

Hlavní město Praha
RADA HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY

U S N E S E N Í

Rady hlavního města Prahy

číslo 1621
ze dne 20.7.2026

k návrhu na úpravu rozpočtu vlastního hl.m. Prahy v kap. 06 a k návrhu Smlouvy o zajištění marketingové kampaně Frankfurt 2026 - Praha literární na podporu příjezdového cestovního ruchu v hl.m. Praze

Rada hlavního města Prahy

I. s c h v a l u j e

1. úpravu rozpočtu vlastního hlavního města Prahy na rok 2026 dle přílohy č. 1 tohoto usnesení
2. Smlouvu o zajištění marketingové kampaně Frankfurt 2026 - Praha literární na podporu příjezdového cestovního ruchu v hl.m. Praze dle přílohy č. 2 tohoto usnesení

II. u k l á d á

1. MHMP - ROZ MHMP

1. realizovat rozpočtové opatření dle bodu I.1. tohoto usnesení

Termín: 23.7.2026

2. MHMP - KUC MHMP

1. uzavřít smlouvu dle bodu I.2. tohoto usnesení

Termín: 31.7.2026

doc. MUDr. Bohuslav Svoboda, CSc. v. r.
primátor hl.m. Prahy

Mgr. Ing. Jaromír Beránek v. r.
I. náměstek primátora hl.m. Prahy

Předkladatel: radní Ing. Tomáš Slabihoudek

Tisk: R-59142

Provede: MHMP - ROZ MHMP, MHMP - KUC MHMP

Na vědomí: odborům MHMP

Úprava rozpočtu vlastního hlavního města Prahy

II. Úprava rozpočtu výdajů včetně tř. 8 - financování (strana DAL)								
Úprava rozpočtu běžných výdajů - mimo pol. 5347								
Odbor/Organizace	Číslo akce/ORG	Účel / Název akce	ODPA	UZ	PJ	NÁSTROJ	ORJ	Úprava rozpočtu (v tis. Kč)
KUC MHMP	0096210000000	Podpora cestovního ruchu	2143	000	0	0	0662	-2 500,0
KUC MHMP	0096207000000	Běžné výdaje - cestovní ruch	2143	000	0	0	0662	2 500,0
		C e l k e m						0,0

**Smlouva o zajištění marketingové kampaně Frankfurt 2026 – Praha literární na
podporu příjezdového cestovního ruchu v hl. m. Praze**

č. DIL/ XX/XX/XXXXXX/2026

uzavřená podle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb.,
občanský zákoník, v platném znění

mezi

Hlavní město Praha

se sídlem: Mariánské nám. 2, 110 00 Praha 1 — Staré Město
IČO: 00064581
DIČ: CZ00064581
zastoupené: MgA. Jiřím Sulženkem, Ph.D., ředitelem odboru kultury a cestovního ruchu
bankovní spojení: 27-5157998/0600
ID DS: 48ia97h

(dále jen „**Objednatel**“)

a

Prague City Tourism a.s.

zapsaná u Městského soudu v Praze dne 25.7.2018 pod sp. zn. B 23670
se sídlem: Žatecká 110/2, 110 00 Praha 1 — Staré Město
IČO: 07312890
DIČ: CZ07312890
zastoupená: *****, předsedou představenstva,
*****, místopředsedkyní představenstva
bankovní spojení: PPF Banka., číslo účtu: 2030690005/6000
ID DS: 27xc56a

(dále jen „**Poskytovatel**“)

Objednatel a Poskytovatel dále společně též „**Smluvní strany**“

Preamble

Poskytovatel prohlašuje, že splňuje podmínky vertikální spolupráce dle § 11 Zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek v platném znění, kde je stanoveno, že za zadání veřejné zakázky se nepovažuje uzavření smlouvy, kterou uzavírá veřejný zadavatel s jinou právnickou osobou jako poskytovatelem, pokud:

- a) ovládá tuto osobu obdobně jako své vnitřní organizační jednotky,
- b) v takto ovládané osobě nemá majetkovou účast jiná osoba než ovládající veřejný zadavatel
- c) více než 80 % celkové činnosti takto ovládané osoby je prováděno při plnění úkolů, které jí byly svěřeny ovládajícím veřejným zadavatelem.

Poskytovatel v této souvislosti prohlašuje, že bude dlouhodobě vyvíjet svou činnost tak, aby byly permanentně splněny podmínky vertikální spolupráce dle současných právních předpisů, a dojde-li v průběhu trvání Smlouvy ke změně relevantní právní úpravy, tak i dle právních předpisů budoucích, a to po celou dobu trvání tohoto závazku.

Vzhledem ke skutečnosti, že Poskytovatel je oficiální organizací destinačního managementu Objednatele, kdy Objednatel splňuje výše uvedené podmínky a kdy Smluvní strany mají zájem na realizaci marketingových kampaní, které mají za cíl zvýšit příjmy hlavního města z incomingového turismu; tj. zejména zvýšit počet bonitních příjíždějících turistů a zvýšit průměrné výdaje zahraničních turistů na osobu a den; sjednávají Smluvní strany tuto smlouvu o zajištění marketingových kampaní (dále jen „**Smlouva**“)

1. Rozsah předmětu plnění

- 1.1. Poskytovatel se zavazuje v souladu se Strategií příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy 2024 – 2027 realizovat pro Objednatele kampaň „Frankfurt 2026 – Praha literární“ na podporu prezentace Prahy jako UNESCO města literatury u příležitosti mezinárodního knižního veletrhu ve Frankfurtu nad Mohanem (dále jen „Kampaň“) za podmínek stanovených Smlouvou, kdy přesný obsah a rozsah Kampaně je popsán v Příloze č. 1 ke Smlouvě, a závazek Objednatele zaplatit za řádně a v souladu s touto Smlouvou realizovanou Kampaň cenu sjednanou ve Smlouvě.
- 1.2. Obsahová specifikace Kampaně, její rozsah, načasování, alokace finančních prostředků a mediální pokrytí je specifikováno v Příloze č. 1 Smlouvy. Poskytovatel si vyhrazuje možnost operativně upravit obsah Kampaně stejně jako využitá média z důvodu změny situace na trhu v průběhu realizace Kampaně. V případě, že dojde ke změně v obsahu Kampaně oproti Příloze č. 1, je Poskytovatel povinen vyžádat si písemný souhlas Objednatele. Za písemnou formu se považuje i zaslání prostřednictvím datových schránek Smluvních stran i prostřednictvím elektronické pošty s využitím kontaktních adres uvedených v čl. 6, odst. 6.1. Smlouvy. Nevylučuje-li se Objednatel k navrhované změně obsahu Kampaně do 10 pracovních dnů od doručení příslušné žádosti o souhlas, má se za to, že změna je ze strany Objednatele schválena.

2. Cena za poskytnuté plnění/platební podmínky

- 2.1. Objednatel se zavazuje uhradit Poskytovateli za veškerá plnění dle Smlouvy, tj. za řádnou realizaci Kampaně v rozsahu sjednaném ve Smlouvě, čl. 2, odst. 1.1. cenu až do výše **2.500.000, - Kč** (slovy: dva miliony pět set tisíc korun českých) **včetně DPH** (dále jen „Cena“), s tím, že tuto část Ceny tvoří reálné náklady na realizaci Kampaně a nákup médií až do výše 2.250.000, - Kč včetně DPH a kompenzace nákladů za management této Kampaně až do výše 250.000, - Kč včetně DPH.
- 2.2. Cena Kampaně tak, jak je uvedena v odst. 2.1. je nepřekročitelná s tím, že kompenzace nákladů za management Kampaně nesmí překročit 10 % z Ceny uhrazené Objednatelem Poskytovateli za řádně

realizovanou Kampaně v souladu se Smlouvou. Cena za realizaci Kampaně bude odpovídat reálným nákladům doloženým Poskytovatelem dle odst. 3.2. Smlouvy.

- 2.3. Cena bude Poskytovateli uhrazena ve dvou splátkách. První část Ceny ve výši 50 % maximální Ceny Kampaně bude Poskytovateli uhrazena na základě daňového dokladu vystaveného Poskytovatelem. Příslušný daňový doklad může být Poskytovatelem vystaven po nabytí účinnosti Smlouvy a jeho splatnost bude minimálně 21 dnů.
- 2.4. Druhá část Ceny Kampaně bude Poskytovateli uhrazena na základě daňového dokladu vystaveného Poskytovatelem, a to po řádném ukončení a vyúčtování Kampaně dle odst. 3.2. této smlouvy. Daňový doklad může být Poskytovatelem vystaven po schválení vyúčtování dle odst. 3.2. Objednatelem a jeho splatnost bude minimálně 21 dnů.
- 2.5. Daňové doklady budou ve smyslu § 28 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, v platném znění, vystaveny v písemné formě a musí obsahovat všechny náležitosti daňového dokladu, zejména pak správné označení povinné a oprávněné smluvní strany, adresu, sídlo, DIČ, číslo dokladu, den vystavení a den splatnosti, den zdanitelného plnění, označení peněžního ústavu a číslo účtu, na který se má plnit, konstantní a variabilní symbol, účtovanou částku, DPH, účtovanou částku včetně DPH, obsah účetního případu (uvedení účtovaných služeb), odkaz na Smlouvu a razítko a podpis osoby oprávněné k vystavení daňového dokladu.
- 2.6. Smluvní strany sjednávají splatnost daňového dokladu na minimálně 21 dnů od doručení příslušného daňového dokladu.
- 2.7. V případě, že daňový doklad nebude obsahovat veškeré výše uvedené náležitosti, je Objednatel oprávněn ho vrátit ve lhůtě splatnosti k vystavení nového daňového dokladu se všemi formálními i obsahovými náležitostmi. Od okamžiku doručení tohoto nového dokladu běží znovu lhůta splatnosti od počátku.

3. Povinnosti smluvních stran

- 3.1. Smluvní strany se zavazují ke vzájemné spolupráci a koordinaci vzájemné činnosti pro splnění a naplnění všech organizačních, funkčních, personálních a zákonných požadavků Kampaně. Dojde-li k neshodě Smluvních stran v jakékoli záležitosti týkající se probíhající Kampaně, sjednávají Smluvní strany právo Objednatele udělit Poskytovateli v dané sporné záležitosti odpovídající pokyn v režimu této smlouvy. Bude-li tento zřejmě nesprávný, Poskytovatel na to Objednatele upozorní a daný pokyn splní pouze v případě, že na jeho splnění Objednatel bude trvat. Poskytovatel je oprávněn odmítnout plnění jen, jestli by bylo v rozporu se smlouvou nebo se zákonem.
- 3.2. Poskytovatel se zavazuje v termínu dohodnutém s Objednatelem, nejpozději však do 30 dnů po ukončení Kampaně předat Objednateli zprávu o realizaci Kampaně a její vyhodnocení (dále jen „zpráva“). Zpráva bude obsahovat minimálně přehledné vyúčtování Kampaně, tj. a) přehled nákladů za realizaci Kampaně podle jednotlivých položek (přílohou zprávy bude soupis jednotlivých dodavatelských faktur s uvedením č. dokladu, data vystavení, názvu a IČO dodavatele, specifikace fakturovaných služeb, fakturované částky bez a včetně DPH) a data proplacení Poskytovatelem, včetně doložení personálních nákladů Poskytovatele, b) přehled nákladů za nákup médií (přílohou zprávy budou dodavatelské faktury za nákup médií, případně doplněné o výpis z příslušného online systému v případě, že vzhledem k charakteru poskytnuté služby nejsou údaje uvedené na faktuře vypovídající, a doklady o jejich úhradě) a c) výši nákladů za management kampaně, a dále harmonogram realizace, vybrané cílové skupiny, cílové trhy, přesný přehled realizovaných press tripů včetně programu a složení účastníků, přehled konkrétní podpory eventů, využití mediatypy a

jejich kreativní obsah, podrobnou specifikaci cílů Kampaně uvedenou v této Smlouvě a jejich srovnání s reálnými výstupy a veškerá další relevantní data, informace a statistiky vztahující se k realizaci Kampaně.

- 3.3. Poskytovatel se zavazuje kdykoliv během realizace Kampaně poskytnout Objednateli na jeho žádost informace o realizaci Kampaně formou písemné nebo osobní prezentace.
- 3.4. Poskytovatel prohlašuje, že je držitelem práv k užití veškerých autorských děl, která budou v rámci Kampaně užitá.
- 3.5. Poskytovatel se zavazuje využít při realizaci Kampaně pouze dostatečně odborně zdatné a zkušené zaměstnance/spolupracovníky.
- 3.6. Smluvní strany se dohodly, že budou koordinovat mediální a veřejné výstupy vztahující se ke spolupráci na základě této Smlouvy.
- 3.7. Poskytovatel se zavazuje, že při plnění předmětu plnění této Smlouvy i jeho částí, bude jakožto veřejný zadavatel postupovat v souladu se Zákonem č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, v platném znění.
- 3.8. Poskytovatel se zavazuje realizovat předmět plnění Smlouvy jako celku.
- 3.9. Smluvní strany se zavazují, že budou dodržovat veškeré obecně závazné právní předpisy vztahující se ke Kampani.

4. Důvěrnost informací

- 4.1. Za důvěrné se ve vztahu ke Smlouvě a ke Kampani považují veškeré informace jakéhokoli druhu, zejména pak provozní, ekonomické a technické povahy, které jedna Smluvní strana poskytne druhé Smluvní straně písemně či jiným způsobem na jakémkoli přenosovém médiu tedy zejména nicméně ne výlučně data, plány, propisy, specifikace, výpočty, know-how, metody a/nebo návrhy.
- 4.2. Poskytnutí důvěrných informací kteroukoli ze smluvních stran slouží pouze pro účely podpoření druhé smluvní strany v plnění Smlouvy. Smluvní strany se zavazují držet v tajnosti veškeré důvěrné informace, které získají nebo se je dozvědí při uzavření a plnění této Smlouvy. Tato povinnost platí po dobu účinnosti této Smlouvy a po dobu 10 let od ukončení její účinnosti.
- 4.3. Povinnost dle předchozích odstavců se nevztahuje na důvěrné informace, které
 - a) byly povinné Smluvní straně prokazatelně známy v době uzavření Smlouvy nebo se je dozvěděla později od třetí osoby bez porušení dohody a/nebo jiného ujednání o zachování důvěrnosti, právních předpisů či nařízení státních orgánů;
 - b) jsou veřejně známy v době uzavření Smlouvy nebo se stanou veřejně známými později, a to jinak než porušením Smlouvy a/nebo jiného ujednání o zachování důvěrnosti, právních předpisů či nařízení státních orgánů;
 - c) musejí být poskytnuty na základě zákonných povinností nebo povinností stanovených orgány státní správy. Pokud je to povoleno a možno, povinná smluvní strana uvědomí druhou Smluvní stranu předem a poskytne ji příležitost učinit kroky proti povinnosti poskytnutí.
- 4.4. Smluvní strany jsou oprávněny zpřístupnit důvěrné informace pouze osobám, které se přímo podílejí na plnění Smlouvy a které k tomuto účelu potřebují Důvěrné informace znát. Smluvní strany zpřístupní důvěrné informace těmto osobám pouze poté, co se i ony zaváží k zachování náležité důvěrnosti.

5. Trvání smlouvy

- 5.1. Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do 10. 12. 2026. Smlouva nabývá platnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), v platném znění (dále jen „ZRS“)

6. Kontaktní osoby

- 6.1. Smluvní strany sjednávají níže uvedené osoby jako kontaktní ve veškerých záležitostech souvisejících se Smlouvou:

za Objednatele:

Jméno:

Email:

Tel:

za Poskytovatele:

Jméno:

Email:

Tel:

7. Smluvní sankce

- 7.1. Při prodlení Dodavatele s předáním předmětu plnění dle odst. 3.2. Smlouvy je Objednatel oprávněn účtovat Dodavateli smluvní pokutu ve výši 0,5% z finální ceny předmětné části předmětu plnění včetně DPH za každý započatý kalendářní den prodlení až do řádného splnění této povinnosti.
- 7.2. Dodavatel je povinen smluvní pokutu uhradit na výzvu Objednatele do 5 pracovních dnů od jejího doručení.
- 7.3. Po nesplnění povinnosti k úhradě dle odst. 7.2. je Objednatel oprávněn započíst si jednostranně vzniklou smluvní pokutu oproti odměně za provedení předmětu plnění.
- 7.4. Zaplacením smluvních pokut dle této Smlouvy není dotčeno právo Objednatele na náhradu škody v části převyšující již uhrazenou smluvní pokutu.

8. Společná a závěrečná ustanovení

- 8.1. Smlouva je sepsána ve třech vyhotoveních, z nichž Objednatel obdrží dvě vyhotovení a Poskytovatel jedno vyhotovení. Nedílnou součástí Smlouvy je její Příloha č. 1 — Návrh alokace finančních prostředků a obsah kampaně Frankfurt 2026 – Praha literární
- 8.2. Smlouvu je možno měnit pouze písemnou formou na základě vzestupně číslovaných dodatků.
- 8.3. V souladu s ustanovením § 43 odst. 1 zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, v platném znění, tímto Objednatel potvrzuje, že uzavření Smlouvy schválila Rada hlavního města Prahy usnesením č. [] ze dne []
- 8.4. Práva a povinnosti Smlouvou výslovně neupravené se řídí příslušnými právními předpisy právního řádu České republiky, zejména zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „občanský zákoník“).

- 8.5. Poskytovatel bere na vědomí, že Objednatel je povinen na dotaz třetí osoby poskytovat informace v souladu se zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, a souhlasí s tím, aby veškeré informace obsažené v této objednávce byly v souladu s citovaným zákonem poskytnuty třetím osobám, pokud o ně požádají.
- 8.6. Pokud se kterékoliv ujednání obsažené ve Smlouvě ukáže být neplatným, neúčinným či nevymahatelným, nemá tato skutečnost vliv na platnost, účinnost a vymahatelnost ostatních ujednání. Smluvní strany se zavazují nahradit takové neplatné, neúčinné či nevymahatelné ujednání ujednáním platným, účinným a vymahatelným, které se svým obsahem bude co nejvíce blížit účelu Smlouvy.
- 8.7. Smluvní strany výslovně souhlasí s tím, aby Smlouva byla uvedena v Centrální evidenci smluv („CES“) vedené Objednatelem, která je veřejně přístupná a která obsahuje údaje o Smluvních stranách, předmět Smlouvy, číselné označení Smlouvy, datum jejího podpisu a text Smlouvy.
- 8.8. Dodavatel není oprávněn postoupit jakékoliv své pohledávky z této objednávky na třetí osobu bez předchozího písemného souhlasu Objednatele, a to ani částečně.
- 8.9. Smluvní strany se zavazují vyvinout maximální úsilí k odstranění vzájemných sporů vzniklých na základě Smlouvy nebo v souvislosti s ní nejprve smírně prostřednictvím jednání oprávněných osob nebo pověřených zástupců. Tím není dotčeno právo Smluvních stran obrátit se na příslušný soud.
- 8.10. Poskytovatel se zavazuje k poskytnutí součinnosti jako osoba povinná spolupůsobit při výkonu finanční kontroly dle § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), v platném znění, a dle zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole, v platném znění, a to i po zániku této smlouvy, bez nároku na jakoukoliv odměnu či náhradu. Poskytovatel je povinen poskytnout kontrolním orgánům veškerou nutnou součinnost a po dobu 10 let od zániku této smlouvy uchovávat veškerou související dokumentaci. K součinnosti minimálně ve stejném rozsahu je Poskytovatel povinen smluvně zavázat všechny své případné poddodavatele.
- 8.11. Veškerá práva a povinnosti vyplývající ze Smlouvy přecházejí, pokud to povaha těchto práv a povinností nevyklučuje, na právní nástupce Smluvních stran. Poskytovatel není oprávněn postoupit jakákoliv práva a/nebo nároky vůči Objednateli na třetí osobu bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
- 8.12. Smluvní strany výslovně sjednávají, že případné obchodní zvyklosti, týkající se plnění této Smlouvy, nemají přednost před ujednáními obsaženými ve Smlouvě, ani před ustanoveními zákona, byť by tato ustanovení neměla donucující účinky.
- 8.13. V souvislosti s aplikací ZRS na tuto Smlouvu a CES se Smluvní strany dohodly na následujícím:
- a) Smluvní strany prohlašují, že skutečnosti uvedené ve Smlouvě nepovažují za obchodní tajemství ve smyslu občanského zákoníku a udělují svolení k jejich užití a zveřejnění bez stanovení jakýchkoliv dalších podmínek.
 - b) Smluvní strany výslovně sjednávají, že uveřejnění Smlouvy v registru smluv dle ZRS zajistí Objednatel.
 - c) Objednatel splní povinnost uvedenou výše v tomto odstavci neprodleně, nejpozději do 15 dnů od uzavření Smlouvy.
- 8.14. Smluvní strany prohlašují, že si Smlouvu přečetly a že se Smlouva nepřičí dobrým mravům a neodporuje zákonu. Na důkaz toho připojují Smluvní strany své podpisy.

V Praze dne:

Za Objednatele:

podpis: _____

Jméno: **MgA. Jiří Sulženko, Ph.D.**

funkce: ředitel odboru kultury a cestovního ruchu

V Praze dne:

Za Poskytovatele:

podpis: _____

jméno: *****

funkce: předseda představenstva

Prague City Tourism a.s.

V Praze dne:

Za Poskytovatele:

podpis: _____

jméno: *****

funkce: místopředsedkyně představenstva

Prague City Tourism a.s.

Přílohy ke Smlouvě:

Návrh alokace finančních prostředků a obsah kampaně Frankfurt 2026 – Praha literární

Návrh alokace finančních prostředků a obsah kampaně Frankfurt 2026 - Praha literární

1. Cíl kampaně a cílové skupiny

1.1 Cíl kampaně

Hlavním cílem kampaně je podpořit image Prahy jako města s výjimečnou literární historií a současně využít příležitosti prezentace České republiky jako čestné země na mezinárodním knižním veletrhu ve Frankfurtu 2026. Kampaň oslovuje kultivované a kulturně orientované návštěvníky Frankfurtského veletrhu. A dále si klade za cíl posílit vnímání Prahy jako kreativního města literatury UNESCO a jako inspirativního místa pro milovníky knih, kultury a autentických zážitků.

1.2 Cílové skupiny

Kampaň primárně cílí na návštěvníky mezinárodního knižního veletrhu ve Frankfurtu a obyvatele německého trhu, u kterých se předpokládá hluboký zájem o literaturu, historii a kulturu. Jde především o kultivované, bonitní cestovatele, kteří vyhledávají hlubší, autentické poznání destinace a přirozeně tak souzní s hodnotami udržitelného cestovního ruchu.

2. Příprava a realizace kampaně

2.1. Kreativní koncept a klíčový vizuál

Příprava kreativního konceptu kampaně byla zahájena již v roce 2025 na základě smlouvy č. DIL/62/03/012906/2025 ze dne 21. 3. 2025, v jejímž rámci byl kreativní koncept komplexně navržen a realizován, včetně produkce spotu. V rámci kampaně Frankfurt 2026 tak dochází k aplikaci již navrženého a zprodukovaného konceptu. Kreativní koncept kampaně je postaven na myšlence, že Praha je městem, které lze nejen navštívit, ale také číst. Propojuje genia loci Prahy s jejím bohatým literárním odkazem a ustupuje od prvoplánových turistických klišé k sofistikovanému zobrazení metropole. Klíčový vizuál pracuje s motivem Prahy jako „živé knihy“ plné vrstevnatých příběhů, které zvou k objevování. Vizuální zpracování sází na prémiovou estetiku, čistou typografii a vysokou úroveň umělecké fotografie či videa, aby na první pohled komunikovalo exkluzivitu destinace a podtrhlo její status kreativního města literatury UNESCO. Celkový vizuální jazyk je koncipován tak, aby přirozeně rezonoval s náročným vkusem kulturně orientovaného publika frankfurtského knižního veletrhu a motivoval jej k návštěvě Prahy. Hlavní claim kampaně je: Čtete v Praze jako v knize a objevujte příběhy ze slavných knih na prague.eu, včetně jeho variant a období, které se budou odvíjet podle konkrétního komunikačního kanálu a použitého formátu.

2.2. Harmonogram kampaně

Harmonogram kampaně je nastaven tak, aby na sebe jednotlivé aktivity plynule navazovaly a vrcholily v době konání mezinárodního knižního veletrhu ve Frankfurtu nad Mohanem (7. až 11. října 2026).

Červenec – září	nákup a rezervace reklamních ploch
	adaptace klíčových vizuálů pro jednotlivé formáty kampaně
říjen	fyzické nasazení OOH kampaně
	spuštění online kampaně

2.3. Média kampaně

Předmětem plnění jsou následující plánované aktivity a formáty:

2.3.1 OOH reklama

Inzerce v OOH včetně kreativy, copywritingu, překladů, produkce a nákupu. Rozsah bude přizpůsoben rozpočtu a dostupnosti ploch, zejména usilujeme o realizaci kampaně na níže uvedených plochách. V případě, že se některou z těchto forem komunikace nepodaří v rámci této Kampaně dojednat, budou plánované prostředky přeloženy na jiné aktivity Kampaně.

2.3.1.1 Brand seating area v rámci frankfurtského výstaviště

Zajištění a realizace statické velkoformátové prezentace Prahy v rámci vybrané seating area určené pro návštěvníky veletržní haly. Součástí plnění bude branding světelné stěny o rozměru 3 × 3 m prostřednictvím grafiky vycházející z klíčového vizuálu Kampaně. Tato forma prezentace zajistí doplňkovou vizuální přítomnost Prahy přímo v prostoru veletrhu a podpoří zapamatovatelnost Kampaně v místě přirozeného pohybu a odpočinku návštěvníků.

2.3.1.2 LED obrazovka v rámci frankfurtského výstaviště

Prezentace na velkoplošné venkovní LED obrazovce v areálu frankfurtského výstaviště. Předpokládá se opakované nasazení spotu v průběhu otevírací doby veletrhu tak, aby bylo dosaženo vysokého zásahu návštěvníků a kolemjdoucích v bezprostředním okolí výstaviště.

2.3.1.3 Letiště Frankfurt

Pronájem a produkce reklamních ploch (statických CLV nebo digitálních panelů) na mezinárodním letišti ve Frankfurtu nad Mohanem s prioritním zacílením na transferové uzly či příletové haly, čímž bude zajištěn prvotní kontakt s cílovou skupinou již po jejím příjezdu do destinace.

2.3.2 Online reklama

Realizace digitální kampaně v předpokládané délce trvání cca 2 - 3 týdny, časované s ohledem na zahájení a průběh Frankfurtského knižního veletrhu (21. 9. – 11. 10. 2026). Kampaň bude primárně zaměřena na budování povědomí o destinaci Praha v kontextu jejího literárního potenciálu, a to prostřednictvím kombinace bannerové a vyhledávací reklamy. Cílení kampaně bude realizováno zejména prostřednictvím geolokačních a zájmových parametrů, a to na uživatele nacházející se ve Frankfurtu nad Mohanem a jeho okolí, včetně návštěvníků Frankfurtského knižního veletrhu. Zvláštní důraz bude kladen na uživatele mobilních zařízení pohybující se v perimetru výstaviště a přilehlých lokalit, s cílem maximalizovat relevanci sdělení. Odhadovaný výkon kampaně je zajistit cca 2 000 000 zobrazení reklam a přivést na kampaňovou landing page cca 10 000 návštěvníků.

2.3.3 PR podpora a press tripy

V rámci podpory kampaně budou realizovány tematicky zaměřené press tripy pro vybrané zahraniční novináře a influencery se zájmem o literaturu a kulturní nabídku metropole. Jejich cílem bude zprostředkovat image Prahy jako Kreativního města literatury UNESCO, posílit její vnímání jako významné kulturní destinace a podpořit vznik mediálních výstupů, které doplní stávající kampaň, a to vše v souvislosti s českou účastí na Frankfurtském knižním veletrhu.

Program press tripů bude reflektovat bohatou literární tradici i současnou kulturní scénu Prahy. Zaměří se například na komentované vycházky po literárních stopách města (např. Praha Franze Kafky, Hrabalova Praha nebo Praha Dana Browna) a návštěvy významných míst spjatých s literaturou jako jsou například Muzeum

literatury, Klementinum nebo Strahovská knihovna. Součástí programu mohou být také setkání se současnými českými autory, literárními odborníky či dalšími osobnostmi kulturního života. V závislosti na termínu realizace mohou být do programu zařazeny rovněž literární festivaly, kulturní akce nebo další aktuální projekty prezentující současnou kreativní scénu města. Nedílnou součástí programu budou také gastronomické zážitky, které představí kvalitu a rozmanitost pražské restaurační scény.

Realizaci press tripů lze předpokládat v období léta a podzimu 2026. Konkrétní rozsah, složení účastníků, detailní program i očekávané mediální výstupy budou upřesněny na základě probíhajících jednání s agenturou CzechTourism a Moravskou zemskou knihovnou, která je hlavním koordinačním partnerem české účasti na Frankfurtském knižním veletrhu.

2.3.4 Presentace v prémiové publikaci MagicMag

Spolupráce na obsahové prezentaci Prahy v rámci anglickojazyčného vydání magazínu MagicMag from Prague, které vyjde v říjnu 2026 a bude slavnostně představeno a pokřtěno v rámci Frankfurtského knižního veletrhu. Obsah magazínu bude vycházet z mozaiky českých příběhů a jeho vizuální pojetí bude odpovídat prémiovému segmentu. V rámci Kampaně bude ve spolupráci s vydavatelem připraven obsah na míru, zaměřený na komunikaci výjimečnosti pražského literárního dědictví.

2.3.5 Podpora české prezentace přímo na veletrhu

Realizace podpůrných aktivit přímo na místě konání Frankfurtského knižního veletrhu, zejména v rámci Českého národního pavilonu, a to po dohodě se zástupci Moravské zemské knihovny jakožto koordinačními partnery české účasti. Cílem je posílit viditelnost hlavního města Prahy jako města literatury v kontextu oficiální prezentace České republiky, podpořit zapojení návštěvníků veletrhu a přirozeně navázat na komunikační linku kampaně „Praha literární“. Konkrétní rozsah, forma a zapojení jednotlivých aktivit budou stanoveny v návaznosti na finální podobu Českého národního pavilonu, možnosti prezentace v rámci veletrhu a dohodu s hlavními partnery projektu.

3. Rozpočet kampaně

Níže uvedený rozpočet Kampaně je indikativní, neboť není finálně známa dostupnost reklamních ploch (OOH) ani cena nákupu online mediálního prostoru, která se mění v čase a nakupuje se formou aukcí. Dále je v řešení realizace podpůrných aktivit přímo na místě konání veletrhu, ve spolupráci s Moravskou zemskou knihovnou. Poskytovatel oprávněn flexibilně distribuovat a realokovat částky mezi jednotlivými položkami rozpočtu, a to vždy při zachování celkové maximální ceny sjednané za realizaci Kampaně.

oblast	specifikace	předpokládaná alokace celkové částky na kampaň (včetně DPH)*
Média	Online kampaň	840 000 Kč
	OOH reklama	990 000 Kč
	Inzerce v MagicMag (včetně licence)	300 000 Kč
	PR podpora a press tripy	60 000 Kč
	Podpora české prezentace přímo na veletrhu	60 000 Kč
Management kampaně		250 000 Kč
Obsah	Realizace kampaně Praha literární	x
Načasování	červenec – říjen 2026	x
Alokace	2 500 000 Kč včetně DPH	2 500 000 Kč

** jedná o předpokládanou alokaci nákladů na kampaň, přesný finanční rámec vyplyne až dle jednání s jednotlivými médii a dodavateli, může tak dojít k realokaci plánovaných prostředků na jiné aktivity. V rámci alokace na média jsou v uvedených částkách zohledněny i náklady na produkční činnosti a na tvorbu obsahu pro jednotlivá média.*

Důvodová zpráva

Radě hl. m. Prahy (dále jen „RHMP“) je v příloze č. 1 k tomuto usnesení předkládán návrh na úpravu rozpočtu vlastního hl. m. Prahy (dále jen „HMP“) v kapitole 06, odboru kultury a cestovního ruchu, čerpáním podpory cestovního ruchu, ORJ 0662, ODPa 2143, ORG 0096210000000, pol. 5901 ve výši 2 500 tis. Kč za současného navýšení běžných výdajů – cestovního ruchu, kap. 06, §2143, ORJ 0662, ORG 0096207000000, pol. 5169 o stejnou částku na realizaci marketingové kampaně Frankfurt 2026 – Praha literární na podporu příjezdového cestovního ruchu v roce 2026 (dále jen „kampaň“).

Schválená částka v rozpočtu odboru KUC MHMP pro rok 2026 na podporu cestovního ruchu činí 76 500 tis. Kč, z toho 26 000 tis. Kč je určeno na pravidelné marketingové kampaně na podporu příjezdového cestovního ruchu a kampaň, která bude organizována v souvislosti s účastí HMP na mezinárodním knižním veletrhu ve Frankfurtu nad Mohanem s tím, že z této částky bude na realizaci kampaně využito 2 500 tis. Kč.

Současně s návrhem na úpravu rozpočtu vlastního HMP je RHMP předkládán ke schválení návrh Smlouvy o zajištění marketingové kampaně Frankfurt 2026 – Praha literární na podporu příjezdového cestovního ruchu v roce 2026 (dále jen „smlouva“) mezi HMP a Prague City Tourism a.s. (dále jen „PCT“), který je přílohou č. 2 k tomuto usnesení. Součástí smlouvy je příloha č. 1 Návrh alokace finančních prostředků a obsah kampaně Frankfurt 2026 – Praha literární, kde je uveden popis a výše finančních nákladů. Kampaň je připravena a bude realizována v souladu se Strategií příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy 2024 – 2027 schválené Zastupitelstvem HMP usnesením č. 15/32 ze dne 20.6.2024 (dále jen „Strategie“) a je zaměřena na podporu příjezdů kultivované a bonitní klientely do destinace Praha (dále též „Praha“), tentokrát především na podporu příjezdů literárně vzdělané klientely. Kampaň se bude zaměřovat na prezentaci Prahy jako prémiové destinace s výjimečnou literární a kulturní tradicí.

V kampani bude využit kreativní concept, který byl připraven již v průběhu roku 2025, kdy byl kreativní concept komplexně navržen a realizován včetně produkce spotu. V rámci kampaně tak dochází k aplikaci již navrženého a zprodukovaného konceptu.

PCT je oficiální organizací destinačního managementu Prahy, jejímž jediným akcionářem je HMP. PCT v souladu s podmínkami vertikální spolupráce (ve smyslu § 11 a násl. zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, v platném znění, dále jen ZZVZ) vykonává více než 80% své celkové činnosti při plnění úkolů, které mu byly svěřeny HMP na základě smlouvy č. 62/03/007715/2020 a mj. zajišťuje marketing a prezentaci Prahy v oblasti cestovního ruchu na základě Smlouvy o provádění veřejně prospěšných činností č. 62/03/007715/2020, kterou schválila RHMP usnesením č. 853 dne 4.5.2020 a která je přílohou č. 1 k důvodové zprávě, a zároveň v souladu se Strategií.

Kampaň bude probíhat od července do prosince 2026. Cena kampaně 2,5 milionu Kč včetně DPH je maximální a nepřekročitelná cena za realizace kampaně jako celku. Cena je tvořena a) náklady za samotnou realizaci kampaně dle přílohy č. 1 ke smlouvě a b) náklady, které budou kompenzovány PCT za management kampaně a které budou v maximální výši 250 tis. Kč, ale vždy do 10% celkové ceny hrazené Objednatelem za realizovanou kampaň dle odst. 2.1. a 2.2. smlouvy. Tuto cenu považuje odbor KUC MHMP za v čase a místě obvyklou. Smlouva je uzavírána na dobu určitou do 10.12.2026.

Usnesením RHMP č. 2146 ze dne 29.8.2022 byl schválen záměr systémového řešení podpory příjezdového cestovního ruchu v rámci rozpočtu vlastního HMP, a to alokací finančních prostředků z rozpočtu vlastního HMP do kapitoly 06 – podpora cestovního ruchu (ORG 0096210000000, ORJ 0662, ODPa 2143, pol. 5901) ve výši 50% z ročního příjmu vlastního HMP plynoucího z místního poplatku z pobytu (dále jen „Poplatek“), který je vybírán dle Zákona o místních poplatcích, a to počínaje

rozpočtem vlastního HMP na rok 2023. Zároveň RHMP tímto usnesením schválila koncepční mechanismus konkrétního využití prostředků z výše uvedené podpory cestovního ruchu (dále jen „Systém“), který byl vytvořen v souladu s Memorandem o vzájemné spolupráci v souvislosti s úpravou místního poplatku z pobytu v HMP (dále jen „Memorandum“). Systém předpokládá realizaci marketingových kampaní společností PCT, podporu činností propagujících HMP jako MICE destinaci (podpora kongresového turismu), podporu projektů, které mají výrazný potenciál rozvoje v oblasti příjezdového cestovního ruchu a podporu Pražského audiovizuálního nadačního fondu. Usnesení RHMP č. 2146 ze dne 29.8.2022 je přílohou č. 3 k této důvodové zprávě.

Memorandum, které je přílohou č. 2 k této důvodové zprávě, bylo schváleno usnesením RHMP č. 2581 ze dne 25.10.2021 a podepsáno dne 10.11.2021 mezi HMP, PCT a Asociací hotelů a restaurací ČR (dále jen „AHR“).

Předpokladem Memoranda byla mj. podpora AHR, jakožto jedné z hlavních zastřešujících organizací v sektoru cestovního ruchu, směrem k navýšení Poplatku z původních 21 Kč (osoba/noc) na současných 50 Kč (osoba/noc) v případě, že HMP projeví vůli investovat alespoň 50 % finančních prostředků z výběru Poplatku zpět do podpory cestovního ruchu. HMP tento závazek stvrdilo právě podpisem výše zmíněného Memoranda a schválením Systému.

Usnesením ZHMP č. 32/81 ze dne 16.12.2021 byla schválena úprava obecně závazné vyhlášky č. 18/2019 Sb., na základě které došlo k navýšení Poplatku z částky 21 Kč na částku 50 Kč na osobu a každý započatý den pobytu s výjimkou dne počátku pobytu.

Hned z několika důvodů, které jsou podrobně popsány mimo jiné ve Strategii, je zájmem HMP do budoucna usilovat o další navýšování Poplatku minimálně na úroveň až 100 Kč (osoba/den), což kopíruje právě priority Strategie, ale i současný trend u ostatních srovnatelných evropských metropolí v oblasti kultivace cestovního ruchu.

Jelikož je pro toto další navýšování Poplatku nutná změna zákona o místních poplatcích, je zcela zřejmé, že bez podpory zastřešujících sektorových organizací není možné takovou změnu na úrovni Poslanecké sněmovny ČR prosadit. Z tohoto důvodu je důležité reinvestovat finanční prostředky z vybraného Poplatku zpět do cestovního ruchu za účelem jeho kontinuálního rozvoje v souladu se zájmy HMP v této oblasti.

Souhrn příloh:

k usnesení:

1. Návrh na úpravu rozpočtu vlastního hl. m. Prahy ve vazbě na vlastní zdroje
2. Smlouva o zajištění marketingové kampaně Frankfurt 2026 - Praha literární včetně přílohy č. 1 ke smlouvě

k důvodové zprávě:

1. Smlouva o provádění veřejně prospěšných činností č. 62/03/007715/2020 schválená usnesením RHMP č. 853 ze dne 4.5.2020 a podepsaná 11.5.2020 mezi hl. m. Prahou a Prague City Tourism a.s.
2. Memorandum o vzájemné spolupráci v souvislosti s úpravou místního poplatku z pobytu v hlavním městě Praze č. INO/62/03/008988/2021 schválené usnesením RHMP č. 2581 ze dne 25.10.2021 a podepsané 10.11.2021 mezi HMP, PCT a AHR

3. Usnesení RHMP č. 2146 ze dne 29.8.2022 k návrhu na realizaci opatření k podpoře příjezdového cestovního ruchu a k návrhu na podporu kulturní a kulturně vzdělávací infrastruktury