



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Integrovaný regionální operační program IROP 2014-2020

Projekt: „Publicita a komunikace ŘO IROP 2019-2020“

Reg. č.: CZ.06.5.125/0.0/0.0/15_009/0010969

Č. j.: 2682/2017-26-40

Číslo v CES: 5781

Číslo úkolu: 3661/5169/úkoly 562, 563

Poskytovatel je plátcem DPH

SMLOUVA O REALIZACI MEDIAPLÁNU IROP (dále jen „smlouva“)

Článek I. Smluvní strany

Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj

Se sídlem: Praha 1, Staroměstské náměstí 6, PSČ 110 15

Zastoupená: Ing. Rostislavem Mazalem, ředitelem Odboru řízení operačních programů

IČO: 660 02 222

Bankovní spojení: ČNB, Praha 1, Na Příkopě 28

č. účtu: 629001/0710

(dále jen „objednatel“), na straně jedné

a

REMARK, a. s.

zaps. v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, v odd. B vl. 5258

se sídlem: **Křemencova 178, 110 00 Praha 1**

IČO: **25652869**

DIČ: **CZ25652869**

bank. spojení: [REDACTED]

zastoupen: [REDACTED] jediným členem představenstva

(dále jen „poskytovatel“), na straně druhé

Smluvní strany uzavřely dále uvedeného dne, měsíce a roku podle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, v platném znění (dále jen „občanský zákoník“), v návaznosti na výsledek zadávacího řízení k zakázce „Nákup mediálního prostoru pro kampaň IROP 2“ podle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů a za podmínek dále uvedených tuto

**smlouvu o realizaci mediaplánu IROP
(dále jen „smlouva“)**



Článek II. Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele vypracovat a realizovat řádně, včas a ve sjednané kvalitě mediaplán dále specifikovaný v čl. I., III. odst. 2 této smlouvy. Součástí realizace je nákup mediálního prostoru pro mediální kampaň objednatel v délce trvání minimálně pěti a maximálně šesti týdnů a předpokládaném termínu od 25. února 2019 do 7. dubna 2019 (pro kampaň Zateplování) a v předpokládaném termínu od 6. května 2019 do 16. června 2019 (pro kampaň Památky), a to prostřednictvím následujících médií - televizního vysílání, rozhlasového vysílání, internetové prezentace, tisku a kina. Předmětem smlouvy je rovněž závazek objednatel zaplatit poskytovateli za řádně a včas poskytnuté služby cenu sjednanou v čl. IV. odst. 1 této smlouvy.
2. Součástí předmětu plnění je vypracování mediaplánu, tedy podrobného časového plánu a realizace mediální kampaně zahrnující zejména následující činnosti:
 - a) návrhy detailních plánů mediálních aktivit pro každý typ média uvedený v odst. 1. tohoto článku pro celé období jednotlivých kampaní s jasným přehledem výkonnosti jednotlivých médií;
 - b) nákup mediálního prostoru pro zajištění mediální kampaně.
3. Cílem mediální kampaně je zajištění pozitivního povědomí široké veřejnosti o tom, že Česká republika je díky čerpání prostředků z Evropských strukturálních a investičních fondů Evropské unie příjemcem rozvojových dotací, které prostřednictvím realizovaných projektů zvyšují kvalitu života v ČR.
4. Poskytovatel se zavazuje, že mediaplán a z něj vycházející následná mediální kampaň dodrží následující strukturu:

i. Kampaň Zateplování

TV - 55 % z rozpočtu kampaně Zateplování

- 30 sec TVC – 100 % z dílčího rozpočtu TV,
 - skupiny stanic s podílem sledovanosti nad 5% (ATO 2Q 2018, 15+),
 - investice rozložená minimálně do dvou skupin stanic,
 - maximální možná odchylka podílu TRP's do jednotlivých skupin stanic je 5% oproti jejich podílu SHARE (ATO 2Q 2018, 15+) po přepočtení na 100%,
 - počet TRPs na největším TV kanálu skupiny stanic (ATO 2Q 2018, 15+), na kterém je možné vysílat reklamu min 60%,
 - počet TRPs v Prime Time min 50%,
 - minimální Reach 1+ v cílové skupině 18+ je 85%,
 - minimální počet 850 TRP's.

Rádio

- 5 % z rozpočtu kampaně Zateplování
- 30 sec rádiový spot – 100 % z dílčího rozpočtu Rádio,
- rádiové stanice s týdenní poslechovatelností alespoň 200.000 (Radioprojekt 1Q2018+2Q2018),
- celorepublikové pokrytí,
- minimální celkový počet je 200 TRPs,
- minimální podíl spotů v časovém slotu 07.00-11.00 – 30 % z celkového počtu,

Internet

- 25 % z rozpočtu kampaně Zateplování
- Videoreklama 20 sec.:
 - pre-roll videoreklama
 - investice 45% z dílčího rozpočtu Internet.
 - max. podíl investice 40% do jednoho webu



- reklama bude umístěná na webech s minimální návštěvností 600 000 reálných uživatelů měsíčně (Netmonitor, červen 2018) ¹
- minimální počet zobrazení videoreklamy je 10 000 000.
- umístění na zpravodajské weby + TV ze sekce TV, rádia (definice SPIR)²
- **Bannerová reklama:**
 - formáty Branding, Gate nebo Fireplace (především kombinace Leaderboard/Megaboard/Wideboard se Skyscraper/Sky)
 - investice 40% z dílčího rozpočtu Internet max. podíl investice 40% do jednoho webu
 - rminimální návštěvnost webů je 600 000 reálných uživatelů měsíčně (Netmonitor, červen 2018) ³
 - minimální počet zobrazení je 9 000 000
 - umístění na zpravodajské weby (definice SPIR)
- **Reklama na sociálních sítích:**
 - propagovaný příspěvek s prokliky na kampaňovou microsite
 - investice 12% z dílčího rozpočtu Internet
 - minimální počet zobrazení je 1 000 000
 - umístění na Facebook⁴
- **PPC:**
 - max. podíl investice 60 % do jednoho reklamního systému
 - investice 3% z dílčího rozpočtu Internet
 - minimální počet kliků je 15 000
 - směřování na kampaňovou microsite.

Tisk

- 10 % z rozpočtu kampaně Zateplování
 - Suplementy celostátních placených deníků
 - investice 90 % z dílčího rozpočtu Tisk
 - čtenost alespoň 355.000 čtenářů na vydání (Mediaprojekt 1Q2018+2Q2018)
 - inzertní formát Junior page CMYK uvnitř vydání,
 - max. podíl investic 40 % do jednoho titulu,
 - minimálně 100 TRPs –
- regionální krajský tisk
 - investice 10 % z dílčího rozpočtu Tisk
 - vydavatelem je Krajský úřad
 - inzertní formát 1/2 horizontálně, CMYK, uvnitř vydání,
 - minimálně 3 tituly

¹ např. <http://www.netmonitor.cz/>

² např.: <http://www.spir.cz/>

³ např. <http://www.netmonitor.cz/>

⁴ Poznámka: objednatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV



Kino

- 5% z rozpočtu kampaně Zateplování,
- sítě multikin,
- 30 sec TVC – 100% z dílčího rozpočtu Kino,
- minimální délka trvání kampaně 4 kinotýdny v rámci časového intervalu kampaně,
- minimálně 10 multikin,
- minimálně 7 krajských měst,
- minimálně 150 000 zhlédnutí diváků

ii. Kampaň Památky

- TV**
- 60 % z rozpočtu kampaně Památky
 - 30 sec TVC – 100 % z dílčího rozpočtu TV,
 - skupiny stanic s podílem sledovanosti nad 5% (ATO 2Q 2018, 15+),
 - investice rozložená minimálně do dvou skupin stanic,
 - maximální možná odchylka podílu TRP's do jednotlivých skupin stanic je 5% oproti jejich podílu SHARE (ATO 2Q 2018, 15+) po přepočtení na 100%,
 - počet TRPs na největším TV kanálu skupiny stanic (ATO 2Q 2018, 15+), na kterém je možné vysílat reklamu min 60%,
 - počet TRPs v Prime Time min 50%,
 - minimální Reach 1+ v cílové skupině 18+ je 85%. minimální celkový počet je 700 TRPs,

Rádio

- 5 % z rozpočtu kampaně Památky
- 30 sec rádiový spot – 100 % z dílčího rozpočtu Rádio,
- Rádiové stanice s týdenní poslechovostí alespoň 200.000 (Radioprojekt 1Q2018+2Q2018)⁸,
- Celorepublikové pokrytí,
- Minimální celkový počet je 180 TRPs,
- Minimální podíl spotů v časovém slotu 07.00-11.00 – 50 % z celkového počtu,

Internet

- 30 % z rozpočtu kampaně Památky
- Videoreklama 20 sec.:
 - pre-roll videoreklama
 - investice 45% z dílčího rozpočtu Internet.
 - max. podíl investice 40% do jednoho webu
 - Reklama bude umístěná na webech s minimální návštěvností webů je 600 000 reálných uživatel měsíčně (Netmonitor, červen 2018)⁹
 - minimální počet zobrazení videoreklamy je 9 000 000.
 - umístění na zpravodajské weby + TV ze sekce TV, rádia (definice SPIR).¹⁰
- Bannerová reklama:
 - formáty Branding, Gate nebo Fireplace (především kombinace Leaderboard/Megaboard/Wideboard se Skyscraper/Sky)
 - investice 40% z dílčího rozpočtu Internet
 - maximální podíl investice 40% do jednoho webu
 - minimální návštěvnost webů je 600 000 reálných uživatel měsíčně (Netmonitor, červen 2018)
 - minimální počet zobrazení je 9 000 000
 - umístění na zpravodajské weby (definice SPIR)

⁸ např. <http://www.ato.cz/>

⁹ např. <http://www.median.eu/cs/>

¹⁰ např. <http://www.median.eu/cs/>

¹¹ např. <http://www.spir.cz/>



- **Reklama na sociálních sítích:**
 - propagovaný příspěvek s prokliky na kampaňový web – Czech Tourism
 - investice 12% z dílčího rozpočtu Internet
 - minimální počet zobrazení je 900 000
 - umístění na Facebook¹¹
- **PPC:**
 - max. podíl investice 60 % do jednoho reklamního systému
 - investice 3% z dílčího rozpočtu Internet
 - minimální počet kliků je 14 000
 - směřování na kampaňový web – Czech Tourism.

Kino

- 5% z rozpočtu kampaně Zateplování,
 - síť multikin,
 - 30 sec TVC – 100% z dílčího rozpočtu Kino,
 - minimální délka trvání kampaně 4 kinotýdny v rámci časového intervalu kampaně,
 - minimálně 10 multikin,
 - minimálně 7 krajských měst,
 - minimálně 130 000 zhlédnutí diváků
5. Podklady pro mediální kampaň (tzv. kreativní řešení) dodá objednatel poskytovateli nejpozději do 5 pracovních dní po nabytí účinnosti této smlouvy.
6. Mediální investice do reklamního prostoru musí tvořit minimálně 95 % celkového rozpočtu ceny plnění stanovené v čl. IV. této smlouvy a budou rovnoměrně rozloženy do celého období kampaně.

Článek III.

Způsob a termín plnění, předání předmětu plnění

1. Poskytovatel je při plnění smlouvy povinen postupovat s odbornou péčí, podle svých nejlepších znalostí a schopností, přičemž je při své činnosti povinen chránit zájmy a dobré jméno objednatele a postupovat v souladu s jeho pokyny.
2. Mediaplán bude povinně zahrnovat alespoň následující body:
 - 1) délka, vysílací čas (čas uveřejnění) a frekvence spotu či inzerátu,
 - 2) velikost a umístění inzerátu,
 - 3) umístění videoreklamy a počet zobrazení,
 - 4) umístění PPC reklamy a počet prokliků,
 - 5) specifikace navrhovaných televizních kanálů/deníků/rádií/on line zpravodajských serverů,
 - 6) harmonogram kampaní znázorňující běh kampaní ve dnech pro každé jednotlivé medium,
 - 7) garantovaný celkový počet TRP (TRP = GRP pro cílovou skupinu) vypočtený jako průměr hodnot TRP za jednotlivá média,
 - 8) rozložení TRP na jednotlivé televizní kanály/deníky/rádia/on line zpravodajské servery,
 - 9) počet odvysílání/uveřejnění spotů/inzercí v jednotlivých televizních kanálech/denicích/on line zpravodajských serverech,
 - 10) definování role jednotlivých mediálních prostředků v čase i vůči cíli kampaně s důrazem na maximální využití synergie a dosažení efektivity mediálního mixu.



Poskytovatel se zavazuje předat objednateli mediaplán ve formě multimediálního nosiče.

3. Předmět plnění bude poskytovatelem realizován v následujících fázích a lhůtách:
 - a) poskytovatel je povinen předat objednateli detailní mediaplán ke kampani nejpozději 5 pracovních dní před zahájením každé z kampaní,
 - b) objednatel se zavazuje, že mediaplán odsouhlasí do 2 pracovních dní od dne předání mediaplánu,
 - c) poskytovatel je povinen zahájit realizaci mediální kampaně na téma Zateplování dle objednatelovým odsouhlaseného mediaplánu nejpozději k 25. únoru 2019 a ukončit její realizaci nejpozději k 7. dubnu 2019.
 - d) poskytovatel je povinen zahájit realizaci mediální kampaně na téma Památky dle objednatelovým odsouhlaseného mediaplánu nejpozději k 6. květnu 2019 a ukončit její realizaci nejpozději k 16. červnu 2019.
4. Předání a převzetí předmětu plnění dle článku II. se uskuteční v sídle objednatele, a to na základě písemných předávacích protokolů o předání a převzetí dokončených mediálních kampaní. Nedílnou přílohou posledního předávacího protokolu bude Závěrečná zpráva o realizaci mediálních kampaní (s náležitostmi dle čl. V. 3 této smlouvy). Předávací protokoly podle tohoto odstavce vypracuje poskytovatel a podepíše je kontaktní osoby obou smluvních stran.

Článek IV.

Cena předmětu plnění a platební podmínky

1. Smluvní strany se dohodly, že za předmět plnění řádně dodaný podle této smlouvy specifikovaný v článku II. objednatel zaplatí poskytovateli celkovou cenu: **32.000.000,00 Kč** bez DPH (slovy **třicetdvamilionýkorunčeských**), DPH ve výši **21%** **6.720.000,00 Kč** (slovy **šestmilionůsedmsetdvacetisíckorunčeských**). Celková cena předmětu plnění včetně DPH činí **38.720.000,00 Kč** (slovy **třicet osm milionů sedm set dvacetisíckorunčeských**) a je specifikována v příloze č. 1.
2. Poskytovatel prohlašuje, že výše sjednaná cena předmětu plnění zahrnuje veškeré náklady vzniklé v souvislosti s poskytnutím předmětu plnění a že jde o cenu nejvýše přípustnou, nepřekročitelnou a platnou po celou dobu trvání smlouvy. Uvedená cena zahrnuje také licenční odměnu.
3. Cena za předmět plnění bude zaplacená na základě faktur vystavených poskytovatelem po řádném dodání jednotlivých kampaní a jejich převzetí objednatel, což bude potvrzeno podpisem předávacího protokolu kontaktní osobou objednatele (čl. XI odst. 4 této smlouvy). Dílčí plnění na fakturách bude rozepsáno v souladu s přílohou č. 1 této smlouvy.
4. Faktura (daňový doklad - pro plátce DPH nebo účetní doklad - pro neplátce DPH) vystavená poskytovatelem musí obsahovat náležitosti stanovené právními předpisy a vyplývající z režimu spolufinancování projektu z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF). Na faktuře musí být uvedena věta „Hrazeno z IROP 2014-2020, projektu „Publicita a komunikace ŘO IROP 2019-2020“, č. CZ.06.5.125/0.0/0.0/15_009/0010969.
5. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího doručení objednateli. Faktura musí být zaslána na adresu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Odbor řízení operačních programů, Staroměstské nám. 6, Praha 1, 110 15. Na faktuře musí být podpis osoby oprávněné jednat za poskytovatele a číslo smlouvy v CES objednatele. Kopie předávacího protokolu bude přílohou faktury (daňového či účetního dokladu).
6. V případě, že faktura nebude obsahovat stanovené právními předpisy a/nebo výše uvedené náležitosti, je objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že poskytovatel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není objednatel v prodlení s úhradou faktury.



7. Předmětná faktura musí být objednateli doručena nejpozději do 15. prosince daného roku, aby mohla být proplacena v tomtéž kalendářním roce. Při pozdějším doručení bude faktura proplacena až v roce následujícím.
8. Dojde-li během plnění smlouvy ke změně sazby daně z přidané hodnoty, bude poskytovatel účtovat k ceně plnění daň podle aktuální sazby.
9. Smluvní strany se dohodly, že dlužná částka je uhrazena okamžikem jejího odepsání z účtu objednatele.
10. Smluvní strany se dohodly, že objednatel je oprávněn započíst jakoukoli svou peněžitou pohledávku za poskytovatelem oproti jakékoli peněžité pohledávce poskytovatele za objednatelem.
11. Poskytovatel je povinen přiložit k poslední faktuře Závěrečnou zprávu o realizaci mediálních kampaní dle čl. V. odst. 4 této smlouvy. Bez doložení výše uvedeného nebude faktura ze strany objednatele proplacena.
12. Objednatel nebude poskytovat poskytovateli zálohy na úhradu ceny předmětu plnění nebo její části.

Článek V. Práva a povinnosti smluvních stran

1. Poskytovatel je vázán pokyny objednatele a garantuje objednateli, že smluvené plnění bude probíhat v dohodnuté kvalitě a bez vad.
2. Objednatel je oprávněn kontrolovat poskytování služeb prostřednictvím osoby, kterou k tomu písemně určí.
3. Kontrola průběhu plnění smlouvy bude vykonávána dle potřeb objednatele. Poskytovatel se zavazuje při kontrole poskytnout objednatelům určené osobě součinnost a předkládat objednateli na jeho žádost písemné informace (včetně multimediálních nosičů) o průběhu a obsahu mediální kampaně, a to nejpozději do tří (3) pracovních dnů od doručení žádosti objednatele, která může být učiněna a doručena i prostřednictvím e-mailu.
4. Poskytovatel vyhotoví k realizovaným mediálním kampaním Závěrečnou zprávu o realizaci mediálních kampaní, která bude dokládat naplnění cílů a obsahu předmětu plnění dle této smlouvy. Přílohou Zprávy budou kopie realizovaných výstupů (popř. nosiče s kopiemi inzertních výstupů). Pro každý realizovaný inzertní výstup bude uveden zásah v cílové skupině v jednotkách TRPs doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. U internetu bude zásah doložen počtem zhlédnutí nebo počtem kliků u reklamních systémů PPC. Zpráva bude vyhotovena ve dvou (2) výtiscích, které budou podepsány oběma smluvními stranami a každá ze smluvních stran obdrží po jednom (1).
5. Poskytovatel se zavazuje během realizace předmětu plnění i po jeho předání objednateli zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatele v souvislosti s realizací předmětu plnění a které nejsou veřejně dostupné.
6. Poskytovatel je povinen uchovávat veškerou dokumentaci související s realizací projektu včetně účetních dokladů minimálně do konce roku 2028. Pokud je v českých právních předpisech stanovena lhůta delší, musí ji žadatel/příjemce použít.
7. Poskytovatel je povinen minimálně do konce roku 2028 poskytovat požadované informace a dokumentaci související s realizací projektu zaměstnancům nebo zmocněncům pověřených orgánů (CRR, MMR ČR, MF ČR, Evropské komise, Evropského účetního dvora, Nejvyššího kontrolního úřadu, příslušného orgánu finanční správy a dalších oprávněných orgánů státní správy) a je povinen vytvořit výše uvedeným osobám podmínky k provedení kontroly vztahující se k realizaci projektu a poskytnout jim při provádění kontroly součinnost.
8. Poskytovatel je povinen všechny písemné zprávy, písemné výstupy a prezentace opatřit vizuální identitou projektů dle platné verze Obecných pravidel pro žadatele a příjemce IROP. Podklady pro splnění Pravidel jsou k dispozici na stránkách zadavatele:



<http://www.irop.mmr.cz/cs/Zadatele-a-prijemci/Dokumenty/Dokumenty> v záložce Obecných pravidel pro žadatele a příjemce, v kapitole 13 aktuální verze OPŽP.

9. Poskytovatel není oprávněn postoupit práva, povinnosti a závazky smlouvy třetí osobě nebo jiným osobám bez předchozího souhlasu objednatele.
10. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli umožní přístup k aktuálním datům vyplývajícím ze smluv uzavřených se subjekty poskytujícími níže uvedený typ služeb, které poskytovateli poskytnou průběžný, přímý přístup a využívání aktuálních dat v oblastech:
 - a. sledovanosti TV a internetu a čtenosti tisku v ČR,
 - b. monitoringu reklamních investic v televizi, tisku a internetu v ČR.
11. Poskytovatel se zavazuje, že plnění bude prováděno osobami, které splňují technické kvalifikační předpoklady uvedené v čl. 6 zadávací dokumentace veřejné zakázky „Nákup mediálního prostoru pro kampaň IROP“ a které uvedl ve své nabídce v rámci předmětné veřejné zakázky. V případě, že bude nutné změnit tyto osoby, musí je poskytovatel nahradit osobami, které rovněž budou splňovat technické kvalifikační předpoklady. Změnu těchto osob musí vždy odsouhlasit objednatel.

Článek VI.

Vlastnické právo, nebezpečí škody na věci, licenční ustanovení

1. Vlastnické právo k mediálním kampaním přechází z poskytovatele na objednatele v okamžiku, kdy byl podepsán předávací protokol kontaktními osobami obou smluvních stran. Tímto okamžikem přechází na objednatele nebezpečí škody na věci.
2. Objednateli vzniká převzetím plnění podle této smlouvy (pokud se bude jednat o autorské dílo) časově a místně neomezené výhradní oprávnění plnění užívat ke všem způsobům užití (dále též „licence“). Součástí licence je i souhlas se zveřejněním díla.
3. Poskytovatel dává tímto souhlas s úpravou či zpracováním předmětu plnění podle této smlouvy, či jeho části, jiným autorem.
4. Součástí licence jsou též následující oprávnění:
 - a) užití předmět plnění v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru, nebo ve spojení s jiným dílem či prvky,
 - b) užití jen část předmětu plnění nebo některé jeho části.
5. Objednatel není povinen licenci využít.
6. Objednatel může oprávnění tvořící součást licence zcela nebo zčásti poskytnout třetí osobě, a to i bezúplatně. Smluvní strany se výslovně dohodly na vyloučení použití ustanovení § 2364 odst. 2, § 2377 a § 2378 občanského zákoníku.
7. Poskytovatel se zavazuje, že neudělí oprávnění užití předmět plnění této smlouvy jiným osobám a že bez předchozího písemného souhlasu objednatele sám předmět plnění neužije. Poskytovatel se zavazuje zajistit, že autor/autoři předmětu plnění neudělí oprávnění užití předmět plnění jiným osobám a že sám neužije předmět plnění bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
8. Poskytovatel prohlašuje, že práva, která touto smlouvou poskytuje (včetně práv k doprovodné hudbě, mluvenému slovu apod.), mu náleží bez jakéhokoliv omezení, a odpovídá za škodu, která by objednateli vznikla, pokud by toto prohlášení bylo nepravdivé.



Článek VII. Odpovědnost za vady a za škodu

1. Poskytovatel se zavazuje, že předmět plnění bude mít vlastnosti stanovené v této smlouvě po dobu jejího plnění.
2. Poskytovatel neodpovídá za vady a nedodělky na předmětu plnění, které byly po jeho převzetí způsobeny objednatelem, neoprávněným zásahem třetí osoby či neodvratitelnými událostmi.
3. V případě, že předané plnění vykazuje vady, musí tyto vady objednatel písemně u poskytovatele reklamovat, a to na adresu uvedenou v záhlaví této smlouvy nebo na adresu kontaktní osoby podle čl. XI odst. 4 této smlouvy. Písemná forma je podmínkou platnosti reklamace. V reklamaci musí objednatel uvést, jak se zjištěné vady projevují.
4. V případě, že se jedná o vadu, kterou lze odstranit opravou, má objednatel právo na bezplatné odstranění vad nebo nedodělků. Poskytovatel se vady plnění zavazuje odstranit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 5 dnů ode dne oznámení vady, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě jinak.
5. Jestliže jde o vady, které nelze odstranit a vady či nedodělky jsou takového charakteru, že podstatně ztěžují užívání předmětu plnění či dokonce brání v jeho užívání, platí, že objednatel má právo od smlouvy odstoupit.
6. Reklamace vad musí být doručena poskytovateli nejpozději poslední den záruční doby, jinak práva objednatele z odpovědnosti za vady zanikají. Záruční doba v délce 12 měsíců začíná běžet datem podpisu předávacího protokolu. Záruka však neběží po dobu, kdy je oznámení vad doručeno poskytovateli, a to až do odstranění vad.
7. Smluvní strany nesou odpovědnost za způsobenou škodu ve smyslu platných právních předpisů a této smlouvy. Poskytovatel plně odpovídá za plnění smlouvy rovněž v případě, že příslušnou část plnění poskytuje prostřednictvím třetí osoby (poddodavatele).
8. Smluvní strany se zavazují k vyvinutí maximálního úsilí k předcházení škodám a k minimalizaci vzniklých škod.
9. Poskytovatel se zavazuje nahradit škodu, především navrácením v původní stav, není-li to možné, v penězích.

Článek VIII. Smluvní pokuty a odstoupení od smlouvy

1. V případě prodlení poskytovatele ve lhůtách pro předání řádně vypracovaného předmětu plnění je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 5 000,- Kč za každý i započatý den prodlení.
2. V případě prodlení poskytovatele s odstraněním vad předmětu plnění dle čl. VII. je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 2 000,- Kč za každý i započatý den prodlení, a to za každou vadu zvlášť.
3. V případě, že na základě kontroly garantovaných minimálních hodnot TRP se zjistí odchylka dle hodnocených údajů v nabídce k zadávacímu řízení, bude objednatelem zjištěno, že některé hodnoty TRP's nebyly naplněny, zavazuje se poskytovatel uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 000,- Kč za každé 1 nedodané TRP pod garantovanou hodnotu TRP's.
4. V případě, že na základě kontroly minimálních procentních hodnot v Prime Time u TV a ranním slotu (7:00-11:00) u radia se zjistí odchylka dle hodnocených údajů v nabídce k zadávacímu řízení, zavazuje se poskytovatel uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 000,- Kč za každé nedodané procento.
5. Jestliže poskytovatel poruší povinnost mlčenlivosti podle čl. V. odst. 5 této smlouvy, zavazuje se uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 20 000,- Kč za každé jednotlivé porušení této povinnosti.



6. V případě porušení povinnosti dle čl. V odst. 11., je poskytovatel povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 50 000 Kč za každou osobu, která nesplňuje technické kvalifikační předpoklady uvedené v čl. 6 zadávací dokumentace veřejné zakázky.
7. Objednatel je povinen zaplatit poskytovateli za prodlení s úhradou faktury po sjednané lhůtě splatnosti úrok z prodlení v zákonné výši, a to z dlužné částky bez DPH za každý i započatý den prodlení.
8. Smluvní pokuta a úrok z prodlení jsou splatné do 30 kalendářních dnů ode dne doručení výzvy k zaplacení.
9. Zaplacením smluvní pokuty a úroku z prodlení není dotčen nárok smluvních stran na náhradu škody nebo odškodnění v plném rozsahu ani povinnost poskytovatele řádně dodat předmět plnění.
10. Za podstatné porušení této smlouvy poskytovatelem, které zakládá právo objednatele na odstoupení od této smlouvy, se považuje zejména:
 - a) prodlení poskytovatele s vypracováním a předáním předmětu plnění o více než sedm (7) kalendářních dnů;
 - b) neodstranění vad předmětu plnění ve lhůtě stanovené podle čl. VII. bod 4);
 - c) postup v rozporu s pokyny objednatele.
11. Objednatel je dále oprávněn od této smlouvy odstoupit v případě, že
 - a) vůči majetku poskytovatele probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku, pokud to právní předpisy umožňují;
 - b) insolvenční návrh na poskytovatele byl zamítnut proto, že majetek poskytovatele nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení;
 - c) poskytovatel vstoupí do likvidace.
12. Poskytovatel je oprávněn od smlouvy odstoupit v případě, že objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících z této smlouvy po dobu delší než šedesát (60) kalendářních dnů.
13. Účinky každého odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně. Odstoupením od smlouvy nezanikají ustanovení, která mají podle zákonů nebo této smlouvy trvat i po ukončení smlouvy, zejména ustanovení týkající se náhrady škody, smluvních pokut a povinnosti mlčenlivosti.
14. Smluvní strany se dohodly, že Objednatel je od této smlouvy odstoupit bez jakýchkoliv sankcí, pokud nebude schválena částka ze státního rozpočtu následujícího roku, která je potřebná k úhradě za plnění poskytované podle této smlouvy a následujícím roce. Objednatel prohlašuje, že do 30 dnů po vyhlášení zákona o státním rozpočtu ve Sbírce zákonu oznámí druhé smluvní straně, zda byla schválena částka ze státního rozpočtu následujícího roku, která je potřebná k úhradě za plnění poskytované podle této smlouvy v následujícím roce.



Článek X. Uveřejnění smlouvy

1. Poskytovatel si je vědom zákonné povinnosti objednatele uveřejnit na svém profilu zadavatele tuto smlouvu včetně všech jejích případných změn a dodatků, a výši skutečně uhrazené ceny za plnění této smlouvy.
2. Smluvní strany se dohodly, že v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), tuto smlouvu v registru smluv uveřejní Ministerstvo pro místní rozvoj.

Článek XI. Závěrečné ujednání

1. Tato smlouva obsahuje úplné ujednání o předmětu smlouvy a všech náležitostech, které strany měly a chtěly ujednat, a které považují za důležité pro závaznost této smlouvy. Žádný projev stran učiněný při jednání o této smlouvy ani projev učiněný po uzavření této smlouvy nesmí být vykládán v rozporu s výslovným ustanovením této smlouvy a nezakládá žádný závazek žádné ze stran.
2. Smluvní strany se dohodly, že jejich závazkový vztah se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem.
3. Smluvní strany prohlašují, že mají zájem uzavřít tuto smlouvu a že si vzájemně sdělily všechny skutkové a právní okolnosti potřebné k uzavření platné smlouvy.
4. Poskytovatel není oprávněn postoupit pohledávky vyplývající z této smlouvy bez písemného souhlasu druhé smluvní strany.
5. V případě, že některé ustanovení této smlouvy bude v budoucnosti posouzeno z důvodu nesrozumitelnosti nebo neurčitosti jako zdánlivé (nicotné), a nepodaří-li se tuto nesrozumitelnost či neurčitost ujednání dodatečně mezi stranami vyjasnit, pak se posoudí vliv takové vady na smlouvu analogicky podle ustanovení § 576 občanského zákoníku.
6. Smluvní strany se dohodly, že vylučují aplikaci ustanovení § 557 občanského zákoníku.
7. Kontaktními osobami pro účely této smlouvy jsou:
 - za objednatele: Ing. Martina Juřicová, e-mail: [REDACTED]
 - za poskytovatele: [REDACTED] e-mail: [REDACTED]
8. Za oficiální komunikaci mezi kontaktními osobami bude považována pouze ta, která bude probíhat e-mailovou formou či datovou schránkou.
9. Veškeré změny smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků ke smlouvě odsouhlasených oběma smluvními stranami. Ustanovení předchozí věty se neuplatní na změnu kontaktních osob uvedených v odst. 7 tohoto článku; tato změna je účinná dnem jejího oznámení druhé smluvní straně.
10. Nedílnou součástí této smlouvy tvoří tyto přílohy:
Příloha č. 1: Cenový list
11. Tato smlouva je vyhotovena v jednom elektronickém vyhotovení.
12. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti uveřejněním v registru smluv.
13. Smluvní strany prohlašují, že je jim znám celý obsah smlouvy a že tuto smlouvu uzavřely na základě své svobodné a vážné vůle. Na důkaz této skutečnosti připojují své podpisy.



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

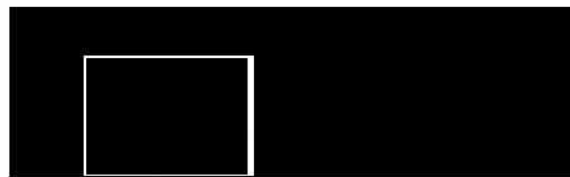
V Praze dne



za objednatele:

Ing. Rostislav Mazal

ředitel Odboru řízení operačních programů
Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj



za poskytovatele:

člen představenstva
REMARK, a. s.

Příloha č. 1: Cenový list