

Smlouva o spolupráci v oblasti PR

Vinařský fond

se sídlem: Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno

IČ: 71233717

DIČ: CZ71233717

Zastoupený: Ing. Jaroslavem Machovcem, ředitelem

Bankovní spojení: [REDACTED]

Číslo účtu: [REDACTED]

(dále jen „objednatel“)

a

Omnimedia s.r.o.

se sídlem: Jeseniova 51/1169, Praha 3 130 00

IČO: 26458055

DIČ: CZ26458055

zastoupená: Mgr. Pavlem Zábrodským, jednatelem společnosti

společnost vedená u Městského soudu v Praze, odd. C vl. 83586

Bank. spojení: [REDACTED]

Číslo účtu: [REDACTED]

(dále jen „agentura“)

uzavírají tímto následující smlouvu o spolupráci v oblasti Public Relations.

Článek 1

Spolupráce

- 1.1 Agentura bude plně spolupracovat s objednatel a bude mu iniciativně nabízet své poradenství a služby uvedené v čl. 2 této smlouvy, které jsou v zájmu objednatel. Objednatel souhlasí s tím, že bude agentuře pomáhat při výkonu jejích povinností a že jí umožní přístup ke všem podstatným informacím potřebným pro Public Relations (dále jen PR) činnost v rozsahu, který umožňuje právní řád ČR a smluvní závazky objednatel vůči třetím osobám.
- 1.2 Agentura bude ve všech jednáních a závazkových vztazích vystupovat jako samostatný právní subjekt jednající vlastním jménem a v zájmu objednatel.

Článek 2

Předmět smlouvy

- 2.1 Agentura se zavazuje poskytovat objednateli služby PR v České republice.
- 2.2 Tato činnost bude obsahovat zejména následující části:

Media Relations

- Konzultační, poradenská a realizační činnost v oblasti marketingové komunikace s důrazem na oblast řízení vztahů s veřejností (dále jen „PR“)
 - Konzultace v otázkách strategického rozvoje značky Vína z Moravy, vína z Čech (dále jen „VMVČ“) a agenturní činnosti zaměřené na segment novinářů a veřejných mediálních prostředků s cílem vzdělávat o našich vínech a budovat jejich pozitivní obraz v mediálním prostoru
 - Mediální aktivity v otázkách monitoringu mediálního pokrytí v rámci segmentu vín s důrazem na tuzemská vína, předkládání denních reportů a průběžných zpráv zaměřených na tento trh
 - Příprava a realizace PR koncepce značky VMVČ v rámci mediálních aktivit a mediálního prostoru (on-line/off-line)
 - Vypracování a průběžné předkládání rozpočtů marketingových aktivit zaměřených na segment novinářů
 - Příprava a návrh aktivit v oblasti „interní komunikace“ zaměřené na segment vinařů s cílem průběžně informovat o aktivitách Vinařského fondu
 - Návrh Media Listu pro kontinuální komunikaci značky VMVČ v rámci PR kampaní včetně definování stěžejních médií pro komunikaci a výběru zásadních novinářů píšících o našich vínech
 - Návrh systému průběžné práce s médii
 - Návrh přípravy obsahové části pro oblast sociálních sítí
 - Návrh dalších doporučených PR aktivit a témat, které by měl VF letech 2019 až 2021 realizovat
 - Návrh systému krizové komunikace
 - Garantovaný rozsah a výsledky PR prací na období 2019 až 2021
- 2.3 Ostatní aktivity jako například příprava soutěžních projektů, správa sociálních médií či webových stránek objednatele, nákup inzertní plochy, časopis, pořádání společenských akcí, zajišťování tiskových konferencí a další mohou poskytovány ze strany agentury na základě samostatných objednávek objednatele. Realizaci musí vždy předcházet písemné odsouhlasení objednatele.

Článek 3

Cena

- 3.1 Cena za realizaci Public Relations dle odst. 2.2. této smlouvy se skládá z úhrady za odvedené a schválené hodiny agenturního týmu, success fee a úhrady za nákup dat pro monitoring médií.
- 3.2 Hodinová sazba PR týmu je stanovena následujícím způsobem:

| Pozice | Hodinová sazba bez DPH | maximální podíl z čerpání hodin za plnění smlouvy |
|----------------------|------------------------|---|
| Managing Director | 1.450,- | Max. 5 % |
| Account/PR Director | 900,- | Max. 25 % |
| Account/PR Manager | 700,- | Max. 70 % |
| Account/PR Executive | 550,- | Max. 50 % |

Objednatel upozorňuje, že stanovuje maximální podíl z čerpání hodin podle jednotlivých pozic.

3.3 Success fee činí maximálně 235 000,- Kč bez DPH za kalendářní čtvrtletí z hodnoty mediálního prostoru dosaženého agenturou v celostátních médiích a na klíčových webech prostřednictvím Media Relations. Hodnota mediálního prostoru je stanovena jako cena inzerce srovnatelných formátů uvedených v cenících inzerce jednotlivých médií platných v den publikování. Agentura je povinna vypracovat výpočet success fee včetně příslušných příloh a tento předložit objednateli k odsouhlasení. Agentura je oprávněna vyúčtovat success fee pouze na základě objednatelům odsouhlaseného výpočtu, který bude přílohou příslušné faktury. Nedosažení garantovaného počtu, resp. hodnoty mediálních výstupů zároveň opravňuje zadavatele k čerpání smluvních malusů. Garantovaný počet mediálních výstupů za kalendářní čtvrtletí je stanoven na 210 a Garantovaná hodnota mediálních výstupů za kvartál v Kč bez DPH (AVE¹) činí 6.300.000,-.

3.4 Nedosažení garantovaného počtu, resp. hodnoty mediálních výstupů zároveň opravňuje zadavatele k čerpání smluvních malusů.

a.) Nárok na 100 % „Success Fee“ vzniká až v případě, že agentura dosáhne za dané kalendářní čtvrtletí 100 % garantovaného počtu výstupů a 100 % garantované mediální hodnoty.

b) V případě prokazatelného nedosažení garantovaných parametrů se „Success fee“ krátí tak, že při dosažení 50 % a méně z garantovaného plnění, nevzniká nárok na „Success Fee“. Při prokazatelném dosažení každých 10 % nad 50 % garantovaných výsledků vzniká nárok na 20 % „Success Fee“, tzn. 60 % garance představuje 20 % SF, 70 % garance 40 %, 80 % garance 60 %, 90 % garance 80 %, 100 % garance a více 100 % „Success Fee“.

c) V případě nedosažení plné hodnoty garance v jednom kvartálu, lze dodat garantované plnění v kvartálu následujícím, tedy i dočerpat nevyčerpané „Success Fee“ až do 100% výše.

d) V případě dosažení 50 % a méně z garantovaného plnění, má objednatel nárok na:

a. okamžité odstoupení od smlouvy,

b. smluvní pokutu ve výši 2 % z hodnoty Success Fee, tedy 4700 Kč za každé 1 % nedodaného garantovaného plnění.

e) Smluvní pokuta se nevztahuje na první kalendářní čtvrtletí spolupráce.

¹ *AVE neboli hodnotu mediálního prostoru definujeme jako „finanční hodnotu“, kterou by bylo nutné uhradit mediím za nákup inzertního prostoru o stejném rozsahu podle ceníkových cen inzerce.

- 3.5 Success fee bude účtováno čtvrtletně až do výše dle odst. 3.3 této smlouvy. Po vyčerpání této částky nebude další success fee objednateli fakturováno a další mediální prostor bude v příslušném období objednateli poskytován zdarma.
- 3.6 Cena za nákup dat pro monitoring médií činí 120.000,- Kč bez DPH za 1 kalendářní rok, fakturace bude probíhat na měsíční bázi.
- 3.7 Další aktivity dle odst. 2.3. této smlouvy mohou být stanoveny a rozpočtovány separátně, realizovány mohou být po odsouhlasení oběma stranami.
- 3.8 Činnost agentury bude fakturována vždy nejpozději do 15. dne následujícího měsíce.

Článek 4

Odsouhlasení a autorizace

- 4.1 Po odsouhlasení celkového rozpočtu kampaně či harmonogramu PR programu bude agentura předkládat objednateli ke schválení podle jeho požadavků:
 - a) návrhy textů, tiskových zpráv, článků, fotografií
 - b) případné další návrhy dle odst. 2.2. a 2.3.
- 4.2 Písemné odsouhlasení návrhů a korektur objednatelem považuje agentura za souhlas se zveřejněním a takovéto odsouhlasení se považuje za autorizaci ke vstupu do smluvních závazků s dodavateli na bázi rozpočtovaných nákladů.
- 4.3 Úpravy či zrušení objednávek uskuteční agentura pouze za předpokladu, že objednatel bude hradit veškeré předcházející či dodatečné hotové náklady, které vznikly agentuře v souvislosti se zrušením objednávky a které nemohou být agenturou automaticky kryty.
- 4.4 Agentura nemůže zaručit, že materiál autorizovaný objednatelem v rámci Media Relations bude redakcí otištěn v nezměněné podobě. Odpovědnost za podobu redakčních materiálů uveřejněné médii nese vydavatel konkrétního média.
- 4.5 Dosažené mediální výstupy, včetně uplatnění Success Fee, v médiích, která nebudou monitorována nezávislou monitorovací službou, schvaluje vždy objednatel.

Článek 5

Důvěrné informace

- 5.1 Objednatel se zavazuje označit informace, pro něž požaduje mimořádnou ochranu, a určit rozsah jejich zveřejnění. Agentura se zavazuje bez objednatelova souhlasu neposkytovat informace důvěrného charakteru třetí straně, a to ani během trvání smluvního vztahu mezi objednatelem a agenturou ani po jeho skončení.
- 5.2 Objednatel na oplátku uznává právo agentury používat po dobu trvání smluvního vztahu dle této smlouvy veškeré všeobecné a odsouhlasené informace o

objednatelových produktech a službách, a to výlučně za účelem plnění závazků dle této smlouvy.

Článek 6

Vlastnictví a škody

- 6.1 Profesionální odškodnění agentury
Objednatel odpovídá agentuře za škodu, která agentuře vznikla v důsledku zveřejnění jeho informací, jeho zastupováním, zpravodajstvím o jeho činnosti, distribucí jeho materiálů a dat, v případě, že takovéto informace objednatel schválil podle článku 4 této smlouvy. To se týká mimo jiné i tiskových zpráv, článků, textů, scénářů, výtvarných předloh, detailních plánů a programů.
- 6.2 Profesionální odškodnění objednatele
Agentura odškodní či uhradí odškodnění objednateli týkající se finanční újmy, škody, požadavků na odškodnění, ztrát, výdajů a pohledávek, které objednateli vzniknou nebo které utrpí v přímém či nepřímém důsledku práce agentury zveřejněním jeho informací, jeho zastupováním, zpravodajstvím o jeho činnosti, distribucí jeho materiálů a dat, v případě, že takovéto informace objednatel neschválil podle článku 5, zejména s ohledem na ustanovení Občanského zákoníku. To se týká mimo jiné i tiskových zpráv, článků, textů, scénářů, výtvarných předloh, detailních plánů a programů.
- 6.3 Vlastnictví objednatele
Zboží a informace, které objednatel agentuře dal k dispozici za účelem předvedení, publicity či k jinému účelu vyplývajícimu ze vzájemného ujednání, zůstávají v majetku objednatele včetně veškerých rizik z toho vyplývajících. Vlastnictvím objednatele jsou rovněž všechny materiály (textové, fotografické, audio, video a další materiály), které vytvořila agentura a objednatel je autorizoval pro použití v souladu s bodem 2.2 nebo 2.3 této smlouvy. Vlastnictví objednatele u materiálů zhotovených třetí stranou se bude řešit individuálně na základě dohody smluvních stran.
- 6.4 Právo užití, licenční ujednání
Jestliže agentura pro objednatele v rámci činnosti dle této smlouvy vytvoří jakékoliv materiály, které budou naplňovat znaky autorského díla podle 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, nabývá objednatel dnem předání těchto autorských děl agenturou objednateli výhradní právo tato autorská díla užít jakýmkoli způsobem, a to po celou dobu trvání autorského práva k těmto autorským dílům, resp. po dobu autorskopravní ochrany, bez omezení rozsahu množstevního, časového, územního (dále jen „Licence“). Licence se sjednává jako opravňující, tj. objednatel není povinen ji využít. Součástí Licence je rovněž neomezené právo objednatele poskytnout třetím osobám podlicenci k užití těchto autorských děl v rozsahu shodném s rozsahem Licence. Dále je součástí Licence souhlas agentury k postoupení Licence na třetí osoby a souhlas agentury udělený objednateli k provádění jakýchkoliv změn nebo modifikací těchto autorských děl, a to i prostřednictvím třetích osob. Odměna za poskytnutí Licence je součástí ceny sjednané podle čl. 3 této smlouvy.

Článek 7

Poddodavatelé agentury a členové týmu

- 7.1 Pokud agentura při provádění zakázky využívá služeb dalších poddodavatelů, které sama vybrala nebo doporučila, je plně odpovědná objednateli za volbu a výkony těchto poddodavatelů. Agentura je povinna za každých okolností usilovat o co nejvýhodnější podmínky ve prospěch objednatele. Agentura je povinna uzavřít s třetími osobami smlouvy svým jménem a na vlastní účet; není oprávněna uzavírat smlouvy jménem a na účet objednatele.
- 7.2 Poddodavateli se rozumí: všechny třetí osoby, které dodávají výrobky nebo poskytují agentuře služby v souvislosti s prováděním zakázky.
- 7.3 Všechny případné reklamace ze strany poddodavatelů, které jsou v právním vztahu s agenturou v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy, jsou výhradně záležitostí agentury a agentura není oprávněna požadovat jakákoliv plnění po objednateli v souvislosti se svými poddodavatelskými vztahy.
- 7.4 Agentura se zavazuje, že změna členů týmu, kterými dodavatel prokazoval svou kvalifikaci nebo členy týmu jejichž kvalifikace byla předmětem hodnocení pouze za osoby s minimálně stejnou zkušeností či vyšší. Tato změna podléhá schválení ze strany objednatele. V případě porušení dané povinnosti, tedy v situaci, kdy si Agentura nenechá schválit změnu člena týmu, nebo pokud člen týmu nebude splňovat požadavek na stejnou kvalifikaci a zkušenost, je agentura povinna uhradit zadavateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč za každé jednotlivé porušení této povinnosti a nahradit člena týmu novou osobou splňující minimálně stejnou kvalifikaci.

Článek 8

Platební podmínky

- 8.1 Splatnost faktur je 21 dnů od data doručení faktury objednateli, pokud v konkrétních případech nebude dohodnuto jinak. V případě oprávněné reklamace se doba splatnosti faktury prodlužuje o dobu nutnou k vyřízení reklamace. Prodloužení doby splatnosti se vztahuje pouze na reklamovanou část faktury.
- 8.2 Pro případ prodloužení s placením si strany sjednaly smluvní úrok ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodloužení.

Článek 9

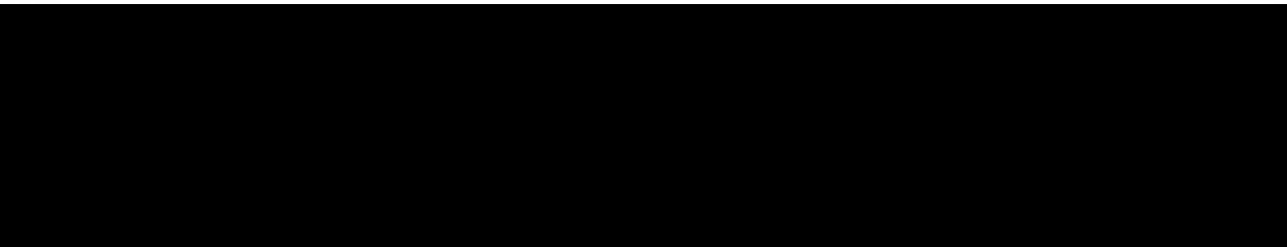
Platnost smlouvy

- 9.1 Plnění této smlouvy počíná dnem podpisu obou smluvních stran a smlouva se uzavírá na dobu určitou s platností 3 let ode dne účinnosti smlouvy.
- 9.2 Smlouva bude realizována v harmonogramu podle PR programu, který bude průběžně specifikován s objednatel, přičemž podmínkou jeho závaznosti je písemný souhlas objednatele

Článek 10

Ostatní ujednání

- 10.1 Opravy, dodatky a doplňky této smlouvy mají platnost pouze tehdy, jsou-li provedeny písemnou formou a podepsány oběma smluvními stranami.
- 10.2 Všechny spory vyplývající z právních vztahů založených touto smlouvou nebo s ní souvisejících budou řešeny podle platného českého práva.
- 10.3 Je dohodnuto, že ani agentura ani objednatel nenabídnou zaměstnání pracovníkům objednatele, resp. agentury, během platnosti kontraktu či v době do 6 měsíců po jeho vypršení. Pokud jde o objednatele, má se pro vyloučení pochybností za to, že předchozí věta se nevztahuje na situace, kdy se pracovník agentury bez přičinění objednatele přihlásí do výběrového řízení s neurčeným okruhem adresátů vypsání objednatelem za účelem obsazení funkčního místa v rámci objednatele.
- 10.5 Obě strany prohlašují, že prostudovaly text smlouvy, souhlasí s ním a na důkaz toho k němu připojují své podpisy.
- 10.6 Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem podpisu poslední smluvní stranou.
- 10.7 Tato Smlouva je vyhotovena ve 2 stejnopisech, z nichž každý má platnost originálu. Každá ze stran obdrží jeden stejnopis.
- 10.8 Agentura v souladu s § 1765 odst. 2 Občanského zákoníku převzala nebezpečí změny okolností.



Ing. Jaroslav Machovec
ředitel Vinařského fondu

Mgr. Pavel Zábrodský
jednatel Omnimedia s.r.o.