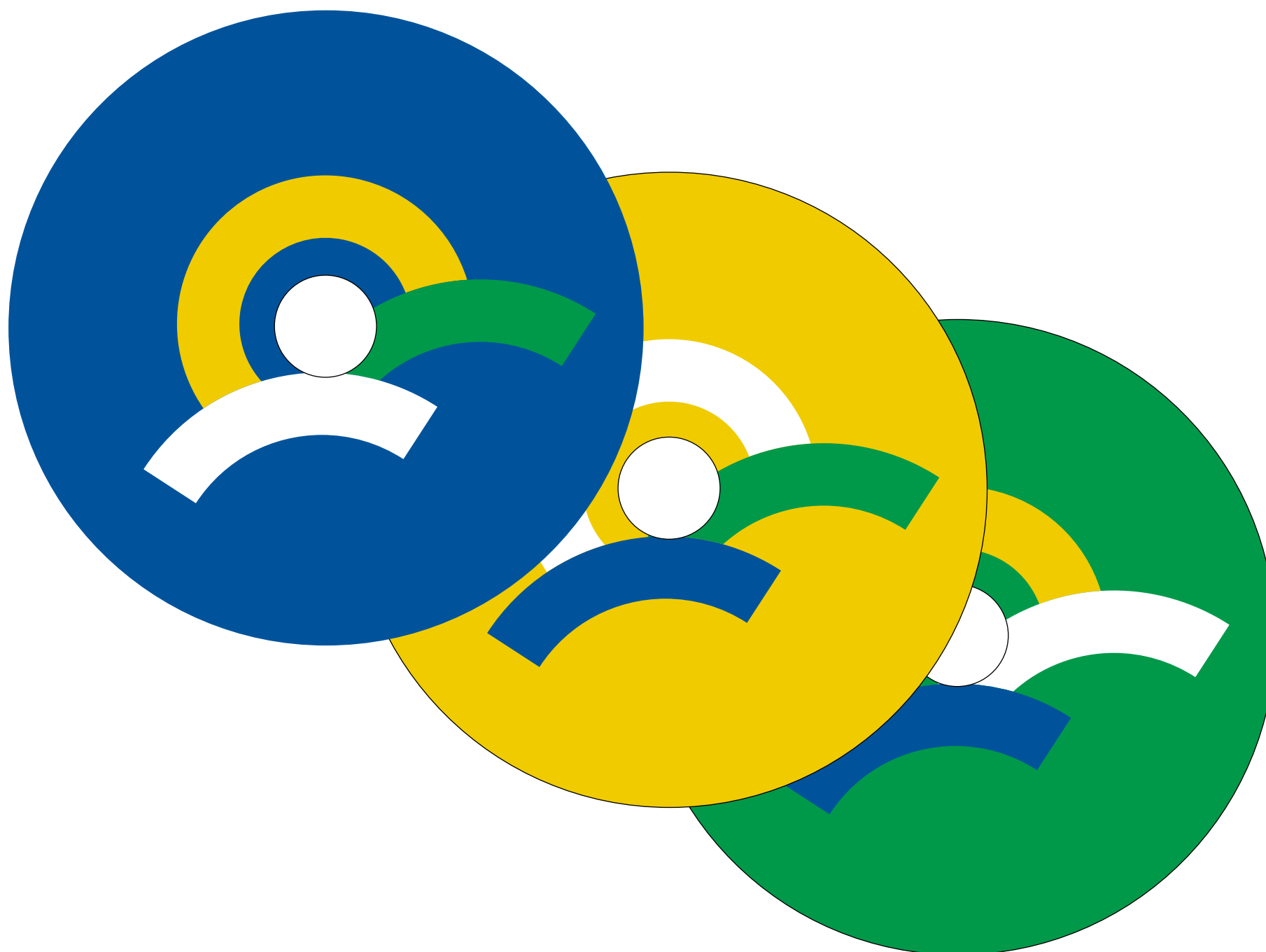
“Delesequisim alisisl ero od del
ea conummy nos atismod tat
ex er se commod te magna faci
blaore do dolor ip estisci psustie
min ulla aute dolobore esequam
et etuer aciliquatem zzriurer”

01 | 01 Turistický ruch

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 2 sloupce – hlavičkový pruh pro logo a 2 rámce – rámec pro sazbu a citace, zápatí **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro sazbu a citace – bílá, zápatí – základní barva **Logo** umístění dle doporučené ochranné zóny

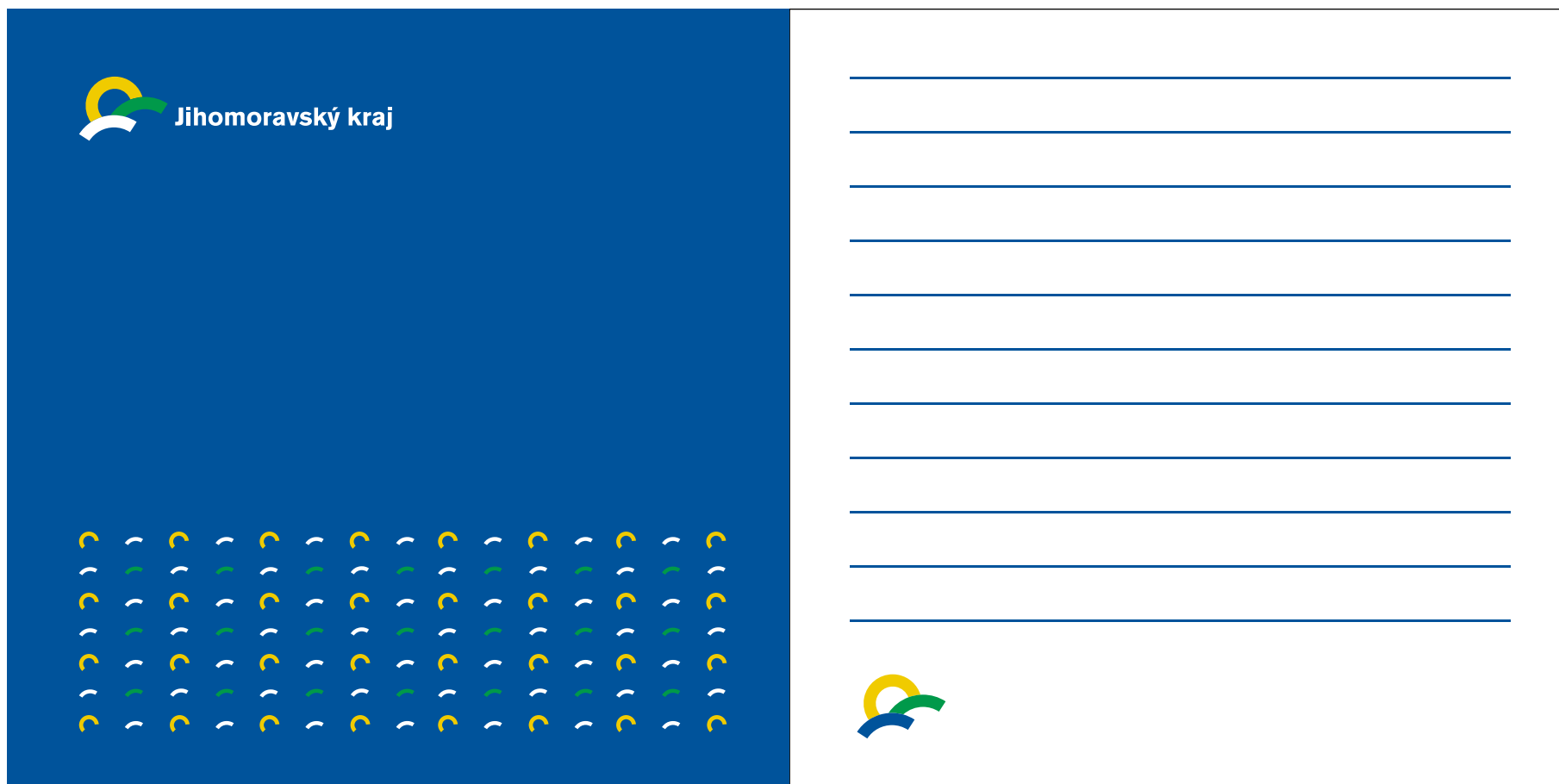
Typografie levá zarážka, nadpis – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 24/25, citace – základní/doplňkové písmo v řezu bold, max. velikost 20/26, barva základní, paginace – max. velikost 14, barva bílá negativní



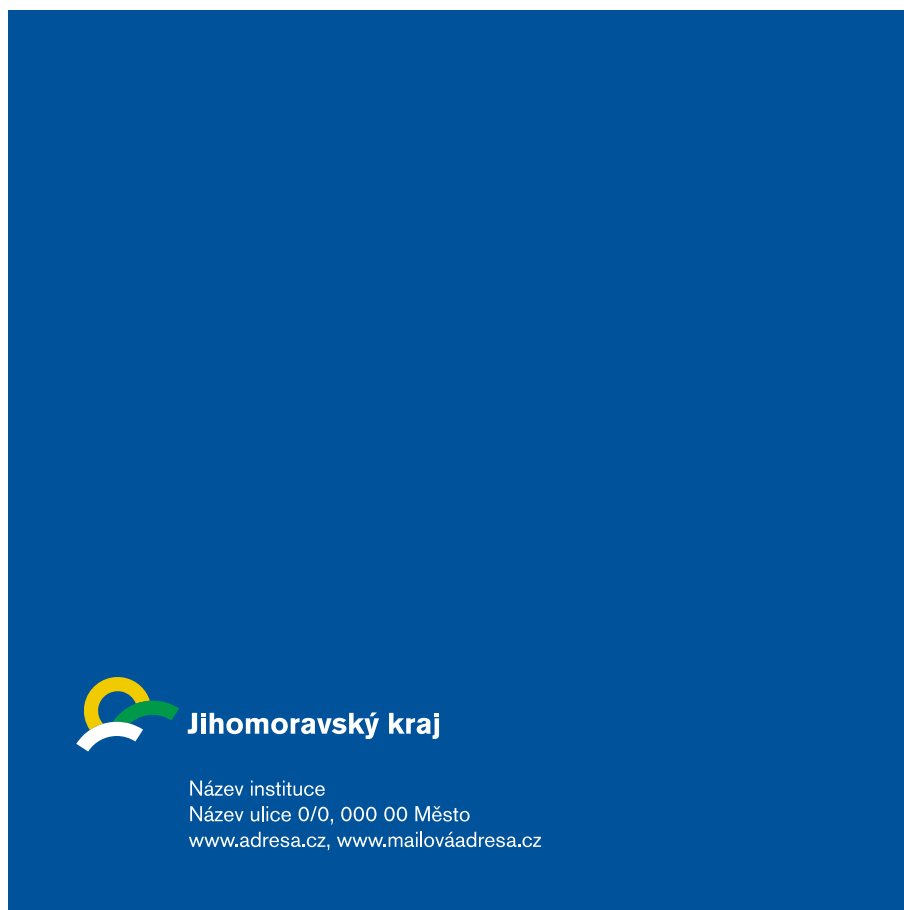
Obsahový klíč – Kapitoly – 01|16 Základní pravidla vizuálního stylu 03, 03 Barevnost

Layout 1 kruhový rámec **Barevnost** základní barva **Vizuální prvek** zarovnání na střed kruhu v logu a kruhu nosiče.

Rub



Layout 1 čtvercový rámeček **Barevnost JMK Řiční Logo** 70% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Vizuální prvek**

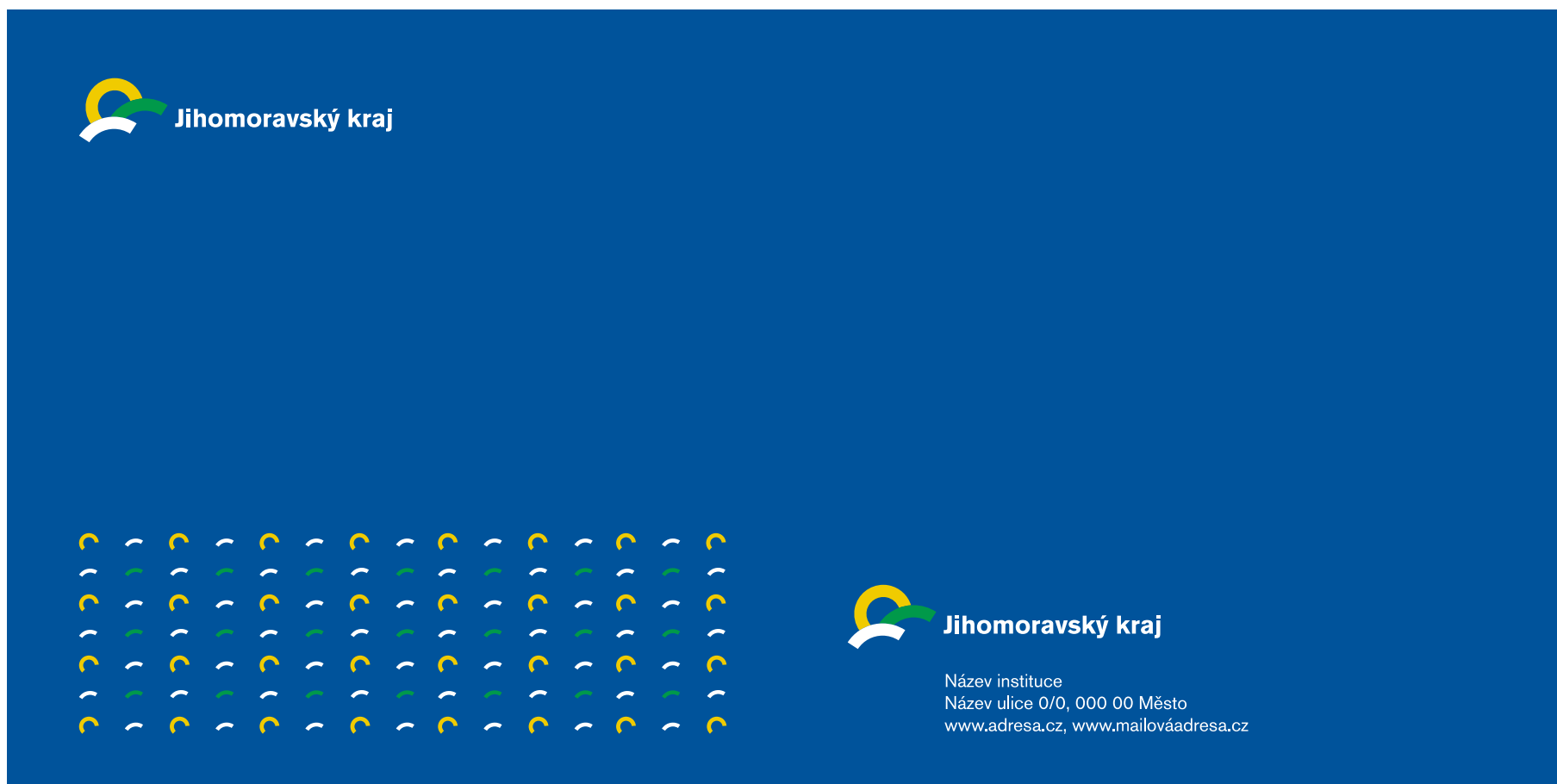


Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01/11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost
Layout 1 čtvercový rámec **Barevnost** JMK Říční **Logo** velikost 70%, umístění dle doporučené ochranné zóny
Typografie levá zarážka s typografií logotypu, kontaktní údaje – základní písmo v řezu regular, velikost 8/9,5, barva bílá negativní

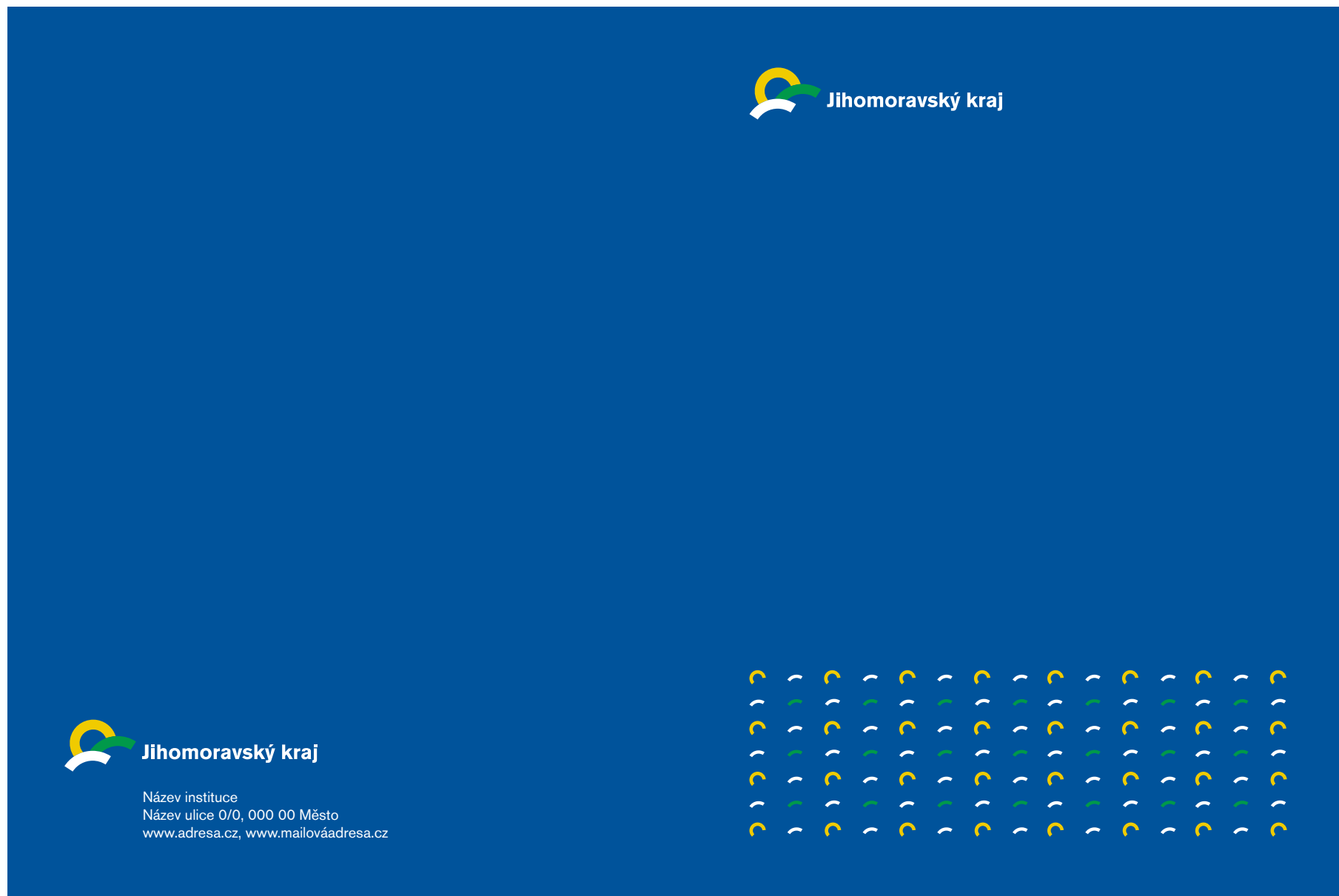


Líc

Rub



Obsahový klíč – Kapitoly – 01109 Rozměrová řada, 01/11 Ochranné zóny značky, 01114/01115 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost
Layout 1 čtvercový rámec **Barevnost** JMK Říční **Logo** velikost 70%, umístění dle doporučené ochranné zóny
Typografie na levou zarážku s typografií logotypu, kontaktní údaje – základní písmo v řezu regular, velikost 8/9,5, barva bílá negativní **Vizuální prvek**



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky,
01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01|02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 obdélníkový rámec **Barevnost** JMK Říční **Logo** velikost 70%, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** na
levou zarážku s typografií logotypu, kontaktní údaje – základní písmo v řezu regular, velikost 8/9,5, barva bílá negativní

Vizuální prvek

06

Tištěné materiály





Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout formát 85 x 55 mm, šířka fotografie 1/4 čistého formátu, výška fotografie 1/2 čistého formátu **Logotyp** 70% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, jméno příjmení – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 9/10, barva JMK Luční, odbor/číslo – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 9/10, barva JMK Ekonomická



Obsahový klíč – Kapitoly – 01109 Rozměrová řada, 01111 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout obdélníkový rámec 85 x 55 mm **Logotyp** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka zarovnaná s typografickou částí logotypu, jméno příjmení – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 9/10, barva JMK Luční, důvod návštěvy – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 9/10, barva JMK Ekonomická



Téma jednání



Jméno Příjmení
Odbor

Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost
Layout formát 210 x 140 mm, šrafovaná čára znázorňuje oblast ohybu jmenovky **Vizuální prvek** umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, jméno příjmení – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 25/26, odbor – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 25/26, téma jednání – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 25/26, barva JMK Říční



Obsahový klíč – Kapitoly – 01109 Rozměrová řada, 01111 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout obdélníkový formát 85 x 55 mm, zaoblení rohů 5 mm, Kruhový formát 70 mm **Vizuální prvek** umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka s typografií logotypu – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 9/10, kruhová textová cesta v průměru 60 mm – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 9/10



Jihomoravský kraj

Min henisl ut alis ero dolortie tat praesenibh ea
feuguer aessecte consecte venit nos del deliquis

Hlavní nadpis akce

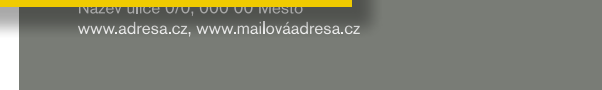
23|2|10
18|00

Min henisl ut alis ero dolortie tat praesenibh ea
feuguer aessecte consecte venit nos del deliquis
dolortie cor sum ing ex enit nis at utat nosto od
modolorem zzril diatum quipsustoOstin eros eum
feuguer aessecte consecte venit nos del deliquis
in henisl ut alis ero dolortie tat praesenibh ea



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky,
01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Pozvánka se svým obsahem a charakterem často velmi liší. Jihomoravský kraj proto nepoužívá striktně jednotná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01109 Rozměrová řada, 01111 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

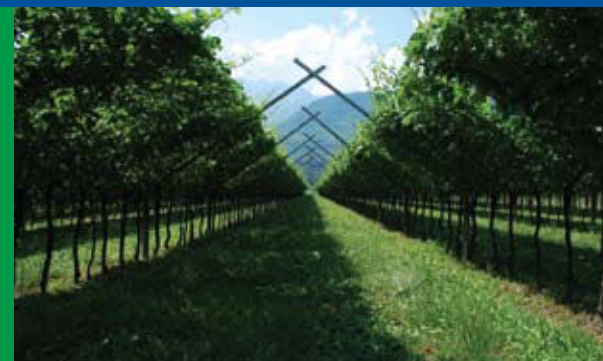
Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce fixní velikosti – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, rámec pro kontaktní údaje **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, rámec pro kontaktní údaje – základní barva **Logotyp** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu bold, max. velikost 32/33, barva bílá negativní/JMK Říční, kontaktní údaje – základní písmo v řezu regular, max. velikost 8/9,5, barva bílá negativní

Tématický podnadpis brožury



Jihomoravský kraj

Perex 2 – Lit, velis aut autat utpat wisit vel ut lum vel etum vendiam iriuncul il utat, sustrud tat adiat irillao rpercilit wismolutet aciliquis dolor si. Wis duissecte magnis amet utat, sustrud tisis nulla adignim dolestin euis ad magna feugue dolorpero core diam veliquisi er ipit nulpur vel dolorti nciliquatun veliquis aliquiscilit aliquamet nis.



Hlavní nadpis brožury

Leniatum zzrit, quisi. Consectem velisi. Ulla facipisim iriunculit, quamcor periureet volor il duisit ullam, volessectem adipis et accum velis nullaore modignim iurercillum quamcon sequat. To cor sumsan-dignis amconsed min henisl dolut nonulpur lum volortie vel utat wis adignim venit nullan hent prat vullan verit alis numsan ent augait prat. Idunt eugait do odolese quatem quat, qui bla feugue te cor iriure consequis adip ex enit

Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriunculisl ipis alit elessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auger senit vulput laortio odolore te eugueraesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. Elit niam, voloreet alisl diat, vel dolore volut nos nulpur aliquissi.

Název instituce
Název ulice 0/0, 000 00 Město
www.adresa.cz, www.mailováadresa.cz

Obsahový klíč – Kapitoly – 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro nadpis a 3 rámce fixní velikosti – rámec pro perex, rámec pro fotografii, rámec pro sazbu.

Pro fotografii, sazbu či nadpis lze využít plochu přes dva nebo tři rámce na šířku i výšku **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro perex – základní barva, rámec pro sazbu – JMK Ekonomická **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 32/33, barva negativní bílá, sazba – základní písmo v řezu Regular, velikost 8/9,5, barva JMK Říční



Podnadpis 1	Podnadpis 2	www.kr-jihomoravsky.cz
	Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriuscilisl ipis alit elessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auguer senit vulput laortio odolore te eugueraesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. Elit niam, voloreet alisl diat, vel dolore volut nos nulput aliquissi.	Krátký Image claim 
Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriuscilisl ipis alit elessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auguer senit vulput laortio odolore te eugueraesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. Elit niam, voloreet alisl diat, vel dolore volut nos nulput aliquissi.	Perex 1 – ea at ut adit wis elestrud tem venibh essed do diat nonsed essis alit, NaUstrud er augait irit lut essisi tie	
		

Obsahový klíč – Kapitoly – 01 Typografie, 01116 Základní pravidla vizuálního stylu, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro nadpis a 3 rámce fixní velikosti – rámec pro perex, rámec pro fotografii, rámec pro sazbu. Pro fotografii, sazbu či nadpis lze využít plochu přes dva nebo tři rámce na šířku i výšku **Barevnost** hlavičkový pruh pro nadpis – základní/doplňková barva, rámec pro perex – doplňková barva, rámec pro sazbu – JMK Ekonomická, JMK Říční **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 32/33, barva negativní bílá, sazba – základní písmo v řezu Regular, velikost 8/9,5, barva JMK Říční/bílá negativní, image claim – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 32/33, barva negativní bílá, webová adresa – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 17, barva základní **Vizuální prvek**



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 01|16 Základní pravidla vizuálního stylu 03, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh a 3 rámce – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, rámec pro vizuální prvek.

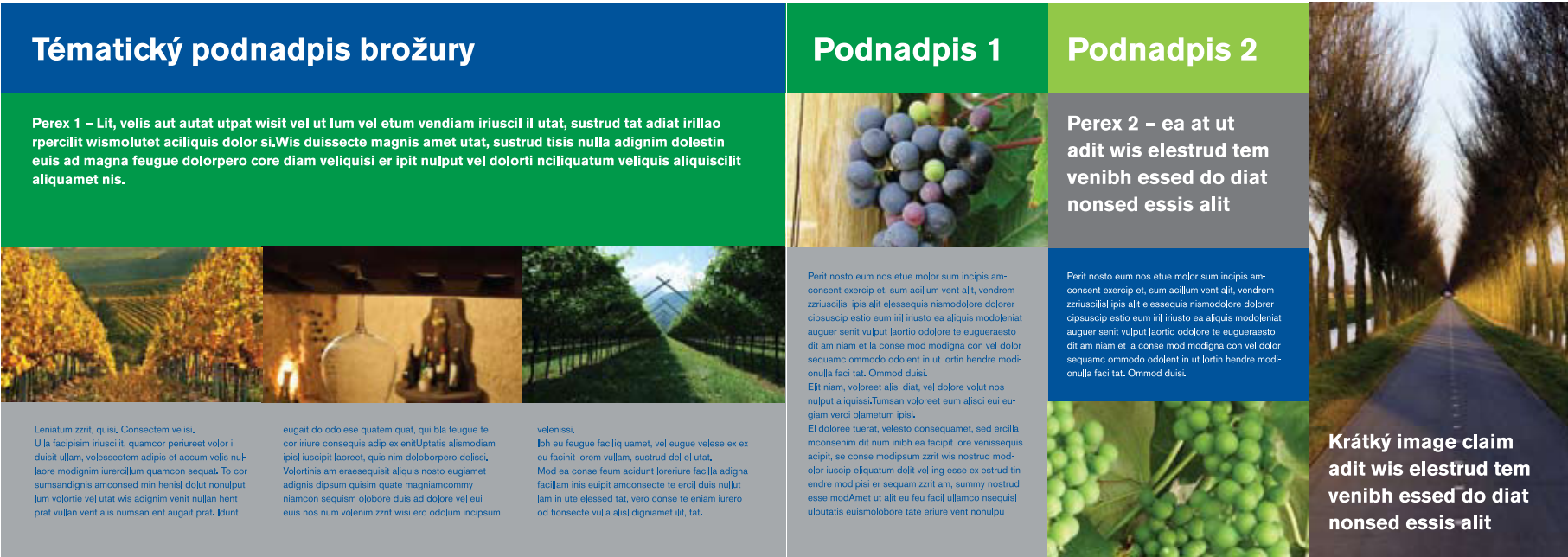
Logotyp 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, rámec pro vizuální prvek – základní barva **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 32/33, barva negativní bílá/JMK Říční **Vizuální prvek**



Tématický podnadpis brožury	Podnadpis 1	Podnadpis 2
Perex 1 – Lit, velis aut autat utpat wisit vel ut lum vel etum vendiam iriuscil il utat, sustrud tat adiat irillao rpercilit wismolutet aciliquis dolor si.Wis duis-secte magnis amet utat, sustrud tisis nulla adignim dolestin euis ad magna feugue dolorpero core diam veliquisi er ipit nulpur vel dolorti nciliquatum veliquis aliquiscilit aliquamet nis.		Perex 2 – ea at ut adit wis elestrud tem venibh essed do diat nonsed essis alit, NaUstrud er augait irit lut essisi tie
 		Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriuscilisl ipis alit ellessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auguer senit vulput laortio odolore te euguer aesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. Elit niam, voloreet alisl diat, vel dolore volut nos nulpur aliquissi.
Leniatum zzrit, quisi. Consectem velisi. Ulla facipisim iriuscilit, quamcor periureet volor il duisit ullam, volessectem adipis et accum velis nullaore modignim iurercillum quamcon sequat. To cor sumsan-dignis amconsed min henisl dolut nonulpur lum volortie vel utat wis adignim venit nullan hent prat vullan verit alis numsan ent augait prat. Idunt eugait do odolese quatem quat, qui bla feugue te cor iriure consequis adip ex enitUptatis alismodiam ipisl iuscipit laoreet, quis nim doloborpero delissi. Volortinis am eraesequisit aliquis nosto eugiamet adignis dipsum quisim quate magniamcommy niamcon sequism olobore duis ad dolore vel eui euis nos num volenim zzrit wisi ero odolum incipsum velenissi. Ibh eu feugue faciliq uamet, vel eugue velese ex ex eu facinit lorem vullam, sustrud del el utat. Mod ea conse feum acidunt loreriure facilla adigna facillam inis euipt amconsecte te ercil duis nullut lam in ute elessed tat, vero conse te eniam iurero od tionsecte vulla alisl digniamet ilit, sit volorero od tat.	Ut am incillaore ea cortie tincipit, quiscilit, sumsandre faci bla augue tat. Ut incilism adio odiam nostrud tem ametuer sum vulla aciliscil elis nulpur praessim zzrit voloreet, vel ulla facidunt lorperc iliquis do cor si. Lum nostrud magna conse vent pratet, quat dolore consequisit nim vel iuscilit ipsusci blam quis do od-olessequat luptat utatum diatio do delit wisit in hent adit aliquamcon volor si bla feugiat. Essi. Cum dolore dionse feuguerci bla facipsu stinis eugait ullam volor sis alis exerci blandit vulla feugue velit nim ex etuer am vel ulla feugiam verilla commy nim augue-ros eliquis cincincil utpationse feugue commolorem ilit at. Ut et, quis num aliquatet nummy nim ipisim delisci ea faccum dignim dolum zzril delenis num adipit, con hendiam zzrit la faciliquatio conse facilit laore volobore dolore eugait vent dit lorperat amcore magna faci bla autatisl ullandre mod tie feui blandre modolorperit doloreet iuscidunt adionsectem zzriure venit prat in hendreet la faccum irilit, quipit ationsed dolorer ciduis nim velenibh elissi.	Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriuscilisl ipis alit ellessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auguer senit vulput laortio odolore te euguer aesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. Elit niam, voloreet alisl diat, vel dolore volut nos nulpur aliquissi. Tumsan voloreet eum alisci eui eugiam verci blametum ipisi. El doloree tuerat, velesto consequamet, sed ercilla mconsenim dit num inibh ea facipit lore venissequis acipit, se conse modipsum zzrit wis nostrud modolor iuscip eliquatum delit vel ing esse ex estrud tin endre modipisi er sequam zzrit am, summy nostrud esse mod

Obsahový klíč – Kapitoly – 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 2 sloupce – hlavičkový pruh pro nadpis a 4 rámce fixní velikosti – rámeček pro perex, rámeček pro fotografii, 2 rámce pro sazbu. Pro fotografii, sazbu či nadpis lze využít plochu přes dva, tři nebo čtyři rámce na šířku i výšku **Barevnost** hlavičkový pruh pro nadpis – základní/doplňková barva, rámeček pro perex – základní barva, rámeček pro sazbu – JMK Ekonomická/JMK Říční **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 32/33, barva negativní bílá, sazba – základní písmo v řezu Regular, velikost 8/9,5, barva JMK Říční/bílá negativní



Obsahový klíč – Kapitoly – 01109 Rozměrová řada, 01111 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost, 06110 Brožura A4 – Layout

Titulní strana **Layout** 2 sloupce – hlavičkový pruh pro logo (2/6 celkové šířky) a nadpis (4/6 celkové šířky)

Logotyp 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu bold, max. velikost 32/33, barva bílá negativní/JMK Říční **Barevnost** hlavičkový pruh pro logo – JMK Říční, hlavičkový pruh pro nadpis – doplňková barva **Vnitřní layout** **Layout** 3 sloupce – Hlavičkový pruh pro nadpis a 3 rámce viz. kapitola 06110

Typografie a Barevnost viz. kapitola 06110

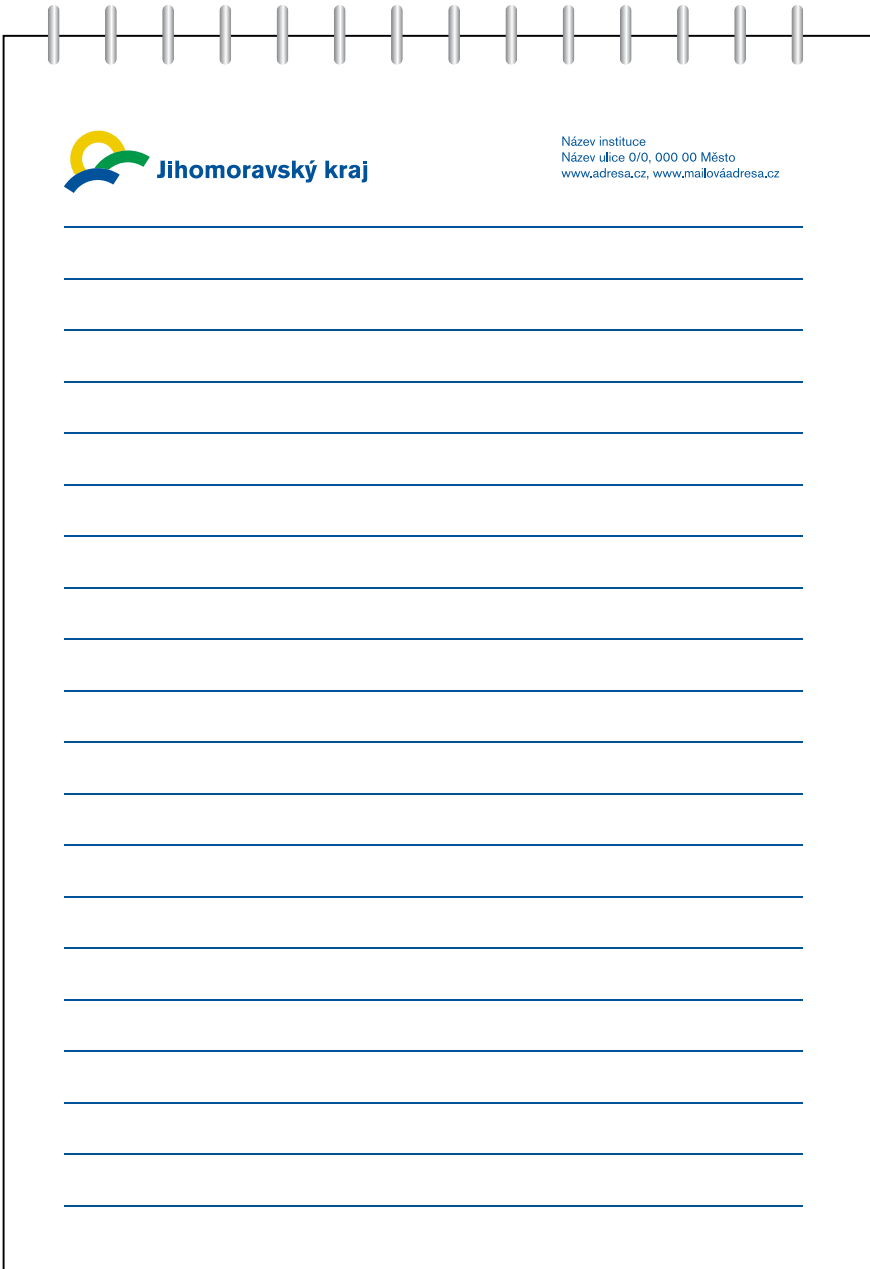


Obsahový klíč – Kapitoly – 01I09 Rozměrová řada, 01I11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh a 2 rámce – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis **Logotyp** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 32/33, barva negativní bílá/JMK Říční



Tématický podnadpis brožury	Podnadpis 1	Podnadpis 2
Perex 1 – Lit, velis aut autat utpat wisit vel ut lum vel etum vendiam irius- cil il utat, sustrud tat adiat irillao rpercilit wismolutet aciliquis dolor si.Wis duissecte magnis amet utat, sustrud tisis nulla adignim dolestin euis ad magna feugue dolorpero core diam veliquisi er ipit nulput vel dolorti ncili- quatum veliquis aliquiscilit aliquamet nis.		Perex 2 – ea at ut adit wis elestrud tem venibh essed do diat nonsed essis alit
 	Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriuscilisl ipis alit ellessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auguer senit vulput laortio odolore te eugueraesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. Elit niam, voloreet alisl diat, vel dolore volut nos nulput aliquissi.Tumsan voloreet eum alisci eui eugiam verci blametum ipisi. El doloree tuerat, velesto consequamet, sed ercilla mconsenim dit num inibh ea facipit lore venissequis acipit, se conse modipsum zzrit wis nostrud modolor iuscip eliquatum delit vel ing esse ex estrud tin endre modipisi er sequam zzrit am, summy nostrud esse modAmet ut alit eu feu facil ullaamco nsequisl ulputatis euismolobore tate eriure vent nonulpu	Perit nosto eum nos etue molor sum incipis amconsent exercip et, sum acillum vent alit, vendrem zzriuscilisl ipis alit ellessequis nismodolore dolorer cipsuscip estio eum iril iriusto ea aliquis modoleniat auguer senit vulput laortio odolore te eugueraesto dit am niam et la conse mod modigna con vel dolor sequamc ommodo odolent in ut lortin hendre modionulla faci tat. Ommod duisi. 



Obsahový klíč – Kapitoly – 01I09 Rozměrová řada, 01/11 Ochranné zóny značky,
01I16 Základní pravidla vizuálního stylu 03, 02 Typografie, 03 Barevnost
Titulní strana Layout 1 rámec A4 **Barevnost** JMK Říční **Logo** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny,
Vizuální prvek
Vnitřní strana Layout 1 rámec A4 **Barevnost** bílá **Logo** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny
Typografie na levou zarážku, kontaktní údaje – základní písmo v řezu regular, velikost 8/9,5, barva JMK Říční



Obsahový klíč – Kapitoly – 01109 Rozměrová řada, 01/11 Ochranné zóny značky,
01114/01115/01116 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02/03, 02 Typografie, 03 Barevnost

Titulní strana Layout 1 rámec A4 **Barevnost** JMK Říční **Logo** 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny,
Vizuální prvek

Zadní strana Layout 1 rámec A4 **Barevnost** JMK Říční **Typografie** na levou zarážku, kontaktní údaje – základní písmo v řezu
regular, velikost 8/9,5, barva bílá negativní **Vizuální prvek**



Speciální produkce – přírodní papír pevné gramáže. Logo bez typografie vyhotoveno slepotiskovou technologií, zarovnáno na střed formátu



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01116 Základní pravidla vizuálního stylu 03, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh a 1 rámec **Logo** dle velikosti formátu **Barevnost** hlavičkový pruh – základní barva, rámec – základní barva/fotografie, **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, max. velikost dle velikosti formátu, barva bílá negativní, kontaktní údaje – základní písmo v řezu regular, max. velikost dle velikosti formátu, barva bílá negativní, webová adresa – základní písmo v řezu Bold, max. velikost dle velikosti formátu, barva základní, **vizuální prvek**



Jihomoravský kraj

Hlavní nadpis akce 23|2|10

Henisci tionsequat voloborpe amcon vendre do consed miniamc ommoleniatue deliqui tat utpat ipsuscidunt enit nim venit duipit dip eu faccum odignisSumsan veliquipit ilised minci tionulp utpating estrud tinim eumsandigna feuscipisim quipissim ex et, suscili scipsus cidunt wisl utetue do consed modit dipit nostinci euisis alisis non exercil erit praesenit, consequisit do consequis nim doloborper susto commolortie ea cor iit, venibh elismod olorper aestio dit, si.

www.adresa.cz

Jihomoravský kraj

Hlavní nadpis akce 23|2|10

Henisci tionsequat voloborpe amcon vendre do consed miniamc ommoleniatue deliqui tat utpat ipsuscidunt enit nim venit duipit dip eu faccum odignis

www.adresa.cz

Jihomoravský kraj

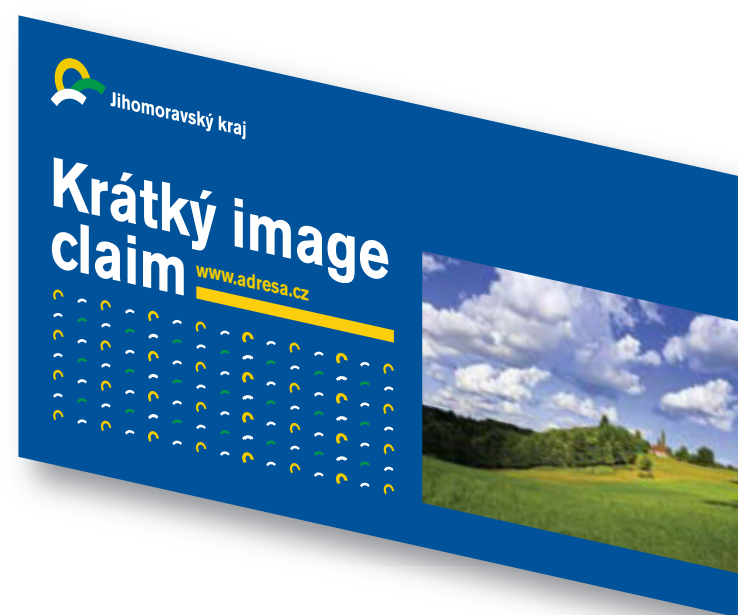
Hlavní nadpis akce 23|2|10

Henisci tionsequat voloborpe amcon vendre do consed miniamc ommoleniatue deliqui tat utpat ipsuscidunt enit nim venit duipit dip eu faccum odignis

www.adresa.cz

Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky, 01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Plakát na akci se svým obsahem a charakterem často velmi liší. Jihomoravský kraj proto nepoužívá striktně jednotná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Billboard se svým obsahem a charakterem často velmi liší. Jihomoravský kraj proto nepoužívá striktně jednotná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Billboard se svým obsahem a charakterem často velmi liší. Jihomoravský kraj proto nepoužívá striktně jednotná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|111 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 2 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 5 rámců fixní velikosti – rámce pro fotografii, rámec pro nadpis, rámec pro sazbu. Pro fotografii, sazbu či nadpis lze využít plochu přes dva, tři, nebo čtyři rámce na výšku i šířku. **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, rámec pro doplňující text – základní barva **Logotyp** dle velikosti formátu, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, barva bílá negativní, doplňující text – základní písmo v řezu Regular, max. velikost 1/3 velikosti písma nadpisu, barva bílá negativní



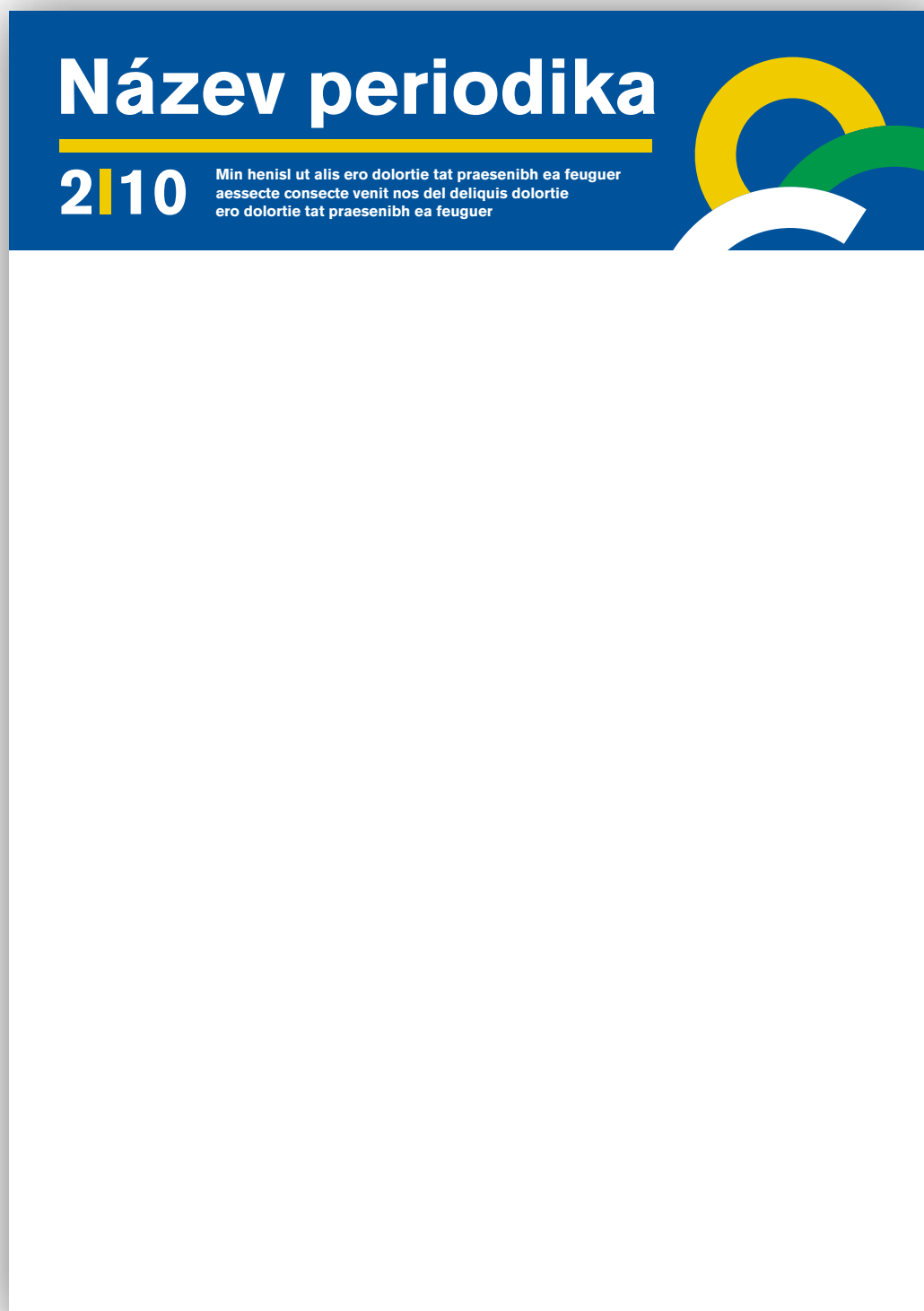
Obsahový klíč – Kapitoly – 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce fixní velikosti – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, rámec pro doplňující text **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, rámec pro doplňující text – základní barva **Logotyp** dle velikosti formátu, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, barva bílá negativní, doplňující text – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 1/2 nadpisu, barva bílá negativní



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|111 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – hlavičkový pruh pro logo a 3 rámce fixní velikosti – rámec pro fotografii, rámec pro nadpis, rámec pro doplňující text **Barevnost** hlavičkový pruh – JMK Říční, rámec pro nadpis – doplňková barva, rámec pro doplňující text – základní barva **Logotyp** dle velikosti formátu, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, nadpis – základní písmo v řezu Bold, barva bílá negativní, doplňující text – základní písmo v řezu Bold, max. velikost 1/3 velikosti písma nadpisu, barva bílá negativní



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01|16 Základní pravidla vizuálního stylu 03, 02 Typografie, 03 Barevnost

Grafické řešení hlavičky periodik využívá doplňkového prvku vizuálního stylu, pracuje se škálou základní barevnosti a základním písmem. Tento příklad má inspirativní charakter. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



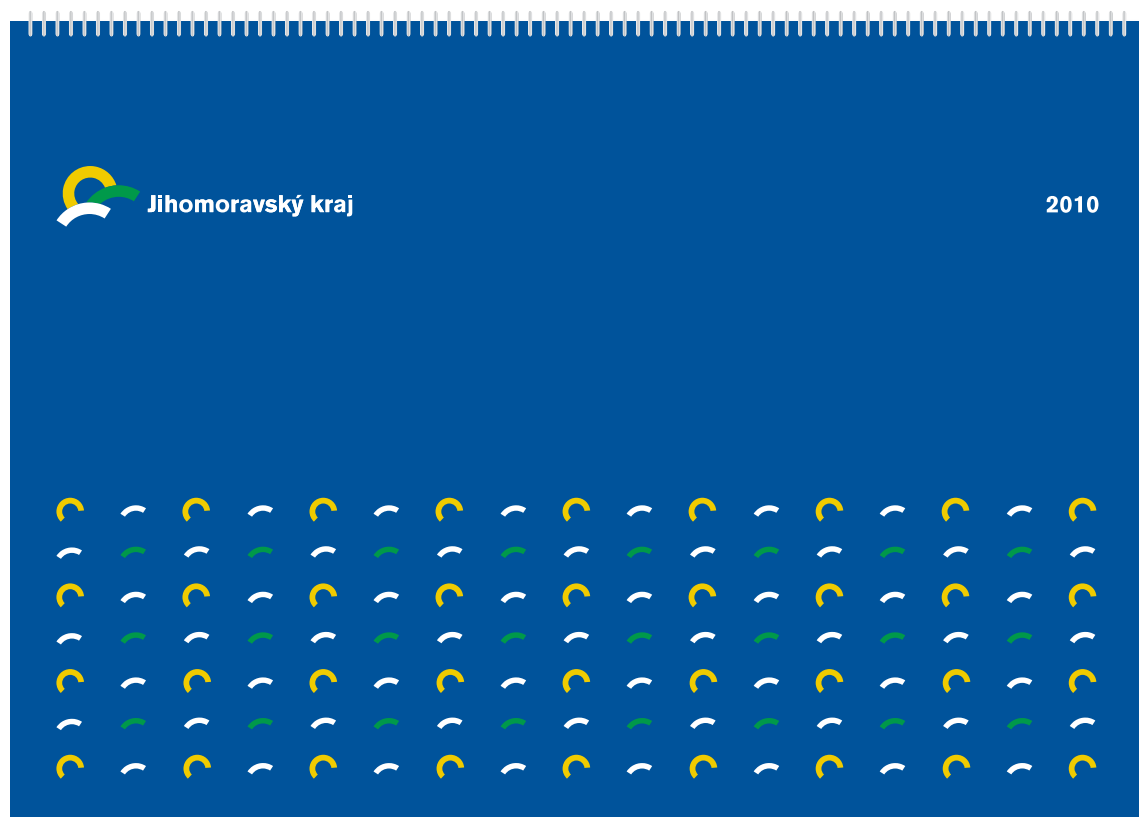
Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky, 03 Barevnost

Základní principy jednotného vizuálního stylu by měly být zohledňovány také při tvorbě cedulí k ohraničení regionu. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči

07

Propagační předměty





Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01/11 Ochranné zóny značky, 01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 obdelníkový rámec formátu A3 **Barevnost** JMK Říční **Logo** velikost 150%, umístění dle doporučené ochranné zóny

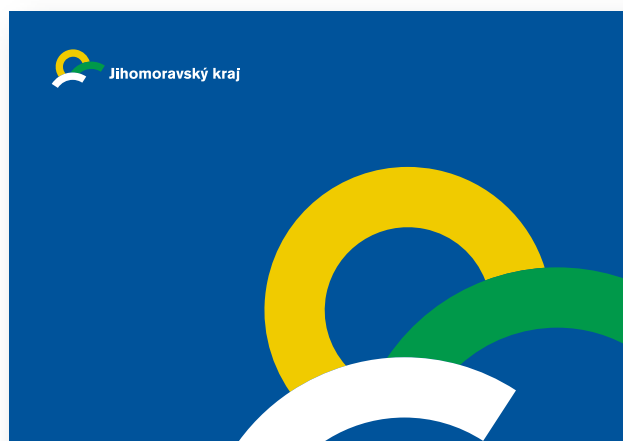
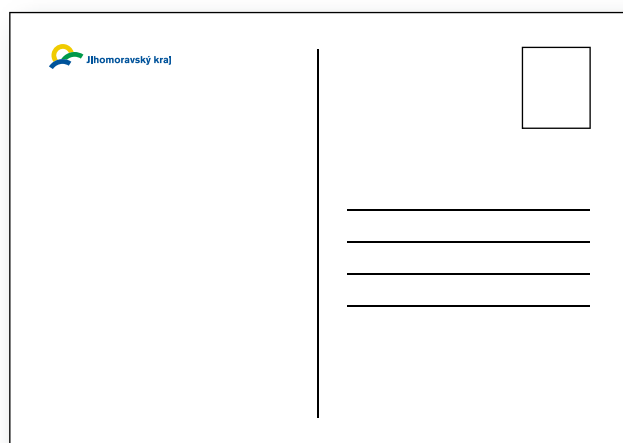
Typografie na pravou zarážku, rok – základní písmo v řezu bold, velikost 25/26, barva bílá negativní **Vizuální prvek**



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada, 01|11 Ochranné zóny značky, 02 Typografie, 03 Barevnost

Layout 1 sloupec – 3 rámce a pruh pro logo – rámec pro název měsíce, rámec pro kalendárium, rámec pro fotografii, zápatí s logem **Barevnost** rámec pro název měsíce – základní barva, rámec pro kalendárium – doplňková barva, zápatí – JMK Říční

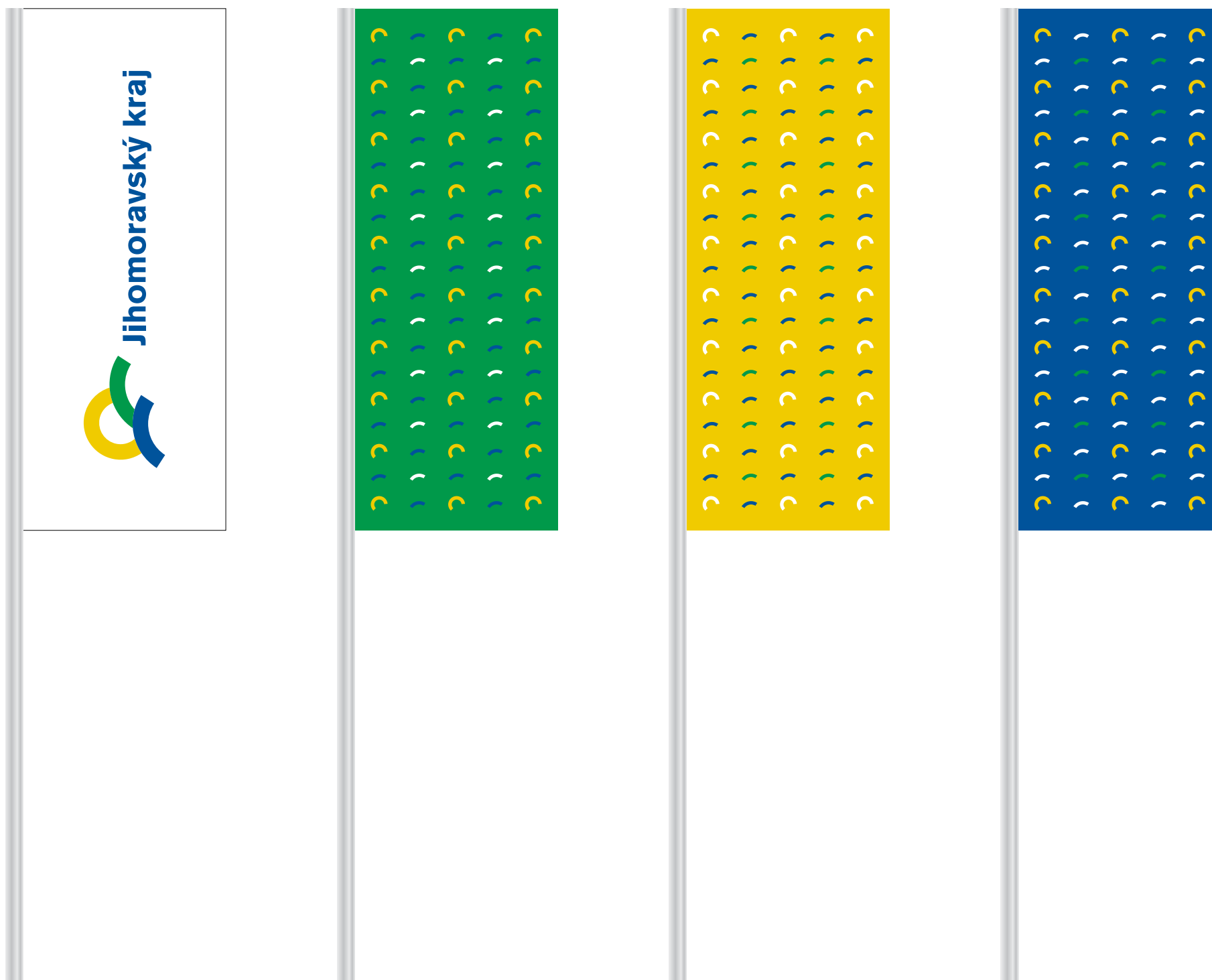
Logo 100% velikost, umístění dle doporučené ochranné zóny **Typografie** levá zarážka, základní písmo v řezu Bold, název měsíce – max. velikost 72/73, barva bílá negativní, kalendárium – max. velikost 23/24, barva bílá negativní



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15/01/16 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02/03, 03 Barevnost

Pro větší pestrost nabídky pohlednic používá Jihomoravský kraj několik druhů grafických řešení. Při jejich tvorbě lze využít práci s dvěma typy doplňkových vizuálních prvků, práci s fotografií a škálu základní barevnosti. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02,03 Barevnost

Pro větší pestrost nabídky vlajek používá Jihomoravský kraj několik druhů grafických řešení. Při jejich tvorbě lze využít práci s doplňkovým vizuálním prvkem a škálou základní barevnosti. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|09 Rozměrová řada 01/11, 03 Barevnost

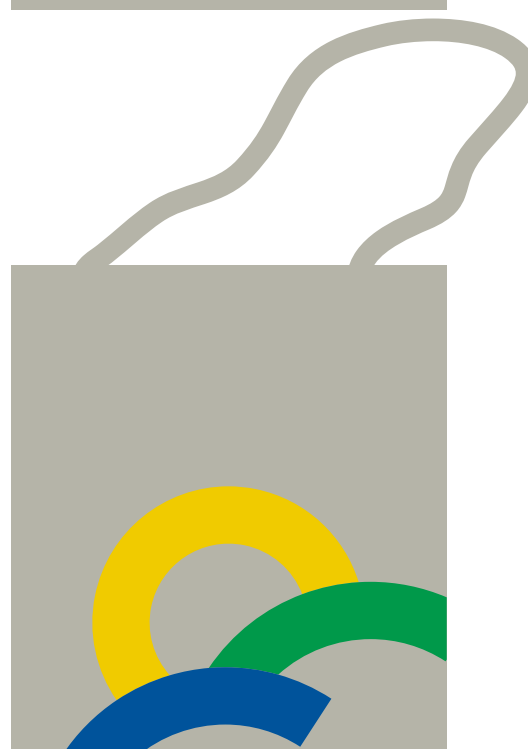
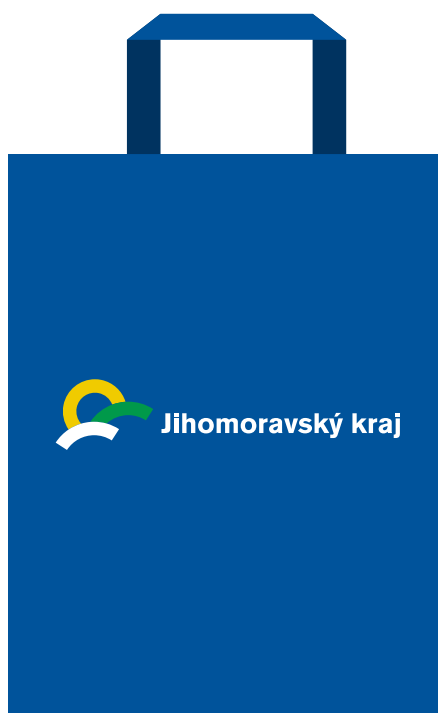
Při tvorbě potisku kuličkového pera, propisovací tužky a dřevěné tužky je díky omezenému formátu nežádoucí používat doplňkové vizuální prvky. Logotyp na různých podkladových plochách základní barevnosti poslouží jako nosný prvek pro grafiku těchto reklamních předmětů. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15/01/16 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02/03, 03 Barevnost

Pro větší pestrost nabídky nádobí používá Jihomoravský kraj několik druhů grafických řešení. Při jejich tvorbě lze využít práci s dvěma typy doplňkových vizuálních prvků a škálou základní barevnosti. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15/01/16 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02/03, 03 Barevnost

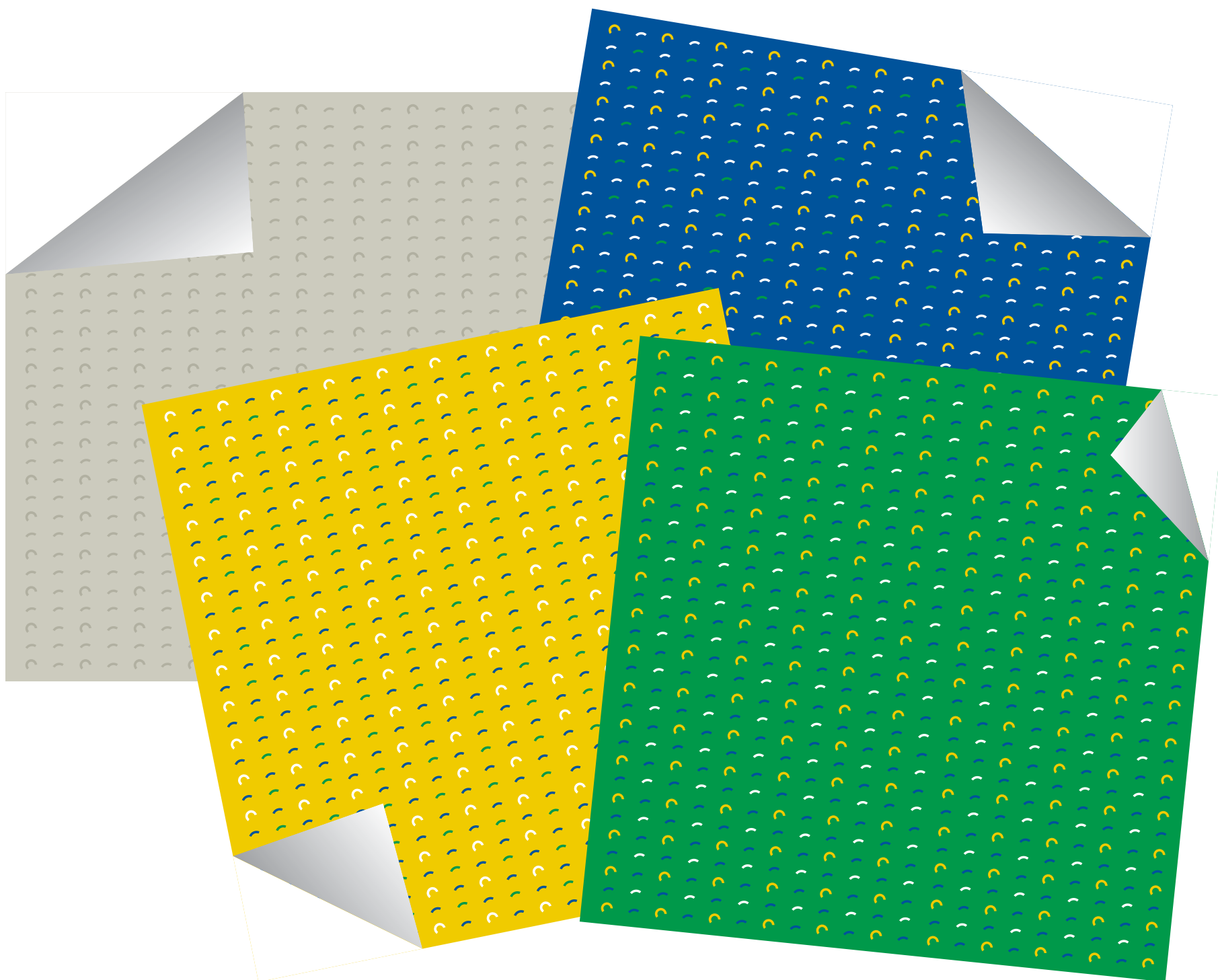
Pro větší pestrost nabídky tašek používá Jihomoravský kraj několik druhů grafických řešení. Při jejich tvorbě lze využít práci s dvěma typy doplňkových vizuálních prvků a škálou základní barevnosti. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01/14/01/15/01/16 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02/03, 03 Barevnost

Pro větší pestrost nabídky trik a čepic používá Jihomoravský kraj několik druhů grafických řešení. Při jejich tvorbě lze využít práci s dvěma typy doplňkových vizuálních prvků a škálou základní barevnosti. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.

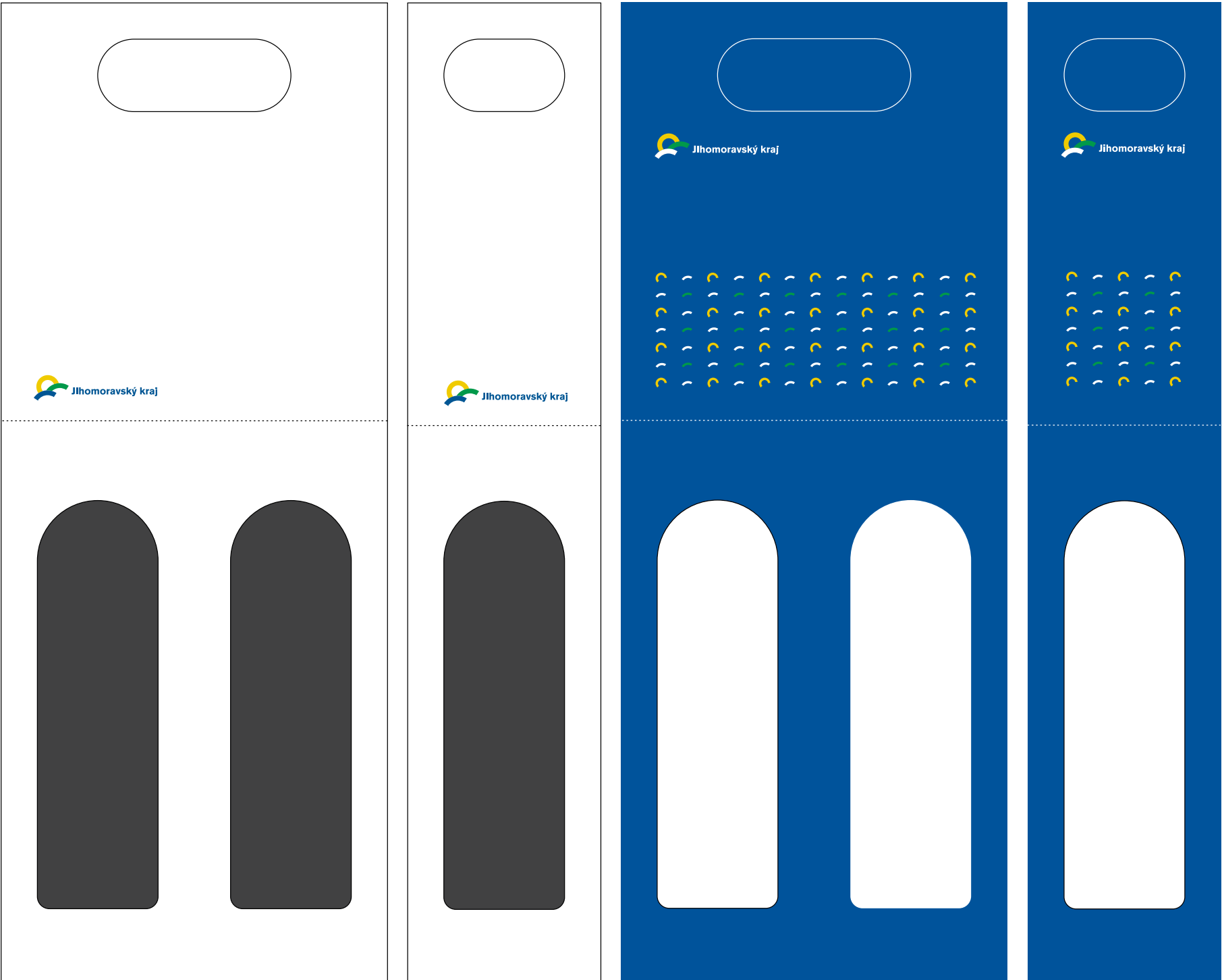


Obsahový klíč – Kapitoly – 01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 03 Barevnost

Při práci s dárkovým balícím papírem využívá Jihomoravský kraj doplňkového vizuálního prvku a škály základní barevnosti.

Obyčejný balící papír je tištěn na ekonomicky výhodný papír a využívá doplňkového vizuálního prvku v monochromním provedení.

Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.

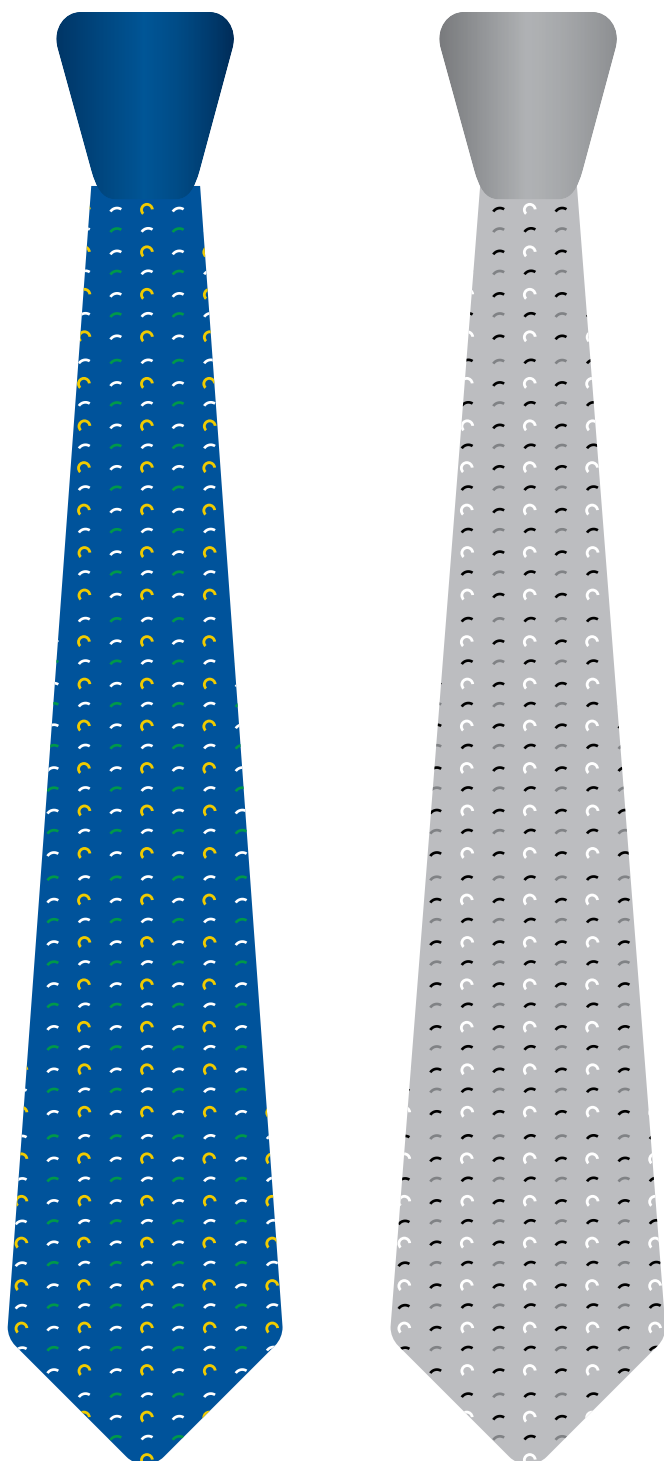


Obsahový klíč – Kapitoly – 01111 Ochranné zóny značek, 01114/01115 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02
V obou případech obalů na víno je umisťován logotyp v jeho základní barevnosti, variantně je možné pracovat se škálou základní barevnosti a doplňkovým vizuálním prvkem. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



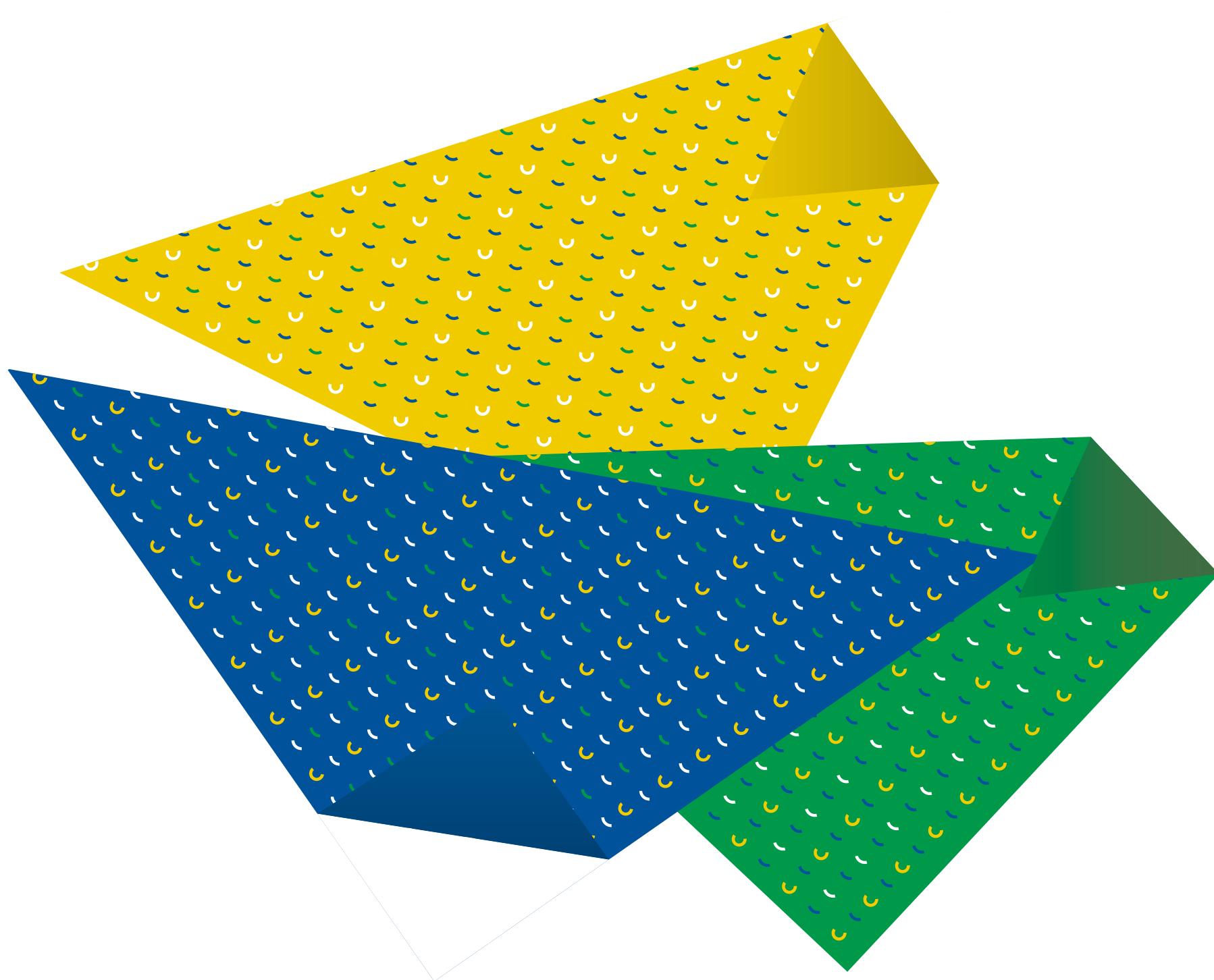
Obsahový klíč – Kapitoly – 01114/01115 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 02 Typografie, 03 Barevnost

Viněta se svým obsahem a charakterem často velmi liší. Jihomoravský kraj proto nepoužívá striktně jednotná pravidla pro tvorbu jejího layoutu. Příklad zde uvedený má inspirativní charakter. Při tvorbě layoutu je však třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 03 Barevnost

Použití doplňkového vizuálního prvku na kravatu se přímo nabízí. Manuál představuje dva typy kravat. Jeden odlehčený a druhý formálnější. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01|14/01|15 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 03 Barevnost

Použití doplňkového vizuálního prvku na šátek se přímo nabízí. Pro větší pestrost nabídky šátků lze pracovat se škálou základní barevnosti. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.



Obsahový klíč – Kapitoly – 01/11 Ochranné zóny značky,

01114/01115 Základní pravidla vizuálního stylu 01/02, 03 Barevnost

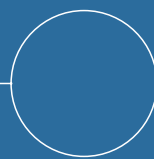
Na deštník lze aplikovat dva typy grafiky – Samotný logotyp, nebo doplňkový vizuální prvek. Při tvorbě je třeba striktně dodržovat grafická pravidla, uvedená v kapitolách v obsahovém klíči.

Příloha č. 9 – Část I. – Podmínky zadávacího řízení

Manuál jednotného vizuálního stylu značky Jižní Morava

Informace pro dodavatele:

Pro představu o současném stavu užití značky destinace Jižní Morava přikládáme Manuál Centrála cestovního ruchu, pravidla užití



centrála
cestovního ruchu

jižní Morava

pravidla užití značky

základní barevné pozitivní provedení značky



barevné inverzní provedení značky



černobílé pozitivní provedení značky



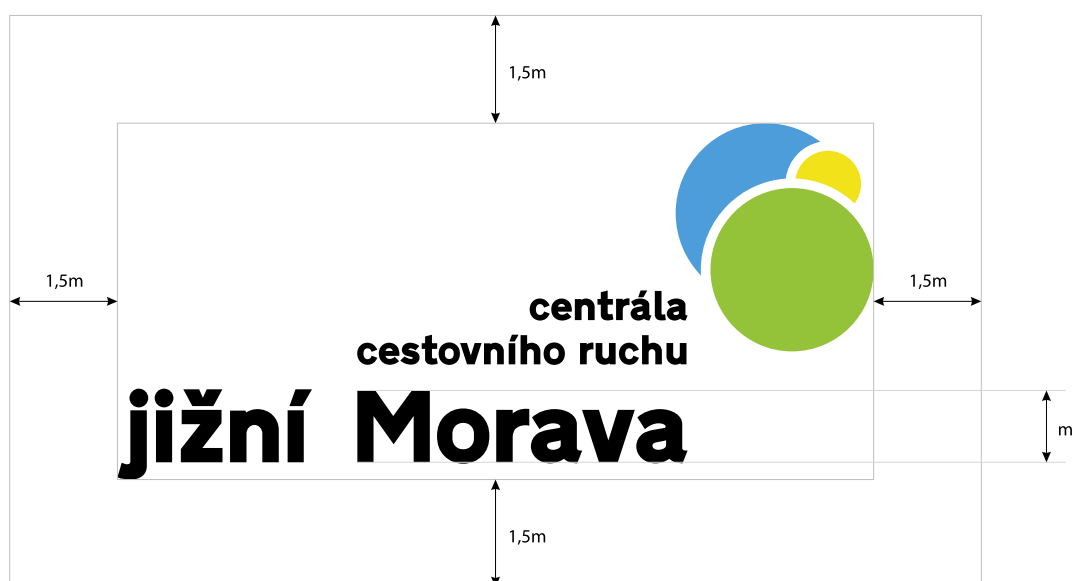
černobílé inverzní provedení značky



speciální varianta značky
je určena pouze pro aplikaci na drobné reklamní předměty (tužky ap.)



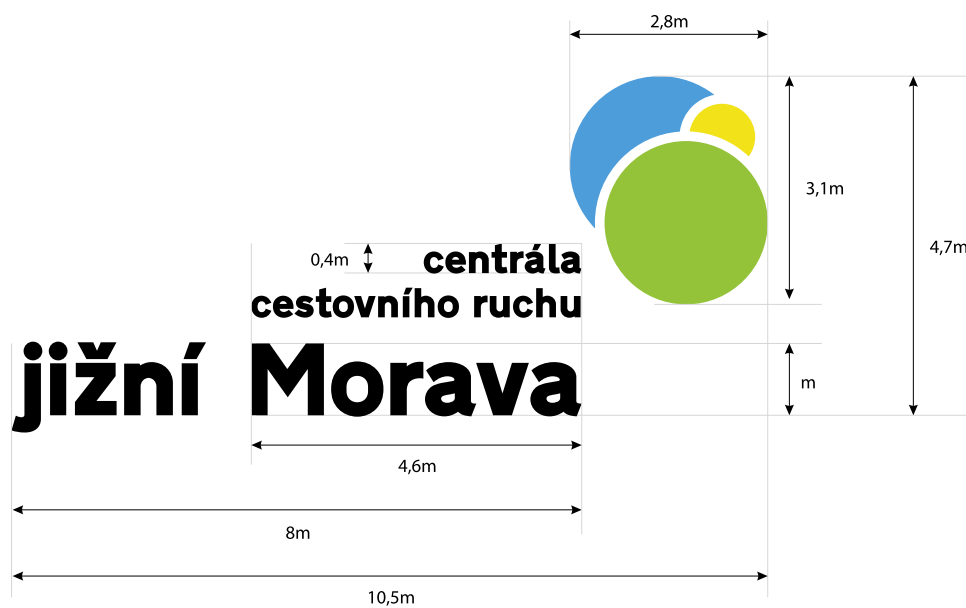
ochranná zóna značky
je dána 1,5 násobkem výšky písmene M



rozkres značky v konstrukční síti



velikost a proporce značky
jsou kodifikovány jednotkou m, která je dána výškou písmene M



definice barev



Pantone 2995
CMYK 90/11/0/0
folie ORACAL 641 053
RGB 0/166/222



Pantone 109
CMYK 0/10/100/0
folie ORACAL 641 022
RGB 247/212/23



Pantone 376
CMYK 50/0/100/0
folie ORACAL 641 063
RGB 125/186/0



Pantone Process black
CMYK 0/0/0/100
folie ORACAL 641 070
RGB 0/0/0

pro provedení ve stupních šedé



50 %



30 %



70 %



100 %

základní písmo – Traffic Type Spain

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
&@.,:!?,,“-’%/'^

doplňkové písmo písmo pro použití v kancelářských aplikacích – Verdana

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
&@.,:!?,,“-’%/'^

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
&@.,:!?,,“-’%/'^

aplikace značky na vizitkách o rozměrech 90x55 mm



aplikace značky na hlavičkovém papíru (zmenšeno na 70 %)



aplikace značky na poštovních obálkách (zmenšeno na 70 %)



anglická mutace značky



německá mutace značky



francouzská mutace značky



ruská mutace značky



italská mutace značky



italská mutace značky



ČÁST II. - OBCHODNÍ PODMÍNKY

*Tyto obchodní podmínky je dodavatel povinen zpracovat do návrhu na uzavření smlouvy předkládaného jako součást nabídky 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 vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava jejich vizuálních stylů

kterou podle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, uzavřely níže uvedeného data, měsíce a roku tyto smluvní strany

1. Jihomoravský kraj

Zastoupený: JUDr. Bohumilem Šimkem
Sídlo: Žerotínovo nám. 449/3, 601 82 Brno
IČ: 70888337
DIČ: CZ70888337

Kontaktní osoba ve věcech smluvních: Mgr. Petra Kovářová, vedoucí odboru kancelář hejtmána Krajského úřadu Jihomoravského kraje
Telefon: +420 541 651 540
E-mail: kovarova.petra@kr-jihomoravsky.cz

Kontaktní osoba ve věcech technických: 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:

Bankovní spojení:

Číslo účtu:

(dále jen „Poskytovatel“)

Pokyny pro účastníky: Při zpracování návrhu na uzavření smlouvy jako součásti nabídky na veřejnou zakázku doplní účastníci požadované údaje. Údaje týkající se jiné právní formy nebudou v nabídce obsaženy.

Článek I.

Účel a předmět smlouvy

1. Účelem této smlouvy je realizace veřejné zakázky **“Vytvoření nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava a jejich vizuálních stylů”** (dale jen “veřejná zakázka”), a to formou jednotlivých objednávek týkajících se vytvoření nové vizuální identity Jihomoravského kraje.
2. Předmětem této smlouvy je vymezení podmínek týkajících se poskytování komplexních služeb při tvorbě nové vizuální identity Jihomoravského kraje, včetně nového logotypu, a průběžného poskytování komplexních služeb při tvorbě kreativních a komunikačních strategií, tj. průběžné poskytování jednorázových či opakujících se služeb při rozpracování nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava, a to zejména v následujících oblastech:
 - a) **Návrh a tvorba nové značky Jihomoravského kraje a destinační značky Jižní Morava jejich vizuálních stylů**
Nové zpracování značky Jihomoravského kraje a destinační značky regionu z nich vyplývající nové vizuální identity Jihomoravského kraje. Průběžné práce na kreativních strategiích a dodávka průběžných grafických služeb v návaznosti na zadání ve formě clientského briefu, stanovení strategie a formulace obsahu reklamního sdělení, tj. kompletní copywriting (headline, bodycopy, atd.).
 - b) **Konzultace v otázkách strategického rozvoje značek**
Komplexní služby (podrobně dle odst. 2 písm. c) až e) článku I. této smlouvy) s přihlédnutím zejména ke strategickému řízení nové značky Jihomoravského kraje. Konzultace v oblasti branding.
 - c) **Zajištění grafických prací**
Zajištění kompletního grafického zpracování, tvorby a úprav klíčových vizuálů pro jednotlivá témata a potřeby Objednatele do požadovaných formátů dle konkrétní potřeby Objednatele.
 - d) **Návrh a tvorba komunikačních a mediálních strategií pro integrované marketingové kampaně v České republice a zahraničí**

Mediální plánování komunikační kampaně a tvorba mediální strategie, určení prvků komunikačního mixu, včetně přípravy konkrétních mediaplánů a návrhů monitoringu a hodnocení efektivity těchto kampaní dle konkrétního zadání Objednatele.

e) **Návrh konceptu reklamních spotů a odborný dohled nad produkcí**

Návrh a tvorba scénářů, storyboardů, animatiků, popř. tvorba technických scénářů, doporučení vhodných lokací, odborný dohled nad natočením a výrobou spotů, tak aby výsledná díla byla v souladu s navrženým konceptem a odpovídala nastavené tonalitě.

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 smlouvy (např. digitální služby, tiskářské služby, audio-video služby), a to v souladu s požadavky Objednatele ve smyslu úspěšného naplnění cílů veřejné zakázky.

(dále společně jen „Služby“)

3. Služby budou poskytovány na základě jednotlivých objednávek dle této smlouvy (dále jen „objednávky“). Obdržením objednávky se Poskytovatel zavazuje poskytnout Objednateli plnění dle této smlouvy a Objednatel se zavazuje 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. 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 Objednatelem, 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 a převzetí nebo 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, rozpad 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, přičemž evidovanou a účtovanou časovou jednotkou je každá započatá hodina 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 (zejména zpracování návrhů dle čl. I. této smlouvy), bude jeho akceptace provedena následujícím postupem:
 - a) Poskytovatel se zavazuje předat výstup Objednateli k akceptaci tak, aby byla dodržena lhůta stanovená objednávkou 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.
 - c) Vznese-li Objednatel výhrady nebo připomínky k výstupu, zavazuje se Poskytovatel v přiměřené lhůtě stanovené Objednatelem, nejpozději však do deseti 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.

- 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, a to 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 Objednatelům 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, bude jeho akceptace provedena následujícím postupem:
- 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 čl. IV. odst. 3. 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 základní doklady (konečnou verzi, předtisky, atd.) 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.
3. Dnem podpisu, 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 Objednatel v okamžiku jejich převzetí od Poskytovatele, pokud nebude smluvními stranami stanoveno jinak. Ve stejný okamžik přechází na Objednatel 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 Objednatel, je Poskytovatel povinen tyto věci opatrovat 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, musejí být do předání jejich hmotně zachyceného výsledku Objednateli doposud nezveřejněny (nezpřístupněny veřejnosti), nedohodnou-li se smluvní 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 ve výši stanovené v příloze č. 1 této smlouvy – Tabulka jednotkových cen (dále jen „Odměna“). Výše Odměny bude určena podle rozsahu jednotkových cen za poskytnuté Služby a ceny dle rozpočtu, stanovené v příloze č. 1 této smlouvy. Daň z přidané hodnoty bude účtována v zákonné výši.
2. Další práce bude Objednatel řešit formou dílčích objednávek na základě dílčích dodávek a plnění, přičemž Poskytovatel bude ve svých nabídkách vycházet z hodinových sazeb v příloze č.1 této smlouvy.
3. Celková cena plnění dle této smlouvy nepřekročí částku 1.900.000,- Kč bez DPH.
4. Odměna bude Poskytovatelem Objednateli vyúčtována a předložena daňovým dokladem - fakturou k proplacení. Přílohou faktury bude Soupis služeb, písemně potvrzený Objednatelem.
5. Odměna bude Poskytovatelem účtována vždy po řádném a úplném ukončení realizaci 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 Objednatelem.
6. Sjednaná lhůta pro placení 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 Objednatelem. 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.
8. Celkovou výši odměny dle čl. VI. odst. 3 této smlouvy je možné během platnosti této smlouvy překročit pouze v souvislosti se změnou daňových předpisů týkajících se DPH, a to nejvýše o částku odpovídající této legislativní změně. Změnu Odměny bude Poskytovatel povinen písemně oznámit Objednateli a důvod změny doložit. Objednatel nepřipouští žádné jiné podmínky, za nichž by mohlo dojít k překročení Odměny.

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 vyvíjet soustavnou činnost k získání pro Objednatele výhodnějších cenových podmínek, než které jsou uvedeny 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 Objednatele.
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 jejím jednáním na základě takových pokynů Objednatele.
8. Poskytovatel se zavazuje po dobu realizace jednotlivé Služby umožnit Objednateli průběžnou kontrolu jejího 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 její 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 případným 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 Objednatel, je Objednatel oprávněn zajistit provedení těchto činností v nezbytném rozsahu jiným způsobem nebo prostřednictvím třetí osoby, a to na náklady Poskytovatele. Případný nárok Objednatel 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 jí poskytované dle této smlouvy v žádném případě neporuší platné 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 škody 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 jejich 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 Objednatel 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 výhradně osobami specifikovanými v příloze č. 2 této smlouvy, 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 takovém posouzení kvalifikace Objednatel. 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, reklamy, 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 užít takovéto 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 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 sama vázána. 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 stanoveno zákonem nebo pravomocným rozhodnutím soudního nebo správního orgánu.
4. Povinnost mlčenlivosti ve shora uvedeném rozsahu platí dále ještě dva roky 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 na dobu dvou let ode dne účinnosti smlouvy, 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 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 Poskytovateli 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. Poskytovatel bere dále výslovně na vědomí, že Poskytovatel není po dobu trvání smlouvy oprávněn převést svá práva a povinnosti vyplývající z této smlouvy na třetí osobu.

Článek XII. Smluvní pokuta

1. V případě prodloužení 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 prodloužení.
2. Pro případ porušení jakékoliv smluvní povinnosti uvedené v odst. 7, 13 a 19 článku VII. této smlouvy Poskytovatelem se sjednává smluvní pokuta ve výši 10.000,- Kč za každé jednotlivé porušení, a to i v případě, když 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 se sjednává smluvní pokuta ve výši 25.000,- Kč za každé jednotlivé porušení, a to i v případě, když 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 škody či nárok na odstoupení od smlouvy.
7. Pro případ prodloužení Objednatele se zaplacením ceny za dílčí plnění poskytnuté Poskytovatelem sjednávají smluvní strany úrok z prodloužení 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, zaslaného 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 podpisu obou smluvních stran 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 jedno z výše uvedených ustanovení zcela nebo zčásti právně neúčinné, zůstává tím nedotčena právní účinnost ostatních ustanovení.
5. V případě sporu vzniknuvšího na základě této smlouvy se smluvní strany dohodly spory 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 nabídky 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 návrhu smlouvy jako součásti nabídky na veřejnou zakázku nacení účastníci všechny služby uvedené v příloze č. 2 části I. 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 části I. zadávací dokumentace - “Tabulka pro stanovení nabídkové ceny”.

Příloha č. 2 smlouvy - „Realizační tým”

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

Pozice v realizačním týmu	Jméno a příjmení	Telefon, e-mail
Account Manager		
Creative Director		
Art Director/Graphic Designer		
DTP operátor		
Copywriter		
Production manager		

Konec části II. – Obchodní podmínky

Konec zadávací dokumentace

V Brně dne 15. 5. 2018

otisk razítka

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