SMLOUVA O VYTVOŘENÍ REKLAMNÍ KAMPANĚ PRO VELETRH VĚDY 2019 č. 192-X/19

Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.
sídlo: Národní 1009/3, 110 00 Praha 1
IČO: 60457856
DIČ: CZ60457856
zastoupená: Ing. Tomášem Wenclem, MBA, ředitelem
zapsaná v rejstříku veřejných výzkumných institucí vedeném Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy
Bankovní spojení: Raiffeisenbank a.s.
Číslo účtu: 105 104 1114/5500
kontaktní osoba: [redacted]

(dále jen „**Klient**“)

a

PRIA SYSTEM s.r.o.
sídlo: Nad Stráněmi 5656, 760 05 Zlín
IČO: 29206740
DIČ: CZ29206740
zastoupená: [redacted], jednatelem
zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 65663
Bankovní spojení: ČSOB a.s.
Číslo účtu: 245 598 717/0300

(dále jen „**Agentura**“)

(Klient a Agentura dále společně jen „**Smluvní strany**“ a jednotlivě „**Smluvní strana**“)

tímto uzavírají na základě vzájemné dohody v souladu s ustanovením § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „**občanský zákoník**“) smlouvu o vytvoření reklamní kampaně pro akci Veletrh Vědy 2019, pořádanou Klientem (dále jen „**Smlouva**“):

I.
Předmět Smlouvy

1. Předmětem této Smlouvy je vytvoření internetové reklamní kampaně pro akci Veletrh vědy 2019 zaměřené na veřejnost se zájmem o vědu. Veletrh vědy je akce pořádaná Klientem ve dnech 6. – 8. 6. 2019.
2. Účelem této Smlouvy je oslovení cílové skupiny s pozvánkou na Veletrh vědy 2019.

II.
Plnění předmětu Smlouvy

1. Agentura se na základě této Smlouvy zavazuje vytvořit pro Klienta ve dnech 2. 5. 2019 až 8. 6. 2019 internetovou reklamní kampaň pro akci Veletrh vědy 2019, a to způsobem a za podmínek specifikovaných v dokumentech „Online kampaň strategie“, který tvoří přílohu č. 1 této Smlouvy a „Zadání pro vytvoření internetové kampaně pro Veletrh vědy“, který tvoří přílohu č. 2 této Smlouvy.

2. Internetová kampaň bude vytvořena pomocí nástrojů display kampaň a video kampaň, součástí obou kampaní bude remarketing – oslovení uživatelů, kteří interagovali s kampaní.

3. Display kampaň je bannerová kampaň napříč internetem, kdy Agentura umístí na vybrané weby bannery dodané Klientem s cílem maximálně zasáhnout cílovou skupinu. Display kampaň je blíže specifikována na stránkách 4 až 9 přílohy č. 1.

4. Video kampaň bude probíhat na serveru youtube.com, kdy Agentura umístí k vybraným videím přeskočitelnou pre-roll reklamu dodanou Klientem. Video kampaň je blíže specifikovaná na stránkách 10 až 12 přílohy č. 1.

5. Klient se zavazuje dodat Agentuře bannery a pre-roll reklamu nejpozději do 25. 4. 2019

6. Agentura se zavazuje pravidelně, nejméně jednou za týden vyhodnocovat dopad internetové reklamní kampaně a optimalizovat ji tak, aby oslovila co největší možný počet uživatelů z cílové skupiny.

7. Agentura se zavazuje pravidelně, nejméně jednou za týden informovat Klienta o průběhu internetové reklamní kampaně, a to formou reportů. Každý report bude obsahovat shrnutí výsledků kampaně za předchozí týden.

8. Agentura se zavazuje po skončení Veletrhu vědy 2019, nejpozději však do 2. 7. 2019 vypracovat vyhodnocení internetové reklamní kampaně v podobě stručné prezentace a přehledu mediálních výstupů.

9. Agentura je povinna uskutečňovat činnost, k níž se zavázala touto Smlouvou, v souladu se zájmy Klienta a podle jeho pokynů.

III.
Cena plnění a způsob úhrady

1. Celková cena za plnění podle článku II. této Smlouvy je 120.000,- Kč bez DPH. K této ceně bude připočtena DPH v souladu s právními předpisy účinnými ke dni uskutečnění zdanitelného plnění. Podrobná kalkulace ceny jednotlivých částí plnění je uvedena na straně 14 a 15 přílohy č. 1.

2. Uvedená cena je nepřekročitelná a zahrnuje veškeré náklady Agentury nutné nebo související s řádným plněním předmětu této Smlouvy.

3. Cena bude uhrazena po podpisu předávacího protokolu oběma Smluvními stranami, a to na základě daňového dokladu (faktury) vystaveného Agenturou. Kopie předávacího protokolu bude přílohou faktury. Faktura musí obsahovat veškeré náležitosti dle zákona o dani z přidané hodnoty č. 235/2004 Sb., v platném znění, a číslo této Smlouvy.

4. Klient se zavazuje zaplatit fakturu bezhotovostně převodem na účet Agentury do 21 dnů ode dne doručení faktury Klientovi.

5. V případě, že faktura nebude obsahovat veškeré náležitosti dle zákona o dani z přidané hodnoty č. 235/2004 Sb., v platném znění, je Klient oprávněn chybnou nebo neúplnou fakturu vrátit před uplynutím lhůty splatnosti Agentuře. Pro opravenou nebo novou

fakturu bude běžet nová lhůta 21 dnů od doručení nové nebo opravené faktury Klientovi.

6. Agentura prohlašuje, že v době uzavření této Smlouvy není "nespolehlivým plátcem" ve smyslu § 106a zákona o DPH a zavazuje se, že v případě, že se v době plnění smlouvy nespolehlivým plátcem stane, oznámí tuto skutečnost neprodleně písemně Klientovi.

7. Agentura prohlašuje, že její účet uvedený v záhlaví Smlouvy je účtem, který je správcem DPH zveřejněn způsobem umožňujícím dálkový přístup a že zůstane takovým účtem po celou dobu účinnosti této Smlouvy.

IV.
Předání a převzetí plnění

1. Klient je oprávněn stanovit způsob průběžné kontroly plnění. Agentura je povinna dodržovat stanovená pravidla průběžné kontroly a respektovat požadavky nebo připomínky Klienta.

2. O předání a převzetí plnění sepíší Smluvní strany předávací protokol, který bude podepsán oběma Smluvními stranami.

3. Klient nepřevezme plnění nebo jeho část pokud má zjevné vady. V případě, že Klient zjistí vady plnění nebo jeho části při jeho předání, je Agentura povinna je odstranit do tří (3) dnů, nestanoví-li Klient lhůtu delší.

V.
Autorská díla

1. V případě, že součástí předmětu plnění této Smlouvy je autorské dílo nebo jiné předměty ochrany (dále jen „**Předmět ochrany**“) dle autorského zákona, poskytuje Agentura ke všem takovýmto Předmětům ochrany výhradní, množstevně a územně neomezenou licenci, a to na dobu trvání majetkových práv. Agentura se zároveň zavazuje vypořádat veškerá práva třetích osob, které se na tvorbě či výrobě Předmětů ochrany podílely. Za případné porušení práv třetích osob je v plném rozsahu odpovědná Agentura.

VI.
Povinnost mlčenlivosti

1. Obě Smluvní strany se zavazují zachovávat mlčenlivost o důvěrných informacích. Toto ustanovení zůstane v platnosti po dobu pěti let od skončení platnosti této Smlouvy.

2. Za důvěrné informace se v tomto smyslu považují veškeré informace, které jedna ze Smluvních stran (zpřístupňující strana) zpřístupní druhé Smluvní straně (přijímající strana) a které jsou označené jako důvěrné, anebo které jsou za důvěrné či majetkové považovány na základě rozumného obchodního uvážení přijímající strany.

3. Za důvěrné informace se nepovažují informace, které byly (a) před datem jejich přijetí přijímající stranou veřejně známé, (b) staly se veřejně známými bez přičinění či zavinění přijímající strany, anebo (c) které je přijímající strana dle právních předpisů povinna zveřejnit, s podmínkou, že přijímající strana takovou skutečnost předem oznámí zpřístupňující straně a poskytne jí dostatečně dlouhou dobu, aby proti zveřejnění takové důvěrné informace mohla protestovat.

4. Veškeré důvěrné informace zůstávají výhradním vlastnictvím zpřístupňující strany.

VII.
Platnost, účinnost, trvání Smlouvy

1. Smlouva se uzavírá na dobu určitou do 31. 7. 2019, nabývá platnosti dnem podpisu oběma Smluvními stranami a účinnosti dnem uveřejnění v registru smluv.

2. Smlouva může být kdykoliv ukončena výpovědí Klienta bez výpovědní doby. Výpověď nabývá účinnosti okamžikem doručení Agentuře. Agentura je v takovém případě povinna nepokračovat v činnosti podle této Smlouvy. Klient je povinen uhradit Agentuře odměnu za činnosti provedené do okamžiku, kdy bude výpověď doručena Agentuře.

VIII.
Závěrečná ustanovení

1. Tato Smlouva a vztahy z ní vyplývající se řídí právním řádem České republiky.

2. Smluvní strany se zavazují, že veškeré spory vyplývající z této Smlouvy se budou snažit vyřešit smírnou cestou. Nebude-li vyřešení sporu smírnou cestou možné, může jakákoliv Smluvní strana podat návrh na vyřešení takového sporu příslušnému soudu v České republice.

3. Tato Smlouva či její jednotlivá ustanovení mohou být měněny nebo doplňovány pouze formou chronologicky číslovaných písemných dodatků podepsaných oběma Smluvními stranami.

4. Pokud se některá ustanovení této Smlouvy stanou neplatnými, nemá to vliv na platnost zbylých ustanovení Smlouvy. Smluvní strany se zavazují nahradit takové neplatné ustanovení platným tak, aby bylo co nejvíce v souladu s účelem této Smlouvy.

5. Tato smlouva je sepsána ve třech stejnopisech s platností originálu v českém jazyce, z nichž Agentura obdrží jeden a Klient dva stejnopisy.

6. Smluvní strany se shodly, že Klient zajistí uveřejnění této Smlouvy prostřednictvím registru smluv v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a registru smluv, v platném znění.

7. Tato Smlouva obsahuje dvě přílohy:
   Příloha č. 1 - Online kampaň strategie
   Příloha č. 2 - Zadání pro vytvoření internetové kampaně - 2019

V Praze dne 17.4.2019

Klient: Agentura:

Středisko společných činností AV ČR, v.v.i.
Ing. Tomáš Wencel, MBA, ředitel

PRIA SYSTEM s.r.o.
[redacted], jednatel

VELETRH VĚDY

ONLINE KAMPAŇ 2019

STRATEGIE

[redacted]
Performance specialsit

CÍLE PROJEKTU

OSLOVENÍ CÍLOVÉ SKUPINY S POZVÁNKOU NA VELETRH VĚDY 2019

NÁSTROJE

DISPLAY KAMPAŇ (BANNEROVÁ KAMPAŇ NAPŘÍČ INTERNETEM)

- Maximální zásah cílové skupiny
- Optimalizace na viditelné prémiové plochy

VIDEO KAMPAŇ (YOUTUBE PRE-ROLL)

- Forma reklamy, která získá maximální míru pozornosti

SOCIÁLNÍ SÍTĚ (supervize promo příspěvků)

- Udržení pozornosti a budování zájmu u uživatelů, kteří již s kampaní interagovali
- Využití formátu události, který se uživatelům a jejich přátelům připomene těsně před akcí

DISPLAY KAMPAŇ

Cílem je maximální zásah cílové skupiny
a vytvoření povědomí o veletrhu.

DISPLAY

DISPLAY KAMPANĚ

MECHANIKA

- Cílení na **konkrétní weby**, kde se vyskytuje cílová skupina
- Optimalizace na **prémiové plochy** (velké bannery viditelné ihned po načtení stránky, pozadí celého webu, ...)
- Vše zacíleno na **Prahu a okolí (40km)**

DISPLAY

ZACÍLENÍ NA KONKRÉTNÍ WEBY

Populárně-vědecké weby

- national-geographic.cz, stoplusjendicka.cz, osel.cz, iflscience.cz, space.com, ...

Weby pro vysokoškolské studenty

- studentpoint.cz, unium.cz, studenta.cz, ...

Weby zaměřující se na aktuální dění

- akce.cz, kalendarakci.atlasceska.cz, cokdyvpraze.cz, kdykde.cz, ...

DISPLAY

ZACÍLENÍ NA PUBLIKA UŽIVATELŮ

Nákup databází třetích stran

- Studenti exaktních oborů
- Uživatelé se zájmem o vědu

Remarketing návštěvníků webu

- Oslovení publik, které navštívily web v minulém roce
- Aktuální návštěvníci webu
- Uživatelé, kteří zhlédli video upotávku

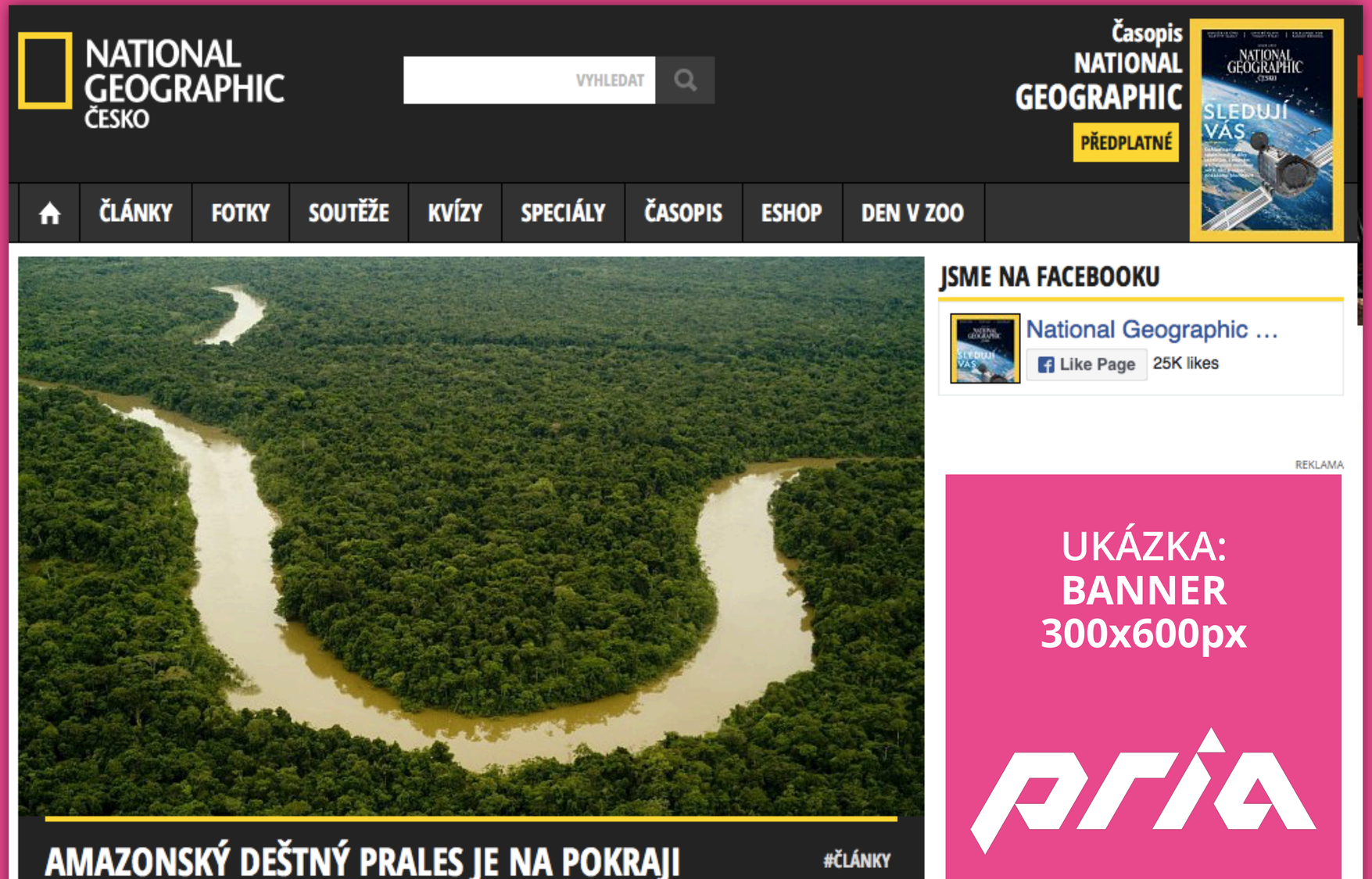
- Zacílení reklamy na tyto uživatele napříč internetem (idnes.cz, novinky.cz a další nejrůznější weby)

ADVERTISMENT

UKÁZKA:
BANNER
970x250px

pria

UKÁZKA:
POZADÍ WEBU



VIDEO KAMPAŇ

Cílem je zásah cílové skupiny
a předání emocionálního sdělení skrze video
(*“Přijďte, bude to super!”*)

VIDEO

VIDEO KAMPAŇ

REKLAMA SE ZOBRAZÍ JAKO PŘESKOČITELNÝ PRE-ROLL (PŘED SPUŠTĚNÍM HLAVNÍHO VIDEA)

- Cílení na **konkrétní videa** (vědecká videa, dokumenty apod.)
- Cílení na **databáze uživatelů** (zájem o technické vzdělání apod.)
- Vše zacíleno na **Prahu a okolí (40km)**
- **+ Remarketing návštěvníků webu**

YouTube CZ

věda

UKÁZKA:
VIDEO PRE-ROLL

0:02 / 41:48

Nejlepší dokumenty - věda a technika, CZ dabing

Martin Dytrych - 1 / 24

1. Seriál Tajemný vesmír - 1x03 Konec planety Země (CZ dabing) — Vesmírné dokumenty — 41:49
2. Tajemný vesmír - Vesmírné katastrofy [CZ Dabing] (dokument HD) — MrDokument CZ — 41:31
3. Za hranice nekonečna (CZ DOKUMENT HD 1080) — Ladislav86 — 52:23
4. 10 způsobů, jak skoncovat se světem -část 2. — Radar Documentary — 44:45
5. Edgar Cayce - nejznámější jasnovidec Ameriky (dokument) — GoschaTV1 — 31:24
6. Uvnitř Mléčné dráhy CZ HD — UfodokumentyCZ — 52:08

Seriál Tajemný vesmír - 1x03 Konec planety Země (CZ dabing)

130 277 zhlédnutí

379 38 SDÍLET

Vesmírné dokumenty
Publikováno 29. 10. 2015

ODEBÍRAT 1,3 TIS.

V třetí epizodě povedeného seriálu Tajemný vesmír se podíváme na hrozby, které hrozí naší planetě Ze[illegible]esmíru. Jak velká je pravděpodobnost konce života na Zemi, která může přijít z vesmíru ?

- Co kdyby se Země přestala otáčet ??? — George Wochvor Lutonsky — 198 tis. zhlédnutí — 46:50
- Seriál Tajemný vesmír - 1x12 Nejnebezpečnější místa (CZ — Vesmírné dokumenty — 109 tis. [illegible] — 41:24

ROZPOČET

ROZPOČET

AGENTURNÍ PRÁCE	ČAS	ROZPOČET
KAMPANĚ DISPLAY (RTB), YOUTUBE (VÝSTAVBA KAMPANÍ, SPRÁVA A OPTIMALIZACE)	[redacted]	[redacted]
ACCOUNT / PROJECT MANAGEMENT (ŘÍZENÍ PROJEKTU, KOMUNIKACE, REPORTING)	[redacted]	[redacted]
ROZPOČET (agenturní práce)	[redacted]	[redacted]

Rozpočet nezahrnuje tvorbu obsahu (videospot, bannery v jendotlivých rozměrech, příspěvky na facebooku).

ROZPOČET

ROZPOČET NA MÉDIA	ROZPOČET
YouTube kampaň	[redacted]
Display kampaň	[redacted]
ROZPOČET (média)	[redacted]

Rozpočet nezahrnuje tvorbu obsahu (videospot, bannery v jendotlivých rozměrech, příspěvky na facebooku).

ROZPOČET

Odhadované výsledky:

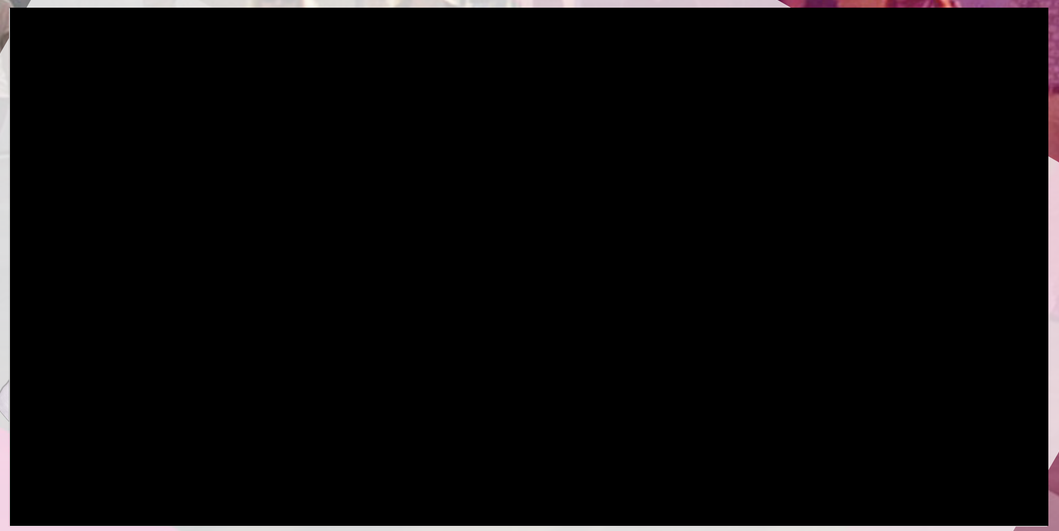
800.000 - 1.000.000
zobrazení banneru
(50.000 - 100.000 branding formát)

3.000 - 4.000
prokliků na web

200.000 - 300.000
zobrazení videa

50.000 - 80.000
zhlédnutí videa
(30 vteřin nebo celé video)

Jsme interaktivní
agentura



Příloha č. 2

Zadání pro vytvoření internetové kampaně pro Veletrh vědy 2019

Předmět: Internetová kampaň pro Veletrhu vědy 2019

Cíl: Zvýšit povědomí o Veletrhu vědy a přivést na veletrh nové návštěvníky

Termín kampaně: kampaň by neměla být spuštěna dříve než v polovině dubna

Cílová skupina:

Veřejnost se zájmem o vědu

Podrobněji: V internetové kampani bychom se chtěli zaměřit především na oslovení široké veřejnosti se zájmem o vědu z Prahy a okolí. Kampaň však může mířit i na další cílové skupiny (učitelé, studenti, odborná veřejnost).
Stálí i potenciální návštěvníci sledují novinky ze světa vědy a techniky, technologické objevy a trendy, aktuální zpravodajství, zajímající se o literaturu, film, dějiny a historii, biologii, fyziku, matematiku, vesmír, sledující dokumentární pořady a zajímavosti z daných oblastí…

Celkový rozpočet kampaně: 120 000,- (bez dph).

Do rozpočtu není zahrnuta tvorba znělky, která bude zpracovávána externě, videa, fotky, bannery. Tyto podklady můžeme pro účely kampaně vytvořit a dodat. Kampaň může zahrnovat i propagaci na sociálních sítích instagram/facebook, pro kterou máme ještě samostatný rozpočet, z kterého budeme hradit propagaci aktuálních témat/příspěvků.

Představa kampaně:

Vítěz bude vybrán na základě zpracování návrhu strategie kampaně, která by měla obsahovat:

- optimální časový rozsah
- volba nástrojů/kanálů
- kalkulace dle využitých kanálů
- odhad výsledků kampaně

Nabídka musí být poslána do 19. 2. 2019 na mail [redacted]

Projekt:	**Veletrh vědy**
Termín:	6.– 8. 6. 2019
Místo konání:	PVA EXPO PRAHA v Letňanech
Návštěvnost:	25 000 lidí
Organizátor:	Akademie věd České republiky
Zajišťuje:	Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.
Další informace:	www.veletrhvedy.cz
	Výroční zpráva Veletrh vědy 2018

O projektu Veletrhu vědy

Veletrh vědy je největší populárně naučná akce v ČR, kterou každoročně pořádá Akademie věd ČR. Zabývá se vědou ve všech jejích podobách a nabízí svým návštěvníkům to nejzajímavější ze světa přírodních, technických, humanitních i společenských oborů. Akce prezentuje široké veřejnosti v jeden čas na jednom místě to nejzajímavější, co může česká věda nabídnout. Cílem Veletrhu vědy je nejen popularizovat vědu a představit veřejnosti s čím se pracoviště AV ČR zabývají, ale také podpořit zájem studentů a absolventů o práci ve vědě a výzkumu.

Cílové skupiny:

1) Pedagogové ZŠ a SŠ
2) Studenti středních, vyšších odborných a vysokých škol
3) Odborná veřejnost
4) Široká veřejnost (především se zájmem o vědu)

V panelových diskusích se veletrh zamýšlí nad tématy současné společnosti a špičkového výzkumu (mimo jiné bychom se letos rádi věnovali tématům: etika v robotice, válka v kyberprostoru, vesmír, jedy, psychologie…). Díky rozsáhlému programu se Veletrh vědy stává komplexní událostí pro podporu vědy v ČR.

Předpokládáme, že pátý ročník Veletrhu vědy přinese novinky a zajímavosti od více než stovky vystavovatelů, mezi kterými nebudou chybět 40 pracovišť Akademie věd ČR, ale také vysoké školy, science centra nebo firmy.

Akci bude doprovázet mediální kampaň v tištěných mediích, outdooru a na sociálních sítích (fb, insta). Pro rok 2019 chystáme nové vizuály, které budou vycházet z fotek „vědců prezentujících experimenty“ (viz níže). Připravujeme také nový web.

Kontakt:

[redacted]
Manažer marketingu

Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.
Divize vnějších vztahů
Národní 1009/3
110 00 PRAHA 1

[redacted]

[redacted]

Propagační kampaň bude vycházet z nových vizuálů, které v tomto okamžiku vznikají: