

**Smlouva na nákup služby cílené reklamy v prostředí internetu – propagace náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR**

Čj. MO 23946/2019-2230

**Čl. I.**  
**Smluvní strany**

**1.1. Kupující:**

**Česká republika – Ministerstvo obrany, organizační složka státu**

Se sídlem: Tychonova 1, 160 01 Praha 6 – Hradčany

Jednající: [REDACTED]

Na adrese: náměstí Svobody 471/4, 160 01 Praha 6 – Bubeneč

IČ: 60162694

DIČ: CZ60162694

Bankovní spojení: Česká národní banka, Na Příkopě 28, Praha 1

Číslo účtu: [REDACTED]

**Konečný příjemce:** Vojenské zařízení 2230, nám. Svobody 471/4, 160 01 Praha 6  
(dále jen „konečný příjemce“)

Kontaktní osoba: [REDACTED]

a

**1.2. Prodávající:**

**Obchodní společnost VLTAVA LABE MEDIA, a.s.**

Se sídlem: U Trezorky 921/2, Jinonice, 158 00 Praha 5

Zapsaná: v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 18970

IČ: 01440578

DIČ: CZ01440578

Zastoupena osobou: [REDACTED]

Bankovní spojení: Raiffeisenbank, a.s.

Číslo účtu: [REDACTED]

Kontaktní osoba: [REDACTED]

Adresa pro doručování korespondence: U Trezorky 921/2, Jinonice, 158 00 Praha 5  
(dále jen „prodávající“)

uzavírají podle ustanovení § 2079 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „OZ“) tuto:

**kupní smlouvu na nákup služby cílené reklamy v prostředí internetu  
– propagace náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR**

(dále jen „Smlouva“).

## **Čl. II.**

### **Předmět a účel Smlouvy**

Předmětem Smlouvy je služba regionální internetové reklamy – **účinné řešení a realizace reklamní kampaně** (dále jen „reklama“ a „reklamní kampaň“) k propagaci náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR (dále jen „OS ČR“). Reklamní kampaň se rozumí reklamní kampaň v prostředí jednotného regionálního internetového zpravodajského serveru a jeho součástí. Internetová reklamní kampaň k uveřejnění v termínu od 2. září do 10. prosince 2019. Regiony k zásahu reklamou: **Plzeňský a Jihočeský kraj a Kraj Vysočina.**

#### **OS ČR se ve smyslu reklamy rozumí:**

- aktivní záloha OS ČR (voják-dobrovolník; služba při zaměstnání či studiu).

**Účelem reklamy** je zajištění regionálně cílené propagace náboru vojenského personálu do OS ČR dle aktuálních potřeb doplňování personálu, posílení image OS ČR coby **poskytovatele atraktivního zaměstnání a výcviku**, zviditelnění webových stránek pro nábor do OS ČR **kariera.army.cz** (URL: <http://kariera.army.cz>).

**Obecná definice cílové skupiny náboru:** aktivní lidé, občané ČR ve věku 18 až 57 let, min. s dokončeným středoškolským vzděláním s výučním listem nebo maturitou.

- 2.1. Reklama je orientována na regionální internetovou působnost – obsahově zaměřená na Plzeňský a Jihočeský kraj a Kraj Vysočina. Komunikačním jazykem reklamy ve smyslu syntaktickém i sémantickém je čeština.

#### **Hlavní systémy šíření reklamy:**

- renomované webové stránky (zpravodajský server) pod jednotným brandem, které jsou obsahově, a také technicky spjaty s regiony viz výše.

#### **Požadavky na hlavní systém šíření reklamy:**

- zobrazení stránek serveru ve výše uvedených regionech celkem min. v počtu 950 000 zobrazení měsíčně,
- součástí služby je postupné uveřejňování min. 15 PR článků, každý jeden s dostatečnou výpovědní hodnotou,
- zveřejňování internetových poutačů (bannerů), nspecifikovaných, avšak dostatečných rozměrů – preferován formát skyscraper – s dobrou čitelností, na zpravodajském serveru, s minimálním garantovaným celkovým počtem zobrazení po dobu kampaně min. 90 000 impresí.

#### **Součástí reklamní kampaně je propagace na sociálních sítích:**

- internetová sociální síť Facebook Česká republika (URL: <https://cs-cz.facebook.com/>), Správa efektivní propagace na sociální síti Facebook k realizaci přes stránky prodávajícího. Průměrný dosah příspěvků na stránce/stránkách prodávajícího na sociální síti Facebook ve všech uvedených regionech min. 200 000 uživatelů týdně. Zveřejnění min. 15 příspěvků orientovaných na téma dle účelu této Smlouvy. Prodávající odpovídá za celkové zabezpečení všech nezbytných prostředků k dosažení dostatečně účinné podpůrné reklamy na uvedených sociálních sítích.

#### **Reklamní kampaň je rozdělena na tyto fáze:**

- fáze přípravná,
- fáze veřejné realizace (termínované zveřejňování, vyhodnocování, optimalizace, přidávání reklamních prostředků atp.).

#### **Fáze reklamní kampaně zahrnují:**

- **přesná specifikace cílové skupiny náboru a regionů** k zásahu reklamou,
- návrh a realizace technického zabezpečení reklamní strategie,
- vytvoření reklamních prostředků,
- technické zabezpečení reklamního prostoru odpovídající požadavkům dle Smlouvy, včetně zabezpečení budoucího šíření dostatečně účinné propagace na sociální síti Facebook,
- orientační návrh zveřejňování (plán) cílených reklamních prostředků.

(dále jen „fáze přípravná“)

- zveřejňování (aktivace) reklamních prostředků,
- průběžné vyhodnocování efektivity reklamních prostředků,
- optimalizace a aktualizace reklamních prostředků,
- deaktivace a reaktivace reklamních prostředků,
- vytvoření dalších reklamních prostředků,
- sledování propagačních postupů dle zadání kupujícího (reflektovat průběžný vývoj náboru do OS ČR),
- reporting o výkonnosti reklamy.

(dále jen „fáze veřejné realizace“)

**Reklamními prostředky** se rozumí dostupný výběr z těchto dostupných internetových elementů, prostorů a mechanismů: webový poutač statický nebo dynamický (banner – dále jen „poutač“) v dostatečně viditelném, čitelném formátu a pozici, videoreklama, textová reklama vč. nativní (dále jen „reklamní text“), prolink, proklik, klíčová slova a sousloví, nativní aktivita nebo reklama a systém promování na sociální síti Facebook, textové vyhledávání, promování, zvýhodněná pozice, topování, PR články apod.

**Termín přípravy reklamní kampaně** (fáze přípravná): od nabytí účinnosti Smlouvy do 27. srpna 2019

**Termín zveřejnění reklamy** (fáze veřejné realizace): od 2. září 2019 do 10. prosince 2019

**Primárním cílem reklamy** je maximalizace početnosti odeslaných elektronických formulářů zájemce o službu vojáka v záloze (URL: <https://kariera.army.cz/registracni-formular#2>). S tím souvisí prvotní i průběžná volba a nastavení reklamních prostředků pro dosažení nejprůběžnějšího konverzního poměru.

**Sekundárním cílem reklamy** je zvýšení návštěvnosti webových stránek [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz) z odkazujících zdrojů přímo souvisejících s reklamními a finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně. Tito návštěvníci webu pak v nejvyšší možné míře odpovídají charakteristice cílové skupiny náboru do OS ČR. Cílová skupina bude v prostředí internetu identifikována v rámci fáze přípravné.

- 2.2. Implicitní součástí poutačů, popř. jiných k tomu vhodných reklamních prostředků, je vložený odkaz (prolink) na webové stránky [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz). Poutače, videoreklamy, reklamní texty apod. **budou navrženy a vytvořeny kupujícím v úzké spolupráci s prodávajícím.** Úzkou spolupráci se rozumí bilaterální participace na návrhu a vzájemné umožnění editace reklamních prostředků mezi smluvními stranami.

Formát (velikost) a souborový formát poutačů a videoreklam, resp. reklamních textů, včetně rozměrů, resp. rozsahu, bude v rámci fáze přípravné určen prodávajícím. Poutače, videoreklamy a reklamní texty, popř. jiné reklamní prostředky ve finální podobě schválené pro

zveřejnění kupující vždy zašle přes elektronickou poštu na e-mail [ondrej.hanys@vlmedia.cz](mailto:ondrej.hanys@vlmedia.cz) prodávajícímu, společně se stručnou informací o definitivnosti podoby poutačů, videoreklam, reklamních textů, popř. jiných reklamních prostředků, a to včetně informace o termínu zahájení dílčího úkonu plnění (termínované nasazování). Emailová komunikace, s uvedeným termínem zahájení dílčího úkonu plnění je pro prodávajícího závazná s náležitostmi dle odst. 7.1.

- 2.3. Za pomoci analýzy návštěvnosti budou v rámci reklamy ponechávány prostředky s nejvyšší „proklikovostí“ (nejlepší „click through rate“ – CTR) či jinou příslušnou interakcí vedoucích k návštěvě webových stránek [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz). Průběžnou analýzu návštěvnosti uskutečňuje prodávající, kupující nad tímto vykonává dohledovou činnost a je oprávněn v průběhu reklamy i po jejím skončení po prodávajícím **požadovat příslušný reporting**. Reportingem se rozumí záznam o výkonnosti reklamních prostředků a průběhu reklamy jako celku (kvantifikace výsledků, grafy výkonnosti apod.).
- 2.4. Prodávající se zavazuje k tomu, uskutečňovat dílčí úkony plnění **hospodárně, transparentně a vždy pouze po souhlasu kupujícího**, dále také umožnit kupujícímu průběžný audit správy reklamy dle podmínek dohodnutých před podpisem Smlouvy – např. poskytnutí přístupu do příslušných nástrojů správy reklamy.
- 2.5. Kupující se zavazuje k tomu, nepožadovat po prodávajícím zveřejnění takové reklamy, jež není v souladu s právními předpisy ČR (včetně GDPR), obecnou korektností, dobrými mravy apod.
- 2.6. Prodávající se, kde by formální nebo obsahová stránka byla v příkrém rozporu s nábořem vojenského personálu do OS ČR (nevztahuje se na seriózní náborové kampaně bezpečnostních sborů ČR) či v nesouladu s právními předpisy ČR, obecnou korektností, dobrými mravy (např. zobrazování erotických motivů a projevů) apod. Případný blacklist (seznam nežádoucích prostorů k šíření reklamy) bude smluvními stranami vytvořen v průběhu fáze přípravné.
- 2.7. Prodávající se zavazuje akceptovat nárok kupujícího na **provádění operativních náhrad** a deaktivací reklamních prostředků, vždy však při striktním respektování termínů umožňujících technickou proveditelnost takového zásahu.
- 2.8. Kupující si vyhrazuje právo provádět konkretizace v oblasti výběru propagace určitých složek, volných pozic a studijních příležitostí v OS ČR ve vztahu k reklamě, avšak vždy výlučně po předchozím oznámení prodávajícímu či v rámci operativní náhrady (viz odst. 2.7.).
- 2.9. Poutače, videoreklamy, reklamní texty apod. jsou majetkem kupujícího, ten s nimi může nakládat dle vlastních potřeb také souběžně s probíhajícím zveřejněním reklamy, ale i kdykoliv po něm.

### Čl. III.

#### Doba a skončení Smlouvy

- 3.1. Doba smluvního plnění je **od nabytí účinnosti Smlouvy do 10. 12. 2019**.
- 3.2. Smlouva může skončit:
  - a) splněním všech smluvních závazků řádně a včas,
  - b) dnem, který bude uveden v dohodě obou smluvních stran o skončení Smlouvy při vzájemném vyrovnání účelně vynaložených a prokazatelně doložených nákladů ke dni zániku Smlouvy,
  - c) jednostranným odstoupením od Smlouvy ze strany kupujícího pro její podstatné porušení prodávajícím, kterým se rozumí ve smyslu § 2002 odst. 1 OZ:

- prodlení se zahájením fáze přípravné o více než 14 kalendářních dní;
- prodlení se zahájením fáze veřejné realizace o více než 10 kalendářních dní;
- prodlení s dílčím úkonem plnění o více než 5 kalendářních dní;
- nedodržení podmínek zveřejnění reklamy ve stanovené podobě, formátu, optimalizaci a aktualizaci, období (termínu zveřejnění), četnosti, výkonnosti, umístění a v ohledu pevných kritérií,
- zjištěné vady plnění nebyly odstraněny do 3 pracovních dnů od uplatnění vad plnění.

#### **Čl. IV.** **Výše kupní ceny**

- 4.1. Smluvní strany se ve smyslu zákona č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů, dohodly na celkové kupní ceně ve výši:

**Celková cena včetně DPH 170.734,63 Kč**

cena bez DPH 141.103,- Kč

výše DPH 21% 29.631,63 Kč

- 4.2. Prodávající se zavazuje **uvádět celkovou kupní cenu za celou, kompletní zakázku**, tedy cenu celkem za reklamní kampaň ve fázi přípravné i za fázi veřejné realizace. Celková kupní cena je stanovena jako cena nejvýše přípustná. **Kupující neposkytuje zálohové platby.**

#### **Čl. V.** **Dodací podmínky**

- 5.1. Kupující zašle elektronickou poštou na emailovou adresu [redacted] prodávajícímu nejpozději tři pracovní dny před každým dílčím úkonem plnění finální podobu poutače, videoreklamy reklamního textu apod., tato lhůta se však nevztahuje na fázi přípravnou.
- 5.2. Kupující není povinen akceptovat reklamu, která vykazuje nedostatky a odporuje Smlouvě ve smyslu bezvadné, účinné a korektní propagace náboru do OS ČR dle Čl. II. a III. Smlouvy.
- 5.3. Místem plnění (služby) je: prostředí jednotného regionálního internetového zpravodajského serveru a sociální síť Facebook.

Místem schválení poutačů, videoreklam, reklamních textů apod., dále také akceptace reklamní strategie vč. akceptace jednotlivých reklamních prostředků je: Vojenské zařízení 2230, nám. Svobody 471/4, Praha 6 – Bubeneč. Pro elektronickou komunikaci vč. schvalování ze strany kupujícího je využíván e-mail: [redacted]

## **Čl. VI.**

### **Fakturační a platební podmínky**

#### **6.1. Podmínky vzniku práva fakturace:**

Právo fakturace za poskytnuté služby vzniká prodávajícímu dne 10. 12. 2019, za podmínky řádného plnění náležitostí vyplývajících ze Smlouvy a z ujednání smluvních stran po podpisu Smlouvy.

Tímto není dotčeno ustanovení čl. III. Doba a skončení Smlouvy.

**6.2.** Do 5 pracovních dní po vzniku práva fakturace prodávající vystaví a doporučeně odešle kupujícímu daňový doklad (dále jen „faktura“). Faktura bude obsahovat zejména všechny náležitosti stanovené § 29 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zák. o dani“) a číslo Smlouvy.

**6.3.** Fakturu zašle prodávající na adresu konečného příjemce nebo přes elektronickou poštu na e-mail [vacek@army.cz](mailto:vacek@army.cz).

**6.4.** Kupující zaplatí cenu dle faktury do 30 dní od jejího prokazatelného doručení. Je-li na faktuře odlišná lhůta splatnosti, platí ujednání podle Smlouvy.

**6.5.** Faktura se považuje za uhrazenou okamžikem odepsání platby z účtu kupujícího a jejím směřováním ve prospěch účtu prodávajícího.

#### **6.6. Kupující bude na faktuře uveden ve formě:**

**Odběratel:** ČR – Ministerstvo obrany  
Tychonova 1, 160 01 Praha

**Konečný příjemce:** Vojenské zařízení 2230 Praha  
Náměstí Svobody 471/4  
161 01 Praha 6 – Bubeneč

**6.7.** Pokud faktura nebude obsahovat požadované náležitosti uvedené v odst. 6.2. a 6.6. Smlouvy, vrátí kupující fakturu prodávajícímu bez proplacení k opravě jejích náležitostí.

**6.8.** V případě, že kupující vrátí fakturu prodávajícímu dle bodu 6.7. Smlouvy, nedostává se do prodlení a platí, že nová lhůta splatnosti počíná běžet dnem doručení opravené faktury kupujícímu.

**6.9.** Nová lhůta splatnosti faktury dle odst. 6.8. Smlouvy, počíná běžet dnem doručení nové faktury kupujícímu i v případě, že prodávající námitky kupujícího neuzná a s písemným odůvodněním neuznání námitek vrátí fakturu kupujícímu v původním znění zpět.

**6.10.** Pokud budou u prodávajícího shledány důvody k naplnění institutu ručení za daň podle § 109 zák. o dani, bude konečný příjemce při zasílání úplaty vždy postupovat zvláštním způsobem zajištění daně podle § 109a tohoto zákona.

## **Čl. VII.**

### **Smluvní pokuty a úroky z prodlení**

**7.1.** Prodávající zaplatí kupujícímu v případě nedodržení podmínek Smlouvy uvedených v Čl. II. **Předmět a účel Smlouvy:**

- smluvní pokutu ve výši 1% z kupní ceny za každý započatý den prodlení se zahájením fáze veřejné realizace,

- 7.2. Právo vymáhat a fakturovat smluvní pokuty a úroky z prodlení vzniká jen kupujícímu, a to následující den po marném uplynutí lhůty pro splnění závazku.
- 7.3. Smluvní pokuty a úroky z prodlení jsou splatné do 30 dnů od marného uplynutí lhůty uplatnění vad plnění dle Čl. III.

## Čl. VIII.

### Zvláštní ujednání

- 8.1. Smluvní strany se dohodly, že si bezodkladně písemně sdělí skutečnosti, které se týkají změn některého ze základních identifikačních údajů, včetně právního nástupnictví.
- 8.2. Smlouva je vyhotovena v elektronické podobě a uložena na portále elektronického tržiště ([www.nen.nipez.cz](http://www.nen.nipez.cz)) a v registru smluv pokud se tato povinnost na smlouvu vztahuje.
- 8.3. Prodávající podpisem smlouvy uděluje podle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů, souhlas kupujícímu, jako správci údajů, se zpracováním jeho osobních a dalších údajů ve smlouvě uvedených pro účely naplnění práv a povinností vyplývajících z této smlouvy, a to po dobu její platnosti a dobu stanovenou pro archivaci.
- 8.4. Pokud nebude smlouva prodávajícím potvrzena bez jakýchkoliv dodatků nebo odchylek, jedná se o jednostranný právní úkon, jehož plnění není vymahatelné.

## Čl. IX.

### Závěrečná ustanovení

- 9.1. Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech každý s platností originálu, z nichž jeden stejnopis obdrží kupující a jeden prodávající.
- 9.2. Smlouvu lze měnit nebo doplňovat pouze písemnými, vzájemně odsouhlasenými, podepsanými a vzestupně očíslovanými dodatky, které se stávají její nedílnou součástí.
- 9.3. Smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu poslední smluvní stranou.
- 9.4. Tato smlouva má 7 očíslovaných stran. Zástupci smluvních stran na důkaz svého souhlasu s obsahem Smlouvy připojují pod ni své podpisy.

V Praze dne:

V Praze dne:

Za prodávajícího:

Za kupujícího:

Mgr. Jakub Žvejkal  
Digitálně podepsal  
Mgr. Jakub Žvejkal  
Datum: 2019.06.20  
08:05:03 +02'00'

Mgr. Jakub ŽVEJKAL  
na základě plné moci

plk. gšt. Ing. Vratislav BERAN  
ředitel

v zastoupení  
Ing. Ivo VÁCLAVÍČEK  
zástupce ředitele