

RÁMCOVÁ DOHODA O POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB Č. 5500010015

Smluvní strany:

Státní zemědělský intervenční fond,

zřízený zákonem č. 256/2000 Sb., o Státním zemědělském intervenčním fondu a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů

se sídlem: Ve Smečkách 33, 110 00 Praha 1,

IČ: 48133981,

DIČ: CZ 48133981

zastoupený Ing. Martinem Šebestýánem, MBA, generálním ředitelem SZIF

bankovní spojení: Česká národní banka

číslo účtu: 50008-3926001/0710

(dále jen „Zadavatel“)

a

McCANN-ERICKSON PRAGUE spol. s r.o., INTERNATIONAL ADVERTISING AGENCY

zapsaná v Obchodním rejstříku, vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 2080

se sídlem: Riegrovy sady 28, 120 00 Praha 2,

IČ: 17046041

DIČ: CZ17046041

zastoupená/jednající: xxx

bankovní spojení: UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s.,

číslo účtu: 5005381001/2700

(dále jen „Agentura“)

(dále společně označovány i jen jako „Strany“)

vzhledem k tomu, že dospěly k úplné a vzájemné shodě v níže uvedených skutečnostech, rozhodly se uzavřít v souladu se zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, zákonem č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů a podle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, tuto Rámcovou dohodu o poskytování služeb (dále i jen „Dohoda“ či „Rámcová dohoda“):

Čl. I

Úvodní ustanovení

1. Dne 3.9.2018 vyhlásil Zadavatel v informačním systému o veřejných zakázkách pod ev.č. Z2018 - 030293 otevřené zadávací řízení na nadlimitní veřejnou zakázku „Rámcová dohoda - Informační a propagační kampaň na podporu soutěže Regionální potravina“. Dne 17. 10. 2018 podala Agentura do otevřeného řízení uvedeného v tomto odstavci svou nabídku (dále jen „Nabídka“). V rámci uvedeného zadávacího řízení byla jako nejvhodnější vybrána Nabídka Agentury.
2. Při výkladu obsahu této Dohody budou Strany přihlížet k zadávacím podmínkám vztahujícím se k zadávacímu řízení dle předchozího odstavce, k účelu tohoto zadávacího řízení a dalším úkonům Stran učiněným dle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, v platném znění, v průběhu zadávacího řízení, jako k relevantnímu jednání Stran o obsahu Dohody před jejím uzavřením. Ustanovení právních předpisů o výkladu právních jednání tím nejsou nijak dotčena. Při určení požadavků na plnění, zejména pokud jde o časový harmonogram plnění, se přihlíží k Nabídce Agentury podané v uvedeném zadávacím řízení, přičemž Strany podpisem této Dohody stvrzují, že jak zadávací podmínky k zadávacímu řízení dle předchozího odstavce, tak Nabídka Agentury v tomto zadávacím řízení jsou jim známy.

3. Smluvní strany tímto berou na vědomí, že část nabídky s návrhem předmětu plnění veřejné zakázky je ukázkový návrh realizace plnění dle této Dohody, přičemž skutečná realizace může být od tohoto ukázkové návrhu rozdílná.

Čl. II

Předmět dohody

1. Předmětem této Dohody je úprava právních vztahů a vzájemných práv a povinností vznikajících mezi Stranami směřující ke komunikační podpoře regionálních potravin ze strany Agentury pro Zadavatele, zahrnující poskytování služeb v oblasti reklamy, marketingu, komunikace, Public Relations a dalších činností s reklamou a komunikací spojených ze strany Agentury Zadavateli směřujících ke komunikační podpoře regionálních potravin v období 3 let od účinnosti této Dohody (dále též jen "**poskytování reklamních služeb**"). Za výše uvedeným účelem bude Agentura Zadavateli poskytovat, vždy v rozsahu sjednaném písemnou dohodou stran (dílčí smlouvou), plnění specifikovaná v čl. III této Dohody.
2. Tato Dohoda obsahuje podmínky spolupráce Stran. Specifikace dílčích plnění (tj. předmět, čas a cena plnění, příp. další specifikace) budou předmětem jednotlivých dílčích smluv sjednávaných postupem dle § 134 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále též jen „**dílčí smlouvy**“).

Čl. III

Služby poskytované Agenturou

1. Agentura se zavazuje na základě dílčích smluv sjednaných na základě této Rámcové dohody poskytovat Zadavateli tyto rámcově vymezené služby:
 - Poradenská činnost v oblasti reklamy a to zejména:
 - Konzultace v otázkách marketingu, podpory prodeje a agenturní činnosti v reklamě.
 - Konzultace v otázkách průzkumu trhu a veřejného mínění.
 - Odborné poradenství v oblasti potravinářství:
 - Odborné poradenství v oblasti potravinářství, zejména pak v oblasti průmyslového i zemědělského oboru, který se zabývá zpracováním živočišných anebo rostlinných surovin za účelem výroby potravin.
 - Vypracování souhrnné reklamní koncepce jednotlivých produktů a služeb klienta, které zejména zahrnuje:
 - Zpracování základní reklamní koncepce.
 - Vypracování harmonogramu reklamní kampaně.
 - Optická ztvárnění a prezentace reklamní ideje, textové výpovědi a základního provedení (basis-layout) pro následující komunikační kanály:
 - Návrh ideového konceptu a řešení klíčových vizuálů kampaní.
 - Návrh ideového konceptu a řešení product placementu.
 - Návrh ideového konceptu a řešení storyboardů TVC.
 - Návrh ideového konceptu a řešení online videí.
 - Návrh ideového konceptu a řešení storyboardů online bannerů.
 - Návrh ideového konceptu a řešení printů.
 - Návrh scénáře rozhlasového spotu.
 - Návrh konceptu vizualizace na obchodních prodejních místech.
 - Návrh ideového konceptu a řešení spotřebitelských soutěží.
 - Návrh ideového konceptu a řešení ochutnávek.
 - Návrh ideového konceptu a řešení roadshow.
 - Návrh ideového konceptu a řešení prezentačních stánků a prezentačních pultů.
 - Vypracování návrhu finančního rozpočtu jednotlivých reklamních kampaní/komunikačních projektů.
 - Předběžný a průběžný průzkum klasické reklamní kampaně (tj. kampaně probíhající v tisku, rozhlasu, televizi či jako velkoplošná reklama) prostřednictvím kvalitativního výzkumu nebo interview.

- Závěrečný průzkum a vyhodnocení reklamní kampaně (tj. kampaně probíhající v tisku, rozhlasu, televizi či jako velkoplošná reklama) prostřednictvím kvalitativního výzkumu nebo interview.
- Sestavení a výroba vlastní reklamy jednotlivých produktů služeb klienta, což zejména zahrnuje:
 - Vypracování textu a návrhů všech výše zmíněných reklamních materiálů až do stádia konečného grafického provedení.
 - Vypracování scénářů pro televizní, filmovou, rozhlasovou a jinou zvukovou anebo zvukově-obrazovou reklamu a vypracování návrhů její produkce pro jednotlivá média/komunikační kanály.
 - Vlastní výrobu reklamy do všech výše zmíněných komunikačních kanálů.
 - Výběr a koordinaci třetích stran, zúčastněných na výrobě reklamy.
 - Kontrolu kvality, účtování cen, vyřizování reklamací, platební styk a dokumentace ve vztahu k objednaným výkonům třetích stran.
- Vypracování návrhu PR strategie, PR kampaně na téma podpory regionálních potravin.
- Mediální plánování, které bude zahrnovat zejména:
 - Aktuální analýzy mediálního trhu.
 - Návrh mediální strategie a plánu pro optimalizaci zásahu kampaní.
 - Návrh mediálního nákupu jednotlivých komunikačních kanálů.
 - Realizace post-buy analýz a vyhodnocení komunikace značky.
 - Ostatní služby spojené s realizací zakázky.

Podrobnosti ohledně mediálních služeb budou specifikovány v příslušné dílčí smlouvě.

2. V případě, že se v průběhu plnění dle této Dohody vyskytne potřeba realizovat reklamní služby, které nejsou předmět plnění dle této Dohody, vyhrazuje si Zadavatel v souladu s ustanovením § 222 odst. 2 ZZVZ možnost změnit rozsah reklamních služeb poskytovaných Agenturou za podmínek:
 - a) předmět plnění nového závazku nebylo možno předvídat nebo specifikovat tak, aby Zadavatel od účastníků v rámci zadávacího řízení obdržel vzájemně porovnatelné cenové nabídky, nebo nabídky v souladu se zákonem č. 320/2001 Sb. - Zákon o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole).
 - b) pokud možno, musí být pro kalkulaci nabídkové ceny nového plnění použity položky z Nabídkových cen za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury (příloha č. 2 Rámcové dohody), přičemž jejich výše nesmí být překročena.
 - c) pokud není možno pro kalkulaci nabídkové ceny nového plnění použít položky z Nabídkových cen za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury (příloha č. 2 Rámcové dohody), navrhne Agentura nabídkovou cenu, přičemž na výzvu Zadavatele předloží odůvodnění výše nabídkové ceny jako ceny obvyklé v porovnání s cenovou hladinou u srovnatelné konkurence daného plnění.
 - d) cena za nákup zboží nebo reklamních služeb od třetích stran bude účtována v souladu s čl. IV odst. 12 této Rámcové dohody.

Čl. IV

Uzavírání dílčích smluv

1. Dílčí smlouvy dle této Rámcové dohody budou uzavírány na základě písemné výzvy Zadavatele k předložení dílčí nabídky.
2. Ve výzvě k podání nabídky Zadavatel stanoví konkrétní požadavky na předmět dílčího plnění a podrobné podmínky jeho poskytování. Ve výzvě k podání nabídky Zadavatel zároveň uvede lhůtu pro podání nabídky.
3. Výzva k podání nabídky bude Agentuře zaslána datovou zprávou odeslanou z adresy oprávněné osoby Zadavatele.

4. Nabídku na poskytnutí dílčích služeb je Agentura povinna Zadavateli doručit ve lhůtě stanovené Zadavatelem ve výzvě k podání nabídky, a to datovou zprávou opatřenou zaručeným elektronickým podpisem oprávněné osoby Agentury odeslanou z adresy této oprávněné osoby.
5. Nebude-li ve výzvě k podání nabídky stanoveno jinak, Agentura ve své dílčí nabídce vždy uvede podrobný popis navrženého plnění odpovídající podmínkám a požadavkům stanoveným ve výzvě k podání nabídky, této Dohodě (včetně jejích příloh, harmonogram plnění, maximální cenu plnění a základní ideovou koncepci reklamní služby vyplývající z výzvy k podání nabídky). Pokud Agentura uvede ve své dílčí nabídce vyšší cenu za reklamní službu než je nabídková cena uvedená v Příloze č. 2 Dohody, platí nabídková cena uvedená v Příloze č. 2 Dohody. Uvedení vyšší ceny není důvodem pro odmítnutí nebo vrácení dílčí nabídky Agentuře.
6. Nabídku Agentury buď Zadavatel ve lhůtě 7 pracovních dnů od doručení přijme, nebo oznámí, že se k ní vyjádří v prodloužené lhůtě, nebo nabídku odmítne. V případě odmítnutí nabídky Zadavatel sdělí Agentuře důvody odmítnutí nabídky a vyzve ji případně k podání nabídky nové. Na takový postup se přiměřeně aplikují ustanovení odst. 2, 3, 4 a 5 tohoto článku Dohody. Přijetí nabídky, popř. nové nabídky ze strany Zadavatele se považuje za pokyn k uzavření dílčí smlouvy; Dílčí smlouva je uzavřena a nabývá platnosti jejím podpisem oběma smluvními stranami. Účinnosti dílčí smlouva nabývá ve všech případech až v okamžiku uvedeném odst. 9 tohoto článku Dohody.
7. Po uzavření dílčí smlouvy Agentura ve lhůtě 14 dnů rozpracuje v termínech předloženého harmonogramu plnění a na základě předložené ideové koncepce, reklamní strategie do konečných návrhů a předloží ji Zadavateli ke schválení.
8. Jakmile je Zadavatelem schválena reklamní strategie do konečných návrhů, předloží Agentura v termínech odsouhlaseného harmonogramu Zadavateli ke schválení podrobné produkční rozpočty nutné k realizaci příslušné reklamní služby.
9. Schválením rozpočtu ze strany Zadavatele nabývá dílčí smlouva na realizaci dané reklamní služby účinnosti. Nebude-li rozpočet Zadavatelem schválen do 14 dnů po uzavření dílčí smlouvy, pozbývá dílčí smlouva platnosti.
10. Objem a rozsah poskytovaných reklamních služeb Agenturou musí být v souladu s výzvou Zadavatele k podání nabídky a touto Dohodou. V opačném případě Zadavatel není povinen k uhrazení nákladů vzniklých Agentuře v souvislosti s realizací reklamních služeb.
11. Agentura není oprávněna překročit rozpočet uvedený v dílčí smlouvě.
12. Cena za nákup zboží nebo reklamních služeb od třetích stran bude účtována Zadavateli bez přírážky nebo agenturní provize. Agentura se zavazuje vynaložit součinnost při získávání slev v souvislosti s nákupem zboží nebo reklamních služeb od třetích stran.
13. Zástupcem Zadavatele a osobou jím pověřenou pro účely této Dohody, jakož i jednotlivých dílčích smluv, neuvádí-li konkrétní dílčí smlouva jinak, je Mgr. Kateřina Ratajová, e-mail: katerina.ratajova@szif.cz.
14. Zástupcem Agentury a osobou jí pověřenou pro účely této Dohody, jakož i jednotlivých dílčích smluv, neuvádí-li konkrétní dílčí smlouva jinak, je xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx e-mail: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.
15. Změnu adres, e-mailů, čísel faxu či telefonu a osob oprávněných k jednání za jednotlivé Strany jsou si Strany povinny bezodkladně písemně oznámit, přičemž změněných údajů se lze dovolávat až po doručení oznámení druhé Straně.

Čl. V

Práva a povinnosti Stran při plnění dílčích smluv

1. Tato Dohoda má povahu dohody rámcové. Jednotlivé, konkrétní reklamní služby a další činnosti s reklamou a komunikací spojené bude Agentura poskytovat na základě dílčích smluv sjednaných postupem dle čl. IV této Dohody.
2. Zadavatel se zavazuje poskytovat Agentuře součinnost nezbytnou pro řádné plnění dílčích smluv. Agentura se zavazuje vyvíjet soustavnou činnost k získání pro Zadavatele výhodnějších cenových podmínek, než které jsou uvedeny v Příloze č. 2 této Dohody; Agentura je v tomto ohledu zejména povinna poskytnout Zadavateli odpovídající slevu z ceny reklamních služeb dle Přílohy č. 2 této Dohody, pokud se jí podaří získat slevu z původně předpokládané ceny nebo pokud

využije v souvislosti s plněním této Dohody, resp. dílčích smluv, speciálních nabídek ze strany třetích stran.

3. Agentura se zavazuje, že bude poskytovat své reklamní služby včas a řádně, na profesionální úrovni, se svědomitostí řádného obchodníka, s potřebnou odbornou péčí a podle všeobecně uznávaných etických a jiných pravidel reklamy a že výsledky její činnosti budou odpovídat podmínkám určeným v této Dohodě, v dílčích smlouvách či v dalších pokynech Zadavatele.
4. Agentura je povinna Zadavateli neprodleně oznámit jakoukoliv skutečnost, která by mohla mít, byť i jen částečně, vliv na schopnost Agentury plnit své povinnosti vyplývající z Dohody či dílčí smlouvy. Takovým oznámením však Agentura není zbavena povinnosti nadále plnit své závazky vyplývající z Dohody či dílčí smlouvy.
5. Agentura se zavazuje po dobu realizace jednotlivé reklamní služby umožnit Zadavateli průběžnou kontrolu jejího řádného plnění. Agentura je v takovém případě povinna na písemnou výzvu Zadavatele předložit dosavadní výsledky své práce na realizované reklamní službě ve lhůtě do 7 dní od doručení této výzvy. Pokud Zadavatel při provádění této kontroly zjistí, že Agentura postupuje v rozporu se svými povinnostmi, je oprávněn požadovat v jím stanovené lhůtě odstranění zjištěných nedostatků na náklady Agentury a řádnou realizaci této reklamní služby.
6. Agentura je povinna umožnit na základě předchozího ohlášení v běžné pracovní době osobám písemně pověřeným Zadavatelem provádění kontrol všech dokumentů souvisejících s veškerými náklady, výdaji a poplatky vynaloženými Agenturou jménem Zadavatele nebo Zadavateli účtovanými v souvislosti s plněním dle dílčích smluv. Zadavatel se zavazuje zajistit, že osoby jím pověřené k provádění kontrol budou zachovávat mlčenlivost o skutečnostech, o kterých se dozví v souvislosti s prováděnou kontrolou.
7. Agentura se zavazuje zajistit, aby při plnění této Dohody, resp. jednotlivých dílčích smluv, nedošlo z její strany k poškození dobrého jména či pověsti Zadavatele anebo dobrého jména značky Regionální potravina a ostatních značek uvedených v zadávací dokumentaci.
8. Agentura předloží Zadavateli k odsouhlasení veškeré výstupy vytvořené v souvislosti s poskytováním reklamních služeb či dříve vytvořená díla, která mají být v rámci reklamních služeb užita, zejména výkresy, grafika, fotografie a jiná výtvarná díla, mediální plány, propagační návrhy a modely, označení a slogany, scénáře, nahrávky, reklamy, návrhy dotazníků, příruček a metodiky průzkumu trhu. Agentura je oprávněna tyto výstupy užít v rámci plnění reklamních služeb až poté, co byly Zadavatelem schváleny.
9. V případě prodloužení s uveřejněním reklamní aktivity v médiích dle lhůt uvedených v příslušné dílčí smlouvě Agentura zajistí uveřejnění v nejbližším možném náhradním termínu, nejpozději do 30 dní po uplynutí termínu sjednaného v dotčené dílčí smlouvě. Nebude-li uveřejnění v tomto náhradním termínu možné, nemá Agentura nárok na zaplacení ceny za tuto reklamní aktivitu. Případný nárok Zadavatele na smluvní pokutu či odstoupení od Dohody tím není dotčen.
10. V případě, že Agentura nezahájí nebo neprovede některou z činností dle dílčích smluv z důvodů na své straně ve lhůtách stanovených dílčími smlouvami, popř. v dodatečně lhůtě stanovené Zadavatelem, je Zadavatel oprávněn zajistit provedení těchto činností v nezbytném rozsahu jiným způsobem nebo prostřednictvím třetí osoby, a to na náklady Agentury. Případný nárok Zadavatele na smluvní pokutu či odstoupení od Dohody tím není dotčen.
11. Agentura prohlašuje a zavazuje se zajistit, že plnění jí poskytované na základě dílčích smluv 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., v platném znění, a že poskytováním plnění dle této Dohody nedojde k porušení práv třetích osob, a to především pokud jde o práva osobnostní dle § 81 zákona č. 89/2012 Sb. občanský zákoník, v platném znění, dále práva k osobním údajům dle zákona č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, v platném znění a dle nařízení EU 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/EC (GDPR) 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), v platném znění.
12. V případě, že vůči Zadavateli bude uplatňován soudní, správní, či jakoukoliv jinou cestou jakýkoliv nárok třetí strany, mající původ v nesplnění závazku Agentury dle ustanovení

- předchozího odstavce, zavazuje se Agentura nahradit veškeré náklady a škody tímto jednáním Agentury Zadavateli vzniklé, a to zejména: náklady za případné soudní či správní řízení, náklady právního zastoupení, náhradu škody zaplacenou třetími osobami.
13. Agentura je oprávněna k plnění závazků dle dílčích smluv využívat třetí osoby (poddodavatele - seznam poddodavatelů tvoří přílohu č. 1, a to v případě, že Agentura prostřednictvím poddodavatele prokazovala v zadávacím řízení splnění kvalifikace dle § 83 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, v platném znění); odpovídá však za jejich plnění ve stejném rozsahu, jako by dané služby poskytovala sama. Agentura se dále zavazuje zavázat poddodavatele k dodržování podmínek této Dohody resp. dílčích smluv, a předávat Zadavateli bez zbytečného odkladu veškeré dokumenty (faktury, smlouvy, atd.), které od poddodavatelů obdrží, pro ně vydá či s nimi uzavře, jestliže mají souvislost s činností prováděnou dle této Dohody, resp. dílčích smluv.
 14. Veškeré výstupy vytvořené v souvislosti s poskytováním reklamních služeb, zejména výkresy, grafika, fotografie a jiná výtvarná díla, mediální plány, propagační návrhy a modely, označení a slogany, scénáře, nahrávky, reklamy, dotazníky, příručky a metodiky průzkumu trhu, budou zadavateli předány ve dvou vyhotoveních na externích discích v elektronické podobě, a to jak ve formátech umožňujících jednoduchý náhled (např. formát JPG, PDF), tak ve formátech umožňující další zpracování (fotografie ve formátu RAW či NEF, grafika v křivkách ve formátu PDF atp.).
 15. Kterákoliv ze stran může od dílčí smlouvy odstoupit s okamžitou účinností v případě jejího podstatného porušení druhou smluvní stranou. Strany se dohodly, že za podstatné porušení dílčí smlouvy se bude vždy považovat:
 - a) prodlení Agentury s plněním povinností dle dílčí smlouvy po dobu delší než 30 kalendářních dnů,
 - b) prodlení Zadavatele s placením faktur za služby dle příslušné dílčí smlouvy po dobu delší než 30 pracovních dnů.
 16. Zadavatel je oprávněn před dokončením činností dle jednotlivých dílčích smluv ze strany Agentury tyto i bez udání důvodu vypovědět; v takovém případě Agentura s plněním dle dílčí smlouvy nezapočne nebo jeho realizaci ihned ukončí. Zadavatel v takovém případě uhradí Agentuře jí vzniklé náklady v souvislosti se započatým plněním a jeho předčasným ukončením, za předpokladu, že takové náklady byly Agenturou vynaloženy v souladu s příslušnou dílčí smlouvou a s touto Dohodou a že budou Agenturou Zadavateli řádně doloženy.

Čl. VI

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

1. Agentura bude uschovávat všechny základní doklady (konečnou verzi, předtisky atd.) a movité věci po dobu plnění příslušné reklamní služby, která je plněním dílčí smlouvy ze strany Agentury. Po skončení takové reklamní služby je Agentura povinna předat všechny tyto materiály Zadavateli během následujících 60 dnů po skončení plnění dotčené služby, a to nejpozději v den podpisu předávacího protokolu.
2. Zadavatel se zavazuje přebírat od Agentury plnění předmětu dílčích smluv a písemně každé převzetí Agentuře potvrdit. Odmítnout převzít plnění je Zadavatel oprávněn pouze v případě, že tato plnění odporují podmínkám obsaženým v dílčí smlouvě anebo v této Dohodě.
3. Dnem podpisu, kterým Zadavatel potvrdí převzetí plnění, je plnění předáno. Den převzetí plnění je dnem zdanitelného plnění.
4. Vlastnictví movitých věcí, které byly vytvořeny v rámci poskytování reklamního servisu dle dílčích smluv, přechází na Zadavatele v okamžiku jejich převzetí od Agentury, pokud nebude Stranami stanoveno jinak. Ve stejný okamžik přechází na Zadavatele i nebezpečí škody na věcech.
5. Do doby přechodu vlastnictví k movitým věcem, které byly vytvořeny v rámci poskytování reklamních služeb dle dílčích smluv, z Agentury na Zadavatele, je Agentura povinna 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 Dohody, resp. dílčích smluv musejí být do předání jejich hmotně zachyceného výsledku Zadavateli doposud nezveřejněné (nezpřístupněné veřejnosti), nedohodnou-li se Strany písemně jinak.
7. Agentura je povinna označit či jinak zřejmě identifikovat movité věci dle odstavce 1 tohoto článku, a to bez zbytečného odkladu po jejich vyhotovení.

Čl. VII

Cena předmětu plnění a způsob její úhrady

1. Za poskytování služeb dle této Dohody, resp. dle dílčích smluv sjednaných na základě této Dohody, náleží Agentuře odměna ve výši dle povahy a rozsahu poskytovaných služeb. Cena za poskytované služby bude stanovena v jednotlivých dílčích smlouvách, a to dle tabulky jednotkových cen uvedené v Příloze č. 2 této Dohody. Ceny uvedené v tabulce jednotkových cen jsou nejvýše přípustné a konečné; veškeré výdaje Agentury související s poskytováním služeb dle této Dohody, resp. dílčích smluv, včetně odměny za poskytnutí licencí či podlicencí poskytovaných v souvislosti s plněním této Dohody, resp. dílčích smluv, jsou již zahrnuty v jednotlivých položkách tabulky jednotkových cen. Agentura je však oprávněna v nabídce na uzavření dílčí smlouvy navrhnout nižší jednotkové ceny (slevu) za poskytování reklamních služeb. Nebude-li pro konkrétní dílčí reklamní službu, resp. soubor reklamních služeb v Příloze č. 2 této Dohody stanovena dílčí jednotková cena, bude Zadavatel postupovat v souladu s § 222 odst. 2 ZZVZ a v souladu s čl. III. odst. 2 této Dohody.
2. Celková cena předmětu plnění dle této Dohody nesmí v součtu překročit částku 33.000.000,- Kč (slovy: třicet tři milionů korun českých) bez DPH.
3. Cenu za poskytování služeb dle této Dohody, resp. dle jednotlivých dílčích smluv se Zadavatel zavazuje hradit Agentuře na základě daňového dokladu (faktury), který bude vystaven Agenturou nejpozději do 2 měsíců po vykonání všech činností dle jednotlivé dílčí smlouvy. Splatnost faktury bude minimálně 21 dnů ode dne jejího doručení Zadavateli. Platba bude prováděna bezhotovostním převodem na účet uvedený na faktuře.
4. Cena za poskytování služeb se považuje za uhrazenou dnem odepsání příslušné částky z účtu Zadavatele.

Čl. VIII

Zaměstnanci a členové týmu Agentury podílející se na realizaci dílčích smluv

1. Agentura je povinna zajistit, aby odborná kvalifikace členů týmu, podílejících se na poskytování reklamních služeb, byla na vysoké profesionální úrovni odpovídající povaze a složitosti předmětu plnění této Dohody, resp. jednotlivých dílčích smluv. Členy realizačního týmu, na pozicích uvedených v čl. 10. 3. zadávací dokumentace, musí být osoby, prostřednictvím kterých Agentura prokazovala kvalifikaci v rámci zadávacího řízení. Tito konkrétní členové realizačního týmu mohou být nahrazeni pouze z objektivních důvodů (pracovní neschopnost přesahující jeden měsíc, úmrtí, ukončení pracovního nebo obdobného poměru k Agentuře). K nahrazení musí dojít ve lhůtě jednoho měsíce, pouze osobami splňujícími kvalifikační kritéria dle čl. 10. 3. zadávací dokumentace pro zde uvedené pozice v realizačním týmu, a o této skutečnosti musí Agentura písemně informovat Zadavatele. Zároveň je Agentura povinna zajistit dostatečný počet pracovníků, podílejících se na poskytování reklamních služeb, aby byla zajištěna řádná a včasná realizace předmětu plnění této Dohody, resp. dílčích smluv.
2. Agentura je povinna zavázat zaměstnance a další osoby podílející se na poskytování reklamních služeb mlčenlivostí v rozsahu dle čl. IX této Dohody a seznámit tyto osoby s podmínkami této Dohody a příslušných dílčích smluv, které potřebují znát pro zajištění řádného plnění dle těchto smluv a dodržení všech jejich ujednání.
3. Agentura Zadavateli na jeho žádost poskytne profesní informace týkající se všech osob podílejících se na poskytování reklamních služeb. Agentura je povinna zajistit, že poskytnutí takových informací a jejich užití Zadavatelem pro účely vyplývající z této Dohody nebude v rozporu s právními předpisy na ochranu osobních údajů, zejména GDPR a zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů.

4. Agentura se zavazuje předběžně konzultovat se Zadavatelem jakoukoli reorganizaci nebo změnu klíčových osob podílejících se na poskytování reklamních služeb a v maximální možné míře zohlednit Zadavatelovy případné požadavky.
5. Pokud bude Zadavatel nespokojen s výsledky práce některého člena realizačního týmu Agentury a společným úsilím nebude možné záležitost vyřešit jiným způsobem, je Agentura povinna nahradit takovou osobu osobou jinou, mající potřebné předpoklady.

Čl. IX

Obchodní tajemství a ochrana důvěrných informací

1. Agentura se zavazuje zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o nichž se dozví v průběhu výkonu své činnosti podle této Dohody, resp. dílčích smluv. Agentura se zavazuje zachovávat mlčenlivost zejména o skutečnostech, které Zadavatel označí jako skutečnosti utajované a důvěrné, stejně tak i o osobě Zadavatele, s výjimkou informací, které jsou určeny ke zveřejnění. Za důvěrné a utajované informace ve smyslu tohoto článku se považují veškeré informace, které jsou jako takové výslovně označené anebo jsou takového charakteru, že mohou v případě zveřejnění přivodit Zadavateli újmu bez ohledu na to, zda mají povahu osobních, obchodních či jiných informací, dokud se tyto informace nestanou známými. Agentura není oprávněna zpřístupnit důvěrné a utajované informace jakékoli třetí straně bez předchozího souhlasu Zadavatele. Agentura rovněž nesmí použít tyto informace v rozporu s jejich účelem pro své potřeby.
2. Povinnost mlčenlivosti ve shora uvedeném rozsahu platí dále ještě dva roky po skončení účinnosti této Dohody, nebude-li v jednotlivém případě dohodnuto Stranami jinak.
3. Ustanovení § 504 (obchodní tajemství) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění, nejsou tímto článkem dotčena.

Čl. X

Autorská práva

1. Předmětem tohoto článku je úprava majetkových práv autorských k dílům naplňujícím znaky díla ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, v platném znění (dále jen „**autorský zákon**“) (práva užití dílo), která budou vytvořena v rámci poskytování reklamních služeb podle této Dohody, resp. dílčích smluv, buď v rámci Agentury jako zaměstnanecká díla dle § 58 autorského zákona nebo třetími osobami. Osobnostní autorská práva k těmto dílům zůstávají Dohodou nedotčena.
2. Díla vytvořená v rámci Agentury, jako díla zaměstnanecká, budou pro Zadavatele vytvářena v rámci poskytování reklamních služeb podle této Dohody zejména na základě jednotlivých dílčích smluv (dílo vytvořené na objednávku) ve smyslu § 61 autorského zákona. Agentura je povinna poskytnout Zadavateli k takovým dílům výhradní, územně neomezenou licenci, v neomezeném rozsahu ke všem účelům užití, a to po dobu 4 let od skončení platnosti této Dohody (s výjimkou pro kampaň navržených a vytvořených sloganů/claimu, logotypů, značek a maskotů, u kterých Agentura poskytuje licenci časově i územně neomezenou).
3. Agentura se zavazuje, že na autorská díla vytvořená třetími osobami (tj. nikoliv díla vytvořená v rámci Agentury, jako díla zaměstnanecká) užitá v reklamních službách dle této Dohody, resp. dílčích smluv, získá od autorů či jiných třetích osob výhradní, územně neomezené licence, popř. podlicence, v neomezeném rozsahu ke všem účelům užití, a to po dobu 4 let od skončení platnosti této Dohody (s výjimkou pro kampaň navržených a vytvořených sloganů/claimu, logotypů, značek a maskotů, u kterých Agentura získá od autorů licenci časově a územně neomezenou). Zároveň se Agentura zavazuje zajistit svolení autora či jiné třetí osoby s poskytnutím podlicence třetí osobě, a to ve stejném rozsahu, v němž má být Zadavateli poskytnuta licence dle předchozí věty, jakož i s jejím postoupením na třetí osobu. Agentura se zavazuje, že uzavře k tomuto účelu všechny potřebné smlouvy se třetími osobami. Agentura se zavazuje poskytnout Zadavateli veškerá takto získaná majetková autorská práva třetích osob. Agentura se zavazuje zajistit, že takto nebudou porušena práva třetích osob.
4. Agentura se rovněž zavazuje zajistit Zadavateli souhlas k provedení jakýchkoliv změn nebo modifikací autorského díla, a to i prostřednictvím třetích osob.

5. Agentura se zavazuje v každém případě předem písemně informovat Zadavatele o povaze jakéhokoli možného omezení, pokud jde o poskytnutí autorských práv dle předchozích odstavců tohoto článku Dohody.
6. Zadavatel je oprávněn užít autorská díla od okamžiku převzetí hmotných substrátů (movitých věcí), v nichž jsou tato díla vyjádřena, od Agentury, pokud nebude Stranami v dílčí smlouvě stanoveno jinak. Zadavatel není povinen díla užít.
7. Agentura odpovídá Zadavateli za to, že práva poskytovaná podle předchozích odstavců budou v úplném souladu s obecně závaznými právními předpisy.
8. Práva poskytnutá Zadavateli podle předchozích odstavců tohoto článku není Agentura oprávněna poskytnout jakékoli třetí osobě.

Čl. XI

Práva k ostatním nehmotným statkům

1. Předmětem tohoto článku je úprava majetkových práv k výkonům naplňujícím znaky uměleckého výkonu ve smyslu autorského zákona (práva užít umělecký výkon), které budou vytvořeny v rámci poskytování reklamních služeb podle této Dohody, resp. dílčích smluv třetími osobami (dále jen „**umělecké výkony**“). Předmětem tohoto článku je dále úprava práv
 - a) výrobce zvukového záznamu k jeho záznamu,
 - b) výrobce zvukově obrazového záznamu k jeho prvotnímu záznamu,
 - c) k předmětu databáze, patentu, užitého a průmyslového vzoru, topografie polovodičových výrobků, ochranné známky a dalším nehmotným statkům,vytvořeným třetími osobami v rámci poskytování reklamních služeb Agenturou podle této Dohody, resp. dílčích smluv (dále souhrnně jen „**nehmotné statky**“). Mezi tyto nehmotné statky patří i práva z přihlášek k registraci všech práv, která vznikají až na základě veřejnoprávní registrace. Osobnostní práva k uměleckým výkonům a nehmotným statkům zůstávají Dohodou nedotčena.
2. Agentura se zavazuje, že k uměleckým výkonům užitým v reklamních službách poskytovaných dle této Dohody, resp. dílčích smluv, získá od třetích osob výhradní, územně neomezené licence, popř. podlicence, v neomezeném rozsahu ke všem způsobům užití, a to po dobu 4 let od skončení platnosti této Dohody. Zároveň se Agentura zavazuje zajistit svolení umělce či jiné třetí osoby s poskytnutím podlicence třetí osobě, a to ve stejném rozsahu, v němž má být Zadavateli poskytnuta licence dle předchozí věty, jakož i s jejím postoupením na třetí osobu. Agentura se zavazuje, že uzavře k tomuto účelu všechny potřebné smlouvy se třetími osobami. Agentura se zavazuje poskytnout Zadavateli veškerá takto získaná majetková práva třetích osob. Agentura se zavazuje zajistit, že takto nebudou porušena práva třetích osob. Pro práva k uměleckým výkonům se použijí ustanovení čl. X odst. 5 až 8 této Dohody obdobně.
3. Agentura se dále zavazuje, že převede na Zadavatele veškerá práva k nehmotným statkům užitým v reklamních službách poskytovaných dle této Dohody, popřípadě, pokud by nebylo objektivně možné tato práva převést, získá Agentura pro Zadavatele výhradní, územně neomezené licence, popř. podlicence, v neomezeném rozsahu ke všem způsobům užití, a to po dobu 4 let od skončení platnosti této Dohody. Pro práva k nehmotným statkům se použijí ustanovení čl. X odst. 5 až 8 této Dohody obdobně.

Čl. XII

Smluvní pokuty

1. V případě prodlení Zadavatele s platbou ceny služeb dle jednotlivých dílčích smluv, má Agentura nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodlení, maximálně však do výše částky, s jejíž úhradou je Zadavatel v daném případě v prodlení.
2. V případě, že Agentura v rozporu s ustanovením čl. IV odst. 4 Dohody v Zadavatelem stanovené lhůtě nepodá nabídku na dílčí plnění či novou nabídku na dílčí plnění dle čl. IV odst. 4 Dohody ve spojení s čl. IV odst. 6 Dohody, je Agentura povinna zaplatit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 50.000,- Kč (slovy: padesát tisíc korun českých), a to za každý případ porušení uvedené povinnosti.

3. V případě prodlení Agentury s vystavením daňového dokladu dle čl. VII odst. 3 Dohody má Zadavatel nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 0,05 % z ceny poskytnutých služeb za každý den prodlení, maximálně však do výše ceny poskytnutých služeb, s jejichž vyúčtováním je Agentura v prodlení.
4. V případě prodlení Agentury s dodáním podkladů k uveřejnění reklamních aktivit v médiích je Agentura povinna uhradit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 0,1 % z celkové ceny těchto reklamních aktivit dle dílčí smlouvy za každý byt' započatý den prodlení.
5. V případě prodlení Agentury s jiným plněním, než je uvedeno výše v odst. 3 a 4 tohoto článku Dohody (tj. např. s výrobně technickými realizacemi apod.), nebo s výměnou členů realizačního týmu dle čl. VIII odst. 1 Dohody, po dobu delší než 14 dnů, má Zadavatel nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 10.000,- Kč (slovy: deset tisíc korun českých), a to za každý jednotlivý případ prodlení.
6. V případě vadného uveřejnění reklamní aktivity v médiích, je Agentura povinna uhradit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 20.000,- Kč (slovy: dvacet tisíc korun českých), a to za každý jednotlivý případ vadného uveřejnění. Vadným uveřejněním se přitom pro účely tohoto ustanovení rozumí rozpor uveřejnění reklamní aktivity s obsahem této či dílčí smlouvy patrný při běžném vnímání.
7. V případě, že plnění Agentury, jiné než uvedené v odst. 6 tohoto článku Dohody (tj. např. výrobně technické realizace apod.), nebude odpovídat podmínkám této Dohody či dílčí smlouvy, je Agentura povinna uhradit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 20.000,- Kč (slovy: dvacet tisíc korun českých) za každý případ takového rozporu.
8. V případě porušení povinností dle čl. V odst. 2, 5 nebo 6 Dohody zaplatí Agentura Zadavateli smluvní pokutu ve výši 5.000,- Kč (slovy: pět tisíc korun českých), a to za každé jednotlivé porušení uvedené povinnosti.
9. V případě porušení povinností dle čl. V odst. 7 Dohody zaplatí Agentura Zadavateli smluvní pokutu ve výši 100.000 Kč (slovy: jedno sto tisíc korun českých), a to za každé jednotlivé porušení uvedené povinnosti.
10. V případě nesplnění závazku dle čl. V odst. 11 Dohody je Agentura povinna uhradit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 200.000,- Kč (slovy: dvě set tisíc korun českých), a to za každé jednotlivé porušení uvedené povinnosti.
11. Za porušení povinností stanovených v článku IX Dohody se Agentura zavazuje Zadavateli zaplatit smluvní pokutu ve výši 500.000,- Kč (slovy: pět set tisíc korun českých) za každý jednotlivý případ porušení povinností.
12. Za porušení některé z povinností stanovených v článku X odst. 2, 3, 4, 5 nebo 8 Dohody se Agentura zavazuje Zadavateli zaplatit smluvní pokutu ve výši 30.000,- Kč (slovy: třicet tisíc korun českých) za každý případ porušení některé z uvedených povinností.
13. Za porušení některé z povinností stanovených v článku XI odst. 2 nebo 3 Dohody se Agentura zavazuje Zadavateli zaplatit smluvní pokutu ve výši 30.000,- Kč (slovy: třicet tisíc korun českých) za každý případ porušení některé z uvedených povinností.
14. V případě, že Agentura v rozporu s ustanovením čl. XIII odst. 2 Dohody nedoplní v tam stanovené lhůtě finanční záruku do výše 300.000,- Kč, zavazuje se zaplatit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 50.000,- Kč (slovy: padesát tisíc korun českých), a to za každý případ porušení uvedené povinnosti.
15. V případě nesplnění jiného závazku nebo povinnosti vyplývající z této Dohody, v jehož důsledku vznikne škoda Zadavateli, je Agentura povinna uhradit Zadavateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč (slovy: deset tisíc korun českých), a to za každé jednotlivé porušení uvedené povinnosti.
16. Smluvní pokuty dle odst. 2 až 15 tohoto článku Dohody je Agentura povinna zaplatit Zadavateli do 14 dnů ode dne doručení písemné výzvy k zaplacení smluvní pokuty zaslané Zadavatelem. Ustanoveními odst. 2 až 15 tohoto článku Dohody není dotčena povinnost Agentury k náhradě škody v plné výši.

Čl. XIII

Finanční záruka

1. Agentura se zavazuje nejpozději do 30 dní ode dne uzavření této Dohody zřídit a Zadavateli v originálu předložit finanční záruku ve smyslu § 2029 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění, sjednanou ve prospěch Zadavatele, a to k zajištění veškerých pohledávek Zadavatele vůči Agentuře vzniklých v souvislosti s plněním této Dohody, resp. jednotlivých dílčích smluv na základě této Dohody sjednaných, z níž bude vyplývat neodvolatelný závazek výstavce, zaplatit na první výzvu Zadavatele částku do výše 300.000,- Kč (slovy tři sta tisíc korun českých). Finanční záruka musí být sjednána na celou dobu platnosti a účinnosti této Dohody. Finanční záruka může mít podobu Bankovní záruky nebo Notářské či Advokátní úschovy.
2. Bude-li finanční záruka Zadavatelem využita, sdělí Zadavatel tuto skutečnost písemně Agentuře, včetně výše prostředků čerpaných z finanční záruky, spolu se žádostí o její doplnění. Agentura se zavazuje nejpozději do 30 dnů ode dne doručení takové žádosti finanční záruku doplnit do částky 300.000,- Kč. V případě, že Agentura finanční záruku v uvedené lhůtě nedoplní, je Zadavatel oprávněn vedle uplatnění smluvní pokuty rovněž odstoupit od Dohody dle čl. XV odst. 3 písm. d) Dohody.
3. Originál záruční listiny předaný Zadavateli dle odst. 1 tohoto článku Dohody bude po celou dobu platnosti a účinnosti této Dohody v držení Zadavatele. Zadavatel se zavazuje vrátit Agentuře originál záruční listiny do 30 dní ode dne skončení platnosti této Dohody.

Čl. XIV

Ostatní ujednání

1. Agentura se zavazuje poskytovat Zadavateli písemné vyhodnocování veškerých probíhajících nebo ukončených dílčích plnění dle této Dohody, a to ve formě tzv. závěrečných zpráv. Smluvní strany se dohodly, že vždy po ukončení každého čtvrtletí roku platnosti této Dohody Zadavatel provede zhodnocení činnosti Agentury v předcházejícím čtvrtletí.
2. Agentura je povinna na své vlastní náklady vést a archivovat - postačí v elektronické podobě (formou skenů dokumentů, fotodokumentace apod.) - po dobu plnění této Dohody a dále po dobu deseti let od ukončení její platnosti, doklady a záznamy o veškerých plněních provedených a nákladech vynaložených v souvislosti s plněním této Dohody, včetně povahy, typu médií, dat, nákladů a výdajů všech plnění, která Agentura pro Zadavatele realizovala, a to chronologicky s přesným časovým určením vzniku jednotlivých dokladů či záznamů. Na požádání Zadavatele je Agentura povinna vydat Zadavateli záznamy či doklady v elektronické podobě, potvrzující vykonání služeb včetně případného zajištění autorských a jiných práv duševního vlastnictví; tento závazek trvá ještě deset let od ukončení platnosti této Dohody.

Čl. XV

Účinnost Dohody

1. Tato Dohoda nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma Stranami a účinnosti dnem jejího zveřejnění v registru smluv. Tato dohoda se uzavírá na dobu určitou, a to na dobu 3 let ode dne účinnosti této Dohody.
2. Tuto Dohodu lze před uplynutím doby, na níž byla sjednána, ukončit písemnou dohodou Stran, výpovědí ze strany Zadavatele či odstoupením od Dohody, a to za podmínek uvedených dále v tomto článku. Odstoupení od Dohody či výpověď Dohody musí být písemné a doručené druhé Straně osobně, kurýrem nebo doporučenou poštou.
3. Kterákoliv ze Stran může od Dohody odstoupit s okamžitou účinností v případě jejího podstatného porušení druhou smluvní stranou. Strany se dohodly, že za podstatné porušení Dohody se bude vždy považovat:
 - a) prodlení Agentury s plněním povinností dle této Dohody, resp. dle dílčích smluv sjednaných dle této Dohody, po dobu delší než 30 kalendářních dní;
 - b) prodlení Zadavatele s placením faktur v rozsahu převyšujícím v souhrnu částku výše 2.000.000,- Kč (slovy dva miliony korun českých bez příslušenství), po dobu delší než 30 pracovních dnů ode dne doručení písemného vyrozumění Agentury o prodlení Zadavatele s úhradou faktur a o zamýšleném odstoupení od Dohody;
 - c) pokud Agentura neplní předmět Dohody řádným způsobem, přičemž její postup nebo dosavadní výsledek provádění předmětu Dohody vede opakovaně a nepochybně k

- prokazatelně vadnému plnění a na tento stav byla Agentura alespoň dvakrát Zadavatelem písemně upozorněna;
- d) porušení povinnosti Agentury dle čl. XIII odst. 1 a 2 Dohody, tj. nepředložení finanční záruky v požadované době a o požadovaném obsahu nebo její včasné nedoplnění v případě jejího čerpání ze strany Zadavatele;
 - e) pokud vůči majetku Agentury probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku nebo insolvenční návrh na Agenturu byl zamítnut proto, že majetek Agentury nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení, nebo Agentura vstoupí do likvidace;
 - f) pokud dojde k prokazatelnému porušení autorských práv ze strany Agentury.
4. Zadavatel je oprávněn tuto Dohodu vypovědět bez udání důvodu, a to s výpovědní lhůtou 2 měsíce, která počíná běžet od prvního dne měsíce následujícího po doručení výpovědi. Po dobu výpovědní lhůty trvají všechna práva a povinnosti stran touto Dohodou, resp. dílčí smlouvou založené. Nedohodnou-li se strany písemně jinak, je Agentura povinna poskytnout služby, na nichž se se Zadavatelem dohodla do doby doručení výpovědi, není-li ve výpovědi stanoveno jinak. Zadavatel je povinen tyto služby v souladu s touto Dohodou, resp. dílčí smlouvou, zaplatit.
5. V případě ukončení této Dohody před uplynutím doby, na níž byla sjednána, může Zadavatel požadovat, že určité dílčí plnění nebude dokončeno nebo že se s jeho plněním nezapočne, ačkoliv bylo mezi stranami závazně sjednáno na základě dílčí smlouvy. Zadavatel v takovém případě uhradí Agentuře jí vzniklé náklady v souvislosti se započatým plněním a jeho předčasným ukončením, za předpokladu, že takové náklady byly Agenturou vynaloženy v souladu s příslušnou dílčí smlouvou a s touto Dohodou a že budou Agenturou Zadavateli řádně doloženy. Nárok na úhradu nákladů dle předchozí věty však Agentura nemá v případě, že k ukončení Dohody, byť ze strany Zadavatele, došlo z důvodů stojících na straně Agentury.

Čl. XVI

Ustanovení společná a závěrečná

1. Tato Dohoda je vyhotovena ve dvou stejnopisech v jazyce českém. Oba stejnopisy mají platnost originálu, kdy každá ze Stran obdrží po jednom z nich.
2. Tato Dohoda se řídí právem České republiky a pro případné spory jsou příslušné soudy České republiky.
3. Mediem se pro účely této Dohody rozumí hromadný sdělovací prostředek, působící na veřejnost slovem psaným či mluveným, obrazem nebo zvukem (tj. rozhlas, televize, tisk, billboard apod.).
4. Strany souhlasí s tím, že jejich projevy, s výjimkou odstoupení od Dohody dle čl. XV odst. 3 Dohody a výpovědi dle čl. XV odst. 4 Dohody, mohou být učiněny i prostřednictvím e-mailu na adresu kontaktní osoby uvedené v čl. IV této Dohody, není-li v této Dohodě či dílčí smlouvě stanoveno jinak.
5. Měnit ujednání v této Dohodě uvedená je možno pouze na základě souhlasné vůle smluvních stran, a to vždy ve formě písemných dodatků k této Dohodě.
6. Agentura je srozuměna s tím, že Zadavatel je povinným subjektem dle § 2 odst. 1 zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv a je tak povinen zveřejnit obraz smlouvy a její případné změny (dodatky) a další dokumenty od této smlouvy odvozené včetně metadat. Zadavatel se zavazuje tuto Dohodu uveřejnit v souladu s tímto zákonem, a to požadovaným způsobem, v zákonem stanovené lhůtě.
7. Nedílnou součástí této Dohody jsou následující přílohy:
 - Příloha č. 1 - Seznam poddodavatelů (přílohou Dohody je seznam poddodavatelů pouze v případě, že Dodavatel prostřednictvím poddodavatele prokazoval v zadávacím řízení splnění kvalifikace dle § 83 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek).
 - Příloha č. 2 – Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech Agentury – Tabulka jednotkových cen
8. Je-li nebo stane-li se některé ustanovení této Dohody neplatným či neúčinným, nedotýká se to ostatních ustanovení této Dohody, která zůstávají platná a účinná. Smluvní strany se v tomto případě zavazují jednat v dobré víře s cílem nahradit neplatné/neúčinné ustanovení ustanovením platným/účinným, které nejlépe odpovídá původně zamýšlenému účelu ustanovení neplatného/neúčinného.

9. Agentura prohlašuje, že Dohoda neobsahuje informace, které nelze poskytovat podle právních předpisů upravujících svobodný přístup k informacím. Agentura bere na vědomí, že Zadavatel coby povinná osoba ve smyslu zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů, je povinen Dohodu zveřejnit v registru smluv. Tato skutečnost nebrání Agentuře, aby i z její strany došlo ke zveřejnění této Dohody. Obě smluvní strany jsou povinny nejpozději do 5 dnů ode dne podpisu této Dohody provést kontrolu, zda je Dohoda zveřejněna v registru smluv. V případě, že Agentura zjistí, že tato Dohoda zveřejněna v registru není, je povinen neprodleně písemně informovat kontaktní osobu Zadavatele anebo Dohodu sám zveřejnit.
10. Ohledně zpracování osobních údajů, ke kterému může v souvislosti s předmětem této smlouvy dojít, smluvní strany se zavazují vystupovat tak, aby byly v co nejširší míře dodržovány povinnosti stanovené Nařízením EU 2016/679 (dále jen jako „GDPR“) a souvisejícími právními předpisy. Tento způsob vystupování spočívá zejména v dodržování povinnosti mlčenlivosti v souvislosti se zpracovávanými osobními údaji, dále uplatňování zásad stanovených čl. 5, čl. 24 GDPR a následujících při zpracování osobních údajů a v neposlední řadě také v povinnosti přiměřeně reagovat na uplatněná práva subjektů údajů dle čl. 12 GDPR a následujících. S ohledem na dodržování těchto povinností, jakož i za účelem splnění povinností při kontrole dle zvláštních předpisů, si jsou smluvní strany povinny poskytnout veškerou nutnou součinnost. Výše uvedený výčet povinností je výčtem demonstrativním. Smluvní strany berou na vědomí, že ucelená politika zásad SZIF je zveřejněna na stránkách www.szif.cz.
11. Zadavatel si vyhrazuje možnost neuzavírat dílčí smlouvy s Agenturou na realizaci veřejné zakázky postupem podle § 134 odst. 1 ZZVZ v případě, že nebude mít dostatečné finanční prostředky (např. zadavatel neobdrží ze státního rozpočtu finanční prostředky na realizaci veřejné zakázky nebo poskytnuté finanční prostředky by nepokryly plnění veřejné zakázky v celé výši).
12. Smluvní ustanovení, z nichž vyplývá, že mají přetrvávat i po skončení účinnosti Dohody, přetrvávají zánik Dohody.
13. Podpisem této Dohody vyjadřují smluvní strany svou vůli ctít a plnit její veškerá ustanovení v plném rozsahu.

V Praze dne

V Praze dne

.....
Ing. Martin Šebestýán, MBA,
generální ředitel SZIF

.....
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Příloha č. 1

Seznam poddodavatelů

[ÚČASTNÍK VLOŽÍ SEZNAM PODDODAVATELŮ V PŘÍPADĚ, ŽE PROSTŘEDNICTVÍM
PODDODAVATELE PROKAZOVAL V ZADÁVACÍM ŘÍZENÍ SPLNĚNÍ KVALIFIKACE DLE §
83 ZÁKONA Č. 134/2016 SB., O ZADÁVÁNÍ VEŘEJNÝCH ZAKÁZEK]

**ÚČASTNÍK NEBUDE VYUŽÍVAT ŽÁDNÉHO PODDODAVATELE, PROSTŘEDNICTVÍM
KTERÉHO PROKAZUJE SPLNĚNÍ KVALIFIKACE.**

Příloha č. 2
Tabulka jednotkových cen

Příloha č. 2 rámcové dohody

Rámcová dohoda - Informační a propagační kampaň na podporu soutěže Regionální potravina
Nabídková cena za dílčí plnění spočívající ve výkonech agentury

1. prezentace značky Regionální potravina v TV

předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Cena za vytvoření návrhu TV spotu	Návrh 1 textového storyboardu TVC 30s	40 000,00	8 400,00	48 400,00	A1.1
	Návrh 1 kresleného storyboardu TVC 30s s dotažením do předprodukční fáze	80 000,00	16 800,00	96 800,00	A1.1
	Návrh a produkce 1 animatiku TVC 30s	30 000,00	6 300,00	36 300,00	A1.1
	Návrh 1 textového storyboardu TVC 10s	20 000,00	4 200,00	24 200,00	A1.1
	Návrh 1 kresleného storyboardu TVC 10s s dotažením do předprodukční fáze	34 000,00	7 140,00	41 140,00	A1.1
	Návrh a produkce 1 animatiku TVC 10s	25 500,00	5 355,00	30 855,00	A1.1

2. prezentace značky Regionální potravina v rádích

předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Cena za vytvoření návrhu rozhlasového spotu	Návrh 1 storyboardu rozhlasového spotu 30s s dotažením do předprodukční fáze	10 000,00	2 100,00	12 100,00	A1.1
Voice casting	Cena za hlasový casting - 5 hlasů	2 000,00	420,00	2 420,00	A1.2
Cena za výrobu rozhlasového spotu	Výroba funkčního (vysílatelného) rozhlasového spotu v délce 30s - cena nebude zahrnovat cenu za hudbu a speakera	22 000,00	4 620,00	26 620,00	A1.1
Cena za vytvoření návrhu rozhlasového spotu	Návrh 1 storyboardu rozhlasového spotu 20s s dotažením do předprodukční fáze	8 000,00	1 680,00	9 680,00	A1.1
Cena za výrobu rozhlasového spotu	Výroba funkčního (vysílatelného) rozhlasového spotu v délce 20s - cena nebude zahrnovat cenu za hudbu a speakera	20 000,00	4 200,00	24 200,00	A1.1

3. prezentace značky Regionální potravina na internetu

předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Cena za vytvoření návrhu online flash banneru	Návrh 1 storyboardu online banneru vč. dotažení do předprodukční fáze	10 000,00	2 100,00	12 100,00	A1.1
Vytvoření online bannerů k předání ve formátu flash	1 kus 300 x 600 px	2 200,00	462,00	2 662,00	A1.2
	1 kus 1200 x 800 px	2 000,00	420,00	2 420,00	A1.2
	1 kus 998 x 200 px	2 200,00	462,00	2 662,00	A1.2
	1 kus 980 x 200 px + 1920 x 600 px	3 900,00	819,00	4 719,00	A1.2
	1 kus 980 x 200 px + 2000 x 600 px	4 000,00	840,00	4 840,00	A1.2
	1 kus Square 250 x 250 px	2 000,00	420,00	2 420,00	A1.2

4. prezentace značky Regionální potravina v prodejních místech

předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Cena za návrh wobleru A5	Vizuální i textový návrh 4/0 A5 wobleru do předtiskové přípravy	6 000,00	1 260,00	7 260,00	A1.1
Cena za návrh letáku A5	Vizuální i textový návrh 4/4 A5 produktového letáku do předtiskové přípravy	8 500,00	1 785,00	10 285,00	A1.1

5. Spotřebitelská soutěž pro širokou veřejnost					
předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Návrh konceptu a mechaniky spotřebitelské soutěže	Návrh ideového konceptu spotřebitelské soutěže.	21 250,00	4 462,50	25 712,50	A1.1
Herní řád	Příprava herního řádu včetně právního posouzení	20 000,00	4 200,00	24 200,00	A1.1
6. Regionální roadshow pro širokou veřejnost					
předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Návrh road show	Návrh konceptu road show do předprodukční fáze	15 000,00	3 150,00	18 150,00	A1.1
7. Public relations					
předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena v Kč bez DPH	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Tisková zpráva	Sepsání jedné tiskové zprávy o jedné normostraně včetně jazykové korektury	5 000,00	1 050,00	6 050,00	A1.1
Recept z produktů značky Regionální potravina	Tvorba jednoho receptu vytvořeného z produktů značky Regionální potravina v rozsahu A4 včetně fotodokumentace a postupové fotodokumentace (min. 10 fotografií receptu v tiskové kvalitě)	6 000,00	1 260,00	7 260,00	A1.1
Newsletter	Kompletní tvorba elektronického zpravodaje o rozsahu 2 strany	10 000,00	2 100,00	12 100,00	A1.1
Redakční článek	Redakční článek o rozsahu jedné normostrany včetně jazykové korektury	4 000,00	840,00	4 840,00	A1.1
Fotodokumentace	Fotodokumentace z průběhu 1 akce v rozsahu 4 hodin fotografické práce na místě + následné korektury, třídění a úpravy fotografií v PC. Fotografie jsou určeny pro potřeby sociálních sítí a PR (v rozsahu min. 30 různorodých fotografií) v náhledové a i tiskové kvalitě (tzn. umožňující následné velkoplošné použití, tzn. ve formátech RAW, NEF, v křivkách PDF atp.), vše předané na jednom datovém nosiči s oddělením složek fotografií (fotografie náhledové a fotografie tiskové)	7 000,00	1 470,00	8 470,00	A1.1
8. Tisková produkce					
předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	cena za 1 ks v Kč bez DPH*	DPH v Kč	cena v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Leták A5, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 500 ks (offset), baleno po 100 ks	5,40	1,13	6,53	A1.2
Leták A4, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 10 000 ks, baleno po 500 ks	0,70	0,15	0,85	A1.2
Leták A4, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 500 ks (offset), baleno po 100 ks	6,30	1,32	7,62	A1.2
Leták A4, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 10 000 ks (offset), baleno po 500 ks	0,78	0,16	0,94	A1.2
Leták DL, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 50 ks (laser print)	8,60	1,81	10,41	A1.2
Leták DL, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 1000 ks (offset) baleno po 100 ks	3,30	0,69	3,99	A1.2
Leták DL, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 2000 ks (offset) baleno po 200 ks	2,80	0,59	3,39	A1.2
Leták DL, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída	Náklad 5000 ks (offset) baleno po 200 ks	1,60	0,34	1,94	A1.2
Brožura A4, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída, rozsah 36	Náklad 50 ks (laser print)	90,00	18,90	108,90	A1.2
Brožura A4, Barevnost 4/4, Materiál 150 gr křída, rozsah 36	Náklad 1000 ks (offset) baleno po 100 ks	29,00	6,09	35,09	A1.2
Plakát A2, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 50 ks (laser print)	80,00	16,80	96,80	A1.2
Plakát A2, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 150 ks (laser print)	77,00	16,17	93,17	A1.2
Plakát A2, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 1000 ks (offset)	6,50	1,37	7,87	A1.2
Plakát A3, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 50 ks (laser print)	20,00	4,20	24,20	A1.2
Plakát A3, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 150 (laser print)	12,30	2,58	14,88	A1.2
Plakát A3, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 2000 ks (offset)	5,40	1,13	6,53	A1.2
Plakát A4, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 100 ks (laser print)	10,00	2,10	12,10	A1.2
Plakát A4, Barevnost 4/0, Materiál křída lesk 135 gr	Náklad 8000 ks (offset)	1,83	0,38	2,21	A1.2
Samolepka, kruhový ořez, průměr 2,5 cm, 4/0, lesk	Náklad 500 ks, balení arch	5,80	1,22	7,02	A1.2
Samolepka, kruhový ořez, průměr 2,5 cm, 4/0, lesk	Náklad 1000 ks, balení role	2,20	0,46	2,66	A1.2
Samolepka, kruhový ořez, průměr 2,5 cm, 4/0, lesk	Náklad 2000 ks, balení role	1,60	0,34	1,94	A1.2
Samolepka, kruhový ořez, průměr 2,5 cm, 4/0, lesk	Náklad 10 000 ks, balení role	1,30	0,27	1,57	A1.2
Samolepka, rozměr 5x5 cm, 4/0, lesk	Náklad 500 ks, balení arch	3,20	0,67	3,87	A1.2
Samolepka, rozměr 5x5 cm, 4/0, lesk	Náklad 1000 ks, balení role	2,78	0,58	3,36	A1.2
Samolepka, rozměr 5x5 cm, 4/0, lesk	Náklad 10 000 ks, balení role	1,60	0,34	1,94	A1.2
Samolepka, rozměr 10x10 cm, 4/0, lesk	Náklad 500 ks, balení arch	9,90	2,08	11,98	A1.2
Samolepka, rozměr 10x10 cm, 4/0, lesk	Náklad 10 000 ks, balení role	1,80	0,38	2,18	A1.2
Podlahová samolepka, A2, 4/0, lesk, s povrchovou úpravou - wabler A5, materiál 200 gr křída, včetně úchopného	Náklad 500 ks, balení arch	60,00	12,60	72,60	A1.2
Podlahová samolepka, A2, 4/0, lesk, s povrchovou úpravou - wabler A5, materiál 200 gr křída, včetně úchopného	Náklad 10 000 ks, balení role	36,00	7,56	43,56	A1.2
Podlahová samolepka, A2, 4/0, lesk, s povrchovou úpravou - wabler A5, materiál 200 gr křída, včetně úchopného	Náklad 500 ks balení po 100 ks	14,20	2,98	17,18	A1.2
Podlahová samolepka, A2, 4/0, lesk, s povrchovou úpravou - wabler A5, materiál 200 gr křída, včetně úchopného	Náklad 1000 ks balení po 100 ks	9,90	2,08	11,98	A1.2
Brožura A5, 150 gr křída mat, barevnost 4/4, 36 stran vč.	Náklad 50 ks (laser print)	72,40	15,20	87,60	A1.2
Brožura A5, 150 gr křída mat, barevnost 4/4, 36 stran vč.	Náklad 1000 ks (offset)	18,60	3,91	22,51	A1.2
Citylight 1,18 x 1,75 m	Náklad 300 ks	110,00	23,10	133,10	A1.2
Externí disk USB	1 ks externí disk USB min. 3.0 o kapacitě min. 4 TB vč. přípojného kabelu do počítače (na předání fotodokumentace)	3 000,00	630,00	3 630,00	A1.2

* Uveďte vždy cenu na výrobu jednoho kusu z celkového kalkulovaného nákladu

9. Jednotkové ceny za služby zajištění podpory					
Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	Cena za hodinu v Kč bez DPH	DPH v Kč	Cena za hodinu v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Account executive	Zejména podpora AM, podpora každodenní správy projektu, komunikace s klientem a dodavateli, dopravné, telekomunikační náklady spojené s přípravou projektu, controlling, reporting, příprava podkladů.	1 100,00	231,00	1 331,00	A1.3
Copywriter	Tvorba reklamních textů pro propagační a marketingové účely tak, aby byly soudobě jazykově, terminologicky a stylisticky správné.	2 200,00	462,00	2 662,00	A1.3
PR manager	Návrh a realizace PR strategie, konzultace aktivit s dopadem na medializaci, návrh textové podoby PR materiálů, sestavení medialistu, média lobbying, krizová komunikace.	1 400,00	294,00	1 694,00	A1.3
SOME manager	Návrh a realizace strategie sociálních sítí, konzultace SOME aktivit, návrh podoby a redakční plán sociálních médií, správa jednotlivých kanálů soc. sítí, krizová komunikace	1 400,00	294,00	1 694,00	A1.3
Production manager print	Odpovědnost za přípravu a provedení všech kroků produkčního procesu v oblasti tisku, komunikace s ostatními členy týmu, komunikace s dodavateli, zajištění kalkulací od více dodavatelů za účelem výběru nejvhodnější nabídky. Jeho úkolem je zajistit, aby potřebné materiály byly vyrobeny, účinné, ve správném množství, s ohledem na náklady a odpovídající úroveň kvality.	1 000,00	210,00	1 210,00	A1.3
Production manager audio/video	Zejména odpovědnost za přípravu a provedení všech kroků přípravy a realizace výroby audio/video, komunikace s ostatními členy týmu, komunikace s dodavateli. Jeho úkolem je zajistit, aby audio/video výstupy byly vyrobeny v odpovídající kvalitě s odpovídajícími náklady.	1 500,00	315,00	1 815,00	A1.3
DTP operátor	Zpracování obrazových a textových návrhů reklamních materiálů podle výtvarných podkladů, grafické úpravy a finalizace návrhů do konečné podoby v rámci předtiskové přípravy.	850,00	178,50	1 028,50	A1.3
Flash designer	Tvorba a zpracování flash komponentů kampaně.	1 000,00	210,00	1 210,00	A1.3
Web master	Zejména vyhodnocování návštěvnosti webových stránek, poradenská analýza uživatelského chování návštěvníků webu, návrhy na rozvoj webových stránek.	1 000,00	210,00	1 210,00	A1.3
Traffic manager	Zejména distribuce úkolů v rámci agentury, odpovědnost za časové plnění jednotlivých projektů a dodržování klíčových termínů nejen vůči klientovi, ale také vůči dodavatelům	800,00	168,00	968,00	A1.3
Administrativa	Asistentická výpomoc na realizovaných projektech.	300,00	63,00	363,00	A1.3
Odborný poradce realizačního týmu	Odborné poradenství a konzultace v oblasti potravinářství	1 200,00	252,00	1 452,00	A1.3
10. Jednotkové ceny za služby a projektové řízení					
Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	Cena za hodinu v Kč bez DPH	DPH v Kč	Cena za hodinu v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Managing director*	Supervize realizace kampaní i jednotlivých projektů.	2 500,00	525,00	3 025,00	A1.4
Account director	Zejména odpovědnost za zajištění dostupných zdrojů a možností pro tým (AM, PM a AE), vedení projektového týmu, pravidelná komunikace se zadavatelem a klíčovými dodavateli, poskytování seniorního strategického poradenství, účast na strategických jednáních, dopravné, telekomunikační náklady spojené s přípravou projektu, příprava smluv, rozpočtů, odpovědnost za celkovou realizaci, finalizace reportů, včetně výstupních dat.	2 200,00	462,00	2 662,00	A1.4
Account manager	Zejména každodenní správa projektu, komunikace s klientem a dodavateli, dopravné, telekomunikační náklady, spojené s přípravou projektu, jednání, controlling, reporting, odpovědnost za průběh projektu, příprava podkladů AD a supervize dle aktuální potřeby, odpovědnost za řešení problémů, tvorba prezentací a nabídky včetně cen, AM slouží jako přímé spojení mezi reklamní agenturou a zadavatelem.	1 600,00	336,00	1 936,00	A1.4
Creative director	Vedoucí kreativního týmu, zejména základní tvorba konceptů, strategií, odpovědnost za kreativní výstupy.	2 500,00	525,00	3 025,00	A1.4
Art director	Odpovědnost za výtvarné a grafické zpracování veškerých grafických a výtvarných prací.	2 200,00	462,00	2 662,00	A1.4
* U pozice Managing director budou uznávány hodiny max. do počtu 10 % hodin uznaných pozici Account director.					

11. Ostatní náklady					
Režijní náklady	Doprava osobní automobil (cena za 50 km)	600,00	126,00	726,00	A1.2
	Doprava nákladní automobil (cena za 50km)(nad 12 t)	1 300,00	273,00	1 573,00	A1.2
	Laser print - barva (10 ks formát A4)	40,00	8,40	48,40	A1.2
	Laser print - barva (10 ks formát A3)	50,00	10,50	60,50	A1.2
12. Mediální plánování					
předmět dílčího plnění	specifikace dílčího plnění - NUTNO DODRŽET PRO STANOVENÍ CENY	Cena za hodinu v Kč bez DPH	DPH v Kč	Cena za hodinu v Kč, vč. DPH	Předmět hodnotícího subkritéria
Aktuální analýzy (trh, cílové skupiny)	Zejména analýzy výchozího stavu, vývoje a situace na trhu, analýzy cílových skupin a jejich nákupních zvyklostí, preferencí a mediálního chování a spotřeby.	750,00	157,50	907,50	A1.5
Návrh efektivního mediálního mixu	Zejména stanovení úrovně potenciálu mediálního mixu, stanovení úrovně a kvality doporučení jednotlivých vhodných mediálních nosičů, stanovení efektivity mediálního mixu vzhledem k cílové skupině a mediální strategii.	750,00	157,50	907,50	A1.5
Příprava detailního mediálního plánu	Zejména optimalizace detailního mediaplánu na základě rozvržených mediálních investic a zásahů cílové skupiny, doporučení výběru vhodných mediálních dodavatelů, maximalizace efektivního zásahu cílových skupin.	750,00	157,50	907,50	A1.5
Vyhodnocení kampaně, post-buy report	Vyhodnocení kampaní na základě porovnání naplánovaných a skutečně dosažených mediálních ukazatelů, příprava zprávy s vyhodnocením úspěšnosti kampaně.	750,00	157,50	907,50	A1.5
CELKEM		Cena v Kč bez DPH	cena v Kč, vč. DPH		
A1.1 Nabídková cena za návrh a výrobu celkem	Součet všech cen položek A1.1	402 250,00	486 722,50		
A1.2 Jednotková nabídková cena za výrobu materiálů a dopravu celkem	Součet všech cen položek A1.2	24 002,79	29 043,38		
A1.3 Nabídková cena za služby zajištění podpory celkem	Součet všech cen položek A1.3	13 750,00	16 637,50		
A1.4 Nabídková cena za služby zajištění projektového řízení	Součet všech cen položek A1.4	11 000,00	13 310,00		
A1.5 Nabídková cena za mediální plánování	Součet všech cen položek A1.5	3 000,00	3 630,00		