

**Heineken Česká republika, a. s.**

se sídlem U Pivovaru 1; 270 53 Krušovice

IČ: 45148066 DIČ: CZ445148066

Zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 1515  
(dále jako „objednatel“)

a

**Město Louny**

se sídlem Mírové náměstí 35, Louny, 440 23

zastoupeno

IČ: 00265209 DIČ: CZ00265209

Bankovní spojení: ČS Louny,

(dále jako „zajišťovatel“)

uzavírají podle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů, tuto

## **SMLOUVU O ZAJIŠTĚNÍ REKLAMY A PROPAGACE**

### **I.**

#### **Předmět a účel smlouvy**

1. Zajišťovatel je subjektem oprávněným k provozování společenských, kulturních, sportovních nebo obdobných akcí.
2. Zajišťovatel prohlašuje, že:
  - je hlavním organizátorem níže specifikované akce/í,
  - disponuje kapacitami umožňujícími akci/e zorganizovat a splnit veškeré závazky z této smlouvy,
  - disponuje právem rozhodovat o veškeré propagaci a reklamě související s pořádanými akcí/akcemi.
3. Objednatel je podnikatelem podnikajícím zejména v oblasti výroby, prodeje a distribuce nápojů. Objednatel má podnikatelský zájem na veřejné prezentaci své obchodní firmy a svých výrobků.
4. Tato smlouva upravuje práva a povinnosti smluvních stran v souvislosti s reklamou a propagací obchodní firmy, loga a výrobků objednatele v souvislosti s níže specifikovanou akcí/akcemi. Zajišťovatel se zavazuje zajistit reklamu a propagaci objednatele způsobem a formou dle čl. II této smlouvy. Objednatel se zavazuje zaplatit zajišťovateli za reklamu a propagaci smluvní odměnu dle čl. III této smlouvy.

Název akce:	<b>Letní lounské vábení 2019</b>
Konaná ve dne(ch):	9. - 10. 8. 2019
Místo konání akce/:	Louny: Hlavní hudební scéna - Mírové náměstí Folk & Country scéna – amfiteátr na výstavišti Rocková scéna – areál Stromovky

(dále jen „akce“)

5. Účelem této smlouvy je reklama a propagace objednatele a jeho výrobků.

## II. Práva a povinnosti smluvních stran

1. Zajišťovatel zajistí pro objednatele reklamu a propagaci na akci/ích a bude prezentovat objednatele jako: **Hlavního partnera akce – skrze značku Krušovice.**
2. Zajišťovatel prohlašuje, že má oprávnění nakupovat a prodávat pivo anebo má uzavřenou smlouvu s fyzickou osobou, která je oprávněna nakupovat a prodávat pivo.
3. Zajišťovatel se zavazuje, že bezpodmínečně zajistí objednateli, že nebude prodáváno pivo nebo jakýkoliv nápoj na bázi sladu jiného subjektu, tj. zajistí **výhradní (tj. výlučný) prodej jeho produktů** – piva, a to prodejem piva značky **Louny, Březňák, Krušovice, Zlatopramen a cideru Strongbow** na akci, tzn. na hlavní hudební scéně, folk & country scéně a rockové scéně.
4. Zajišťovatel se zavazuje, že bezpodmínečně zajistí objednateli **výhradní (tj. výlučnou) vlastní distribuci (čepování) jeho produktů** – piva značky **Louny, Březňák, Krušovice, Zlatopramen a cideru Strongbow** na akci, tzn. na hlavní hudební scéně, folk & country scéně a rockové scéně.
5. Zajišťovatel se zavazuje zajistit, že vně i uvnitř prostor konání akce nebude žádným způsobem prezentován jiný subjekt, který má stejný či obdobný předmět podnikání jako objednatel (tj. výroba a prodej piva) a současně nebude prezentován subjekt, který by mohl být spojován účastníky akce (veřejností) i nepřímo s výrobou a prodejem piva. Zajišťovatel se dále zavazuje zajistit, že po dobu trvání této smlouvy nebude vně i uvnitř prostor konání akce prodáváno a/nebo nabízeno jiné pivo než pivo vyrobené nebo distribuované objednatelem.
6. Zajišťovatel se zavazuje, že do 15ti dnů od konání akce předá objednateli 1 ks od každé tiskoviny vydané k akci, doloží objednateli způsob plnění jeho povinností vyplývající ze smlouvy, údaj o návštěvnosti akce a fotodokumentaci z akce.
7. Zajišťovatel zajistí pro objednatele prezentaci obchodní firmy, loga a jména značky v tomto rozsahu:
  - Logo Březňák na tiskových materiálech: leták A5 – 10 000 ks, plakát A1 – 200 ks
  - Zajistí mediální propagaci v rámci komplexní promotion akce
  - Prezentace loga na akci – 8 ks banneru 3 x 1 m Krušovice/Březňák/Louny (dodá objednatel)
  - Prezentaci značky Březňák na LED TV na hlavním podiu
  - Zajistí povolení pro umístění stanu 10 x 15 m na Mírovém náměstí
  - Prezentace loga na [www.lounskevabeni.cz](http://www.lounskevabeni.cz)
8. Zajišťovatel bere na vědomí, že výlučným nositelem práv k značkám objednatele včetně loga objednatele je objednatel a že není oprávněn používat značku/y objednatele jiným způsobem a pro jiné účely než je stanoveno v této smlouvě. Veškeré grafické a audio-video návrhy s logem nebo jménem značky objednatele musí zajišťovatel předložit objednateli k písemnému odsouhlasení. Bez tohoto souhlasu nemohou být materiály použity.
9. Zajišťovatel umožní objednateli pořídit si vlastní technikou a na vlastní náklady fotografie, audio a videozáznamy z akce pro vnitřní potřebu objednatele (např. Pěna dní, Pivovarská revue, www stránky objednatele, PR aktivity, firemní prezentace). V případě, že objednatel chce využít vlastních zhotovených materiálů z akce pro komerční účely, je povinen si zajistit práva výkonných umělců k použití fotografií, audio a video záznamů z akce.
10. Zajišťovatel umožní objednateli po vzájemné dohodě konat vlastní marketingové akce, akce na podporu značky objednatele tzv. „promo akce“ v době a místě konání výše uvedených akcí. Za tímto účelem je objednatel oprávněn umísťovat v prostorách konání akce movité věci. Rozsah, charakter, zaměření, technické podmínky pro zajištění promo akce má povinnost objednatel sdělit zajišťovateli minimálně 30 (třicet) dnů před konáním akce.
11. Zajišťovatel umožní objednateli zrealizovat v rámci konané akce průzkum týkající se vnímání značek objednatele i vnímání akce jako takové. Podrobná specifikace, rozsah a časový harmonogram tohoto průzkumu bude upřesněn písemně nejpozději 14 dní před konáním akce.

### III. Cena a platební podmínky

1. Cena za veškeré dle této smlouvy zajišťovatelem poskytované služby za celou dobu trvání této smlouvy je **150 000,- Kč + 21% DPH** (slovy: jedno sto padesát tisíc korun českých + 21% DPH). Cena zahrnuje veškeré nutně a účelně vynaložené náklady ke splnění závazku zajišťovatele dle této smlouvy a je cenou úplnou a konečnou.
2. Smluvní cenu uhradí objednatel na účet zajišťovatele oproti daňovému dokladu vystavenému zajišťovatelem po skončení akce a splnění veškerých smluvních povinností dle této smlouvy. Splatnost veškerých faktur je 30 dní od skončení akce.
3. Na daňovém dokladu vystaveném zajišťovatelem musí být kromě zákonných náležitostí vždy uvedeno **číslo objednávky**. Objednatel může daňový doklad zajišťovateli vrátit, bude-li obsahovat nesprávné cenové údaje, nesprávné náležitosti nebo chybí-li ve faktuře některá z náležitostí. V tom případě se hledí na daňový doklad jako na nedoručený. Zajišťovatel je povinen vady faktury odstranit a zaslat fakturu novou. Toto ujednání platí obdobně pro případ vystavovaných zálohových faktur. Zajišťovatel zašle fakturu e-mailem nejpozději 21 dnů před datem splatnosti faktury na adresy [invoices.cz@heineken.com](mailto:invoices.cz@heineken.com) a [marketa.jirku@heineken.com](mailto:marketa.jirku@heineken.com).
4. Smluvní strany se dohodly, že v případě, že bude mít objednatel za to, že jsou dány podmínky ustanovení § 109 a násl. zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, je objednatel v každém takovém jednotlivém případě oprávněn bez dalšího odvést DPH, kterou mu fakturuje zajišťovatel jako poskytovatel zdanitelného plnění, na účet příslušného finančního úřadu (správce daně místně příslušného zajišťovateli) v souladu s ustanovením § 109a zákona č. 235/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Takto zaplacená daň se použije pouze na úhradu daně z předmětného zdanitelného plnění. Zaplacením částky ve výši daně na účet správce daně zajišťovatele a zaplacením zbytku ceny zajišťovateli je považováno za splnění závazku objednatele uhradit sjednanou cenu v souladu se smlouvou. Uhrazením částky ve výši daně dle předchozí věty zaniká nárok zajišťovatele na zaplacení částky ve výši daně objednatelem. Vznik některé ze skutečností uvedených v § 109 zákona č. 235/2004 Sb. zakládá podstatné porušení smlouvy na straně zajišťovatele.
5. Právní nárok na odměnu vzniká zajišťovateli pouze za podmínky, že se akce uskuteční v místě, době a rozsahu dle předchozích ustanovení a současně jestliže zajišťovatel poskytne řádně v rozsahu sjednaném v této smlouvě reklamní a propagační služby a splní veškeré povinnosti stanovené mu v této smlouvě.

### IV. Smluvní pokuta

1. Smluvní strany se dohodly na tom, že nesplní-li či poruší-li zajišťovatel jakoukoliv svou povinnost přijatou jím v této smlouvě, vzniká za každé toto jednotlivé nesplnění nebo porušení povinnosti objednateli vůči zajišťovateli právo na smluvní pokutu ve výši **20 000,- Kč** (slovy: dvacet tisíc korun českých), kterou je v takovém případě zajišťovatel povinen zaplatit objednateli ve lhůtě 15-ti dnů po obdržení výzvy objednatele k jejímu zaplacení.
2. Objednatel je oprávněn požadovat náhradu škody způsobenou porušením povinností na straně zajišťovatele i v případě, že se na toto porušení povinností vztahuje smluvní pokuta; objednatel je rovněž oprávněn domáhat se náhrady škody, i když tato škoda přesahuje smluvní pokutu.
3. Smluvní strany výslovně vylučují použití ustanovení § 2051 občanského zákoníku.

### V. Odstoupení od smlouvy

1. Kterákoli smluvní strana je oprávněna od smlouvy odstoupit v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem, v případě, že druhá smluvní strana přestane být způsobilým subjektem práva, vstoupila do likvidace, na její majetek byl prohlášen konkurs nebo návrh na prohlášení konkursu byl zamítnut z důvodu nedostatku majetku nebo bylo zahájeno insolvenční řízení, exekuční řízení nebo soudní výkon rozhodnutí. Podstatným porušením povinností se rozumí porušení povinností stanovené v čl. I, II nebo III této smlouvy.

**VI.**  
**Závěrečná ustanovení**

1. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a uzavírá se na dobu určitou do 30. 4. 2020 s tím, že smluvní strany sjednávají pro objednatele opční právo na prodloužení smlouvy o další rok s podmínkou jeho písemného uplatnění objednatelem u poskytovatele nejpozději do 30. 4. 2020. Objednatel je i před uplynutím sjednané doby oprávněn tuto smlouvu vypovědět bez udání důvodu písemnou výpovědí. Výpovědní lhůta je 3 měsíce a začne běžet následující den po doručení výpovědi druhé smluvní straně.
2. Obsah této smlouvy a informace, které si smluvní strany sdělí či jinak zpřístupní, jsou považovány za důvěrné. Smluvní strany se proto zavazují zachovávat mlčenlivost o skutečnostech, které se v souvislosti s plněním této smlouvy sdělí či jinak zpřístupní. Údaje získané od objednatele při plnění této smlouvy nepoužije zajišťovatel pro jiné účely než pro plnění předmětu této smlouvy. Tato povinnost trvá i po ukončení této smlouvy. Toto ustanovení smlouvy se nepoužije na případy, kdy je zajišťovatel povinen poskytnout nebo zveřejnit informace nebo skutečnosti dle speciálních právních předpisů (zejména dle zákona č. 106/1999 Sb., č. 340/2015 Sb.).
3. Smluvní strany sjednávají způsob doručování tak, že si budou vzájemně doručovat písemnosti na adresu uvedenou v záhlaví této smlouvy nebo nového sídla oznámeného písemně druhé smluvní straně nebo sídla zapsaného v obchodním rejstříku. Nevyzvedne-li si adresát písemnosti nebo nepodaří-li se písemnost doručit na adresu, jak je uvedeno, považuje se den vrácení zásilky za den doručení, i když se adresát o zásilce nedozvěděl.
4. Je-li nebo stane-li se některé ustanovení této smlouvy neplatným, není tím dotčena platnost smlouvy v jejích ostatních ustanoveních.
5. Zajišťovatel není oprávněn postoupit tuto smlouvu na třetí osobu bez předchozího písemného souhlasu objednatele. Strany se dohodly, že objednatel je oprávněn smlouvu postoupit osobě ovládané, ovládající osobě a osobě ovládané stejnou ovládající osobou. Ustanovení § 1799 se nepoužije.
6. Jestliže se praxe stran odchýlí od ujednání této smlouvy, mají přednost výslovná ustanovení této smlouvy. Ve vztahu k této smlouvě se vylučuje veškerá dosud zavedená praxe a obchodní zvyklosti mezi smluvními stranami. Smluvní strany se dohodly, že zajišťovatel na sebe přebírá nebezpečí změny okolností ve smyslu § 1765 odst. 2 občanského zákoníku.
7. Tato smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, z nichž každá ze smluvních stran obdrží jedno vyhotovení.
8. Případné změny a dodatky smlouvy musí mít vždy písemnou formu.
9. Smluvní strany shodně prohlašují, že smlouvu uzavírají za podmínek v obchodním styku obvyklých, že si text této smlouvy přečetly, jejímu obsahu rozumí a s ním souhlasí a na důkaz těchto skutečností podle své svobodné vůle níže připojují osoby oprávněné smluvní strany zavazovat své podpisy.
10. Smluvní strany berou na vědomí, že plnění předmětu této smlouvy představuje po dobu nezbytně nutnou právní titul pro zpracování osobních údajů ve smyslu Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 (obecné nařízení o ochraně osobních údajů). Smluvní strany berou na vědomí a souhlasí s uveřejněním smlouvy v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zákon o registru smluv, uveřejnění smlouvy zajistí zasláním správci registru smluv zajišťovatel.
11. Smluvní strany se dohodly, že v případě, že smlouva obsahuje informace týkající se obchodního tajemství dle § 504 občanského zákoníku, tyto informace budou označeny tak, aby nebyly součástí elektronického obrazu textového obsahu smlouvy.
12. Nedílnou součástí této smlouvy jsou *Principy samoregulace v oblasti komerční komunikace*, které se zavazuje zajišťovatel dodržovat.

v Lounech dne 1.1.07.2019

v Praze dne 19.07.2019

Pavel Janda  
starosta města Louny

Pavel Slavík  
člen představenstva  
Heineken Česká republika

Jiří Špalek  
člen představenstva  
Heineken Česká republika

## Základní principy

- Pivo je přirozenou součástí českého životního stylu a tradice
- Výrobci piva jsou odpovědní za informování spotřebitele v rámci platné legislativy
- Informovaný spotřebitel je odpovědný za své jednání.
- Každá činnost pivovarů zapojených do Iniciativy je v souladu s projektem odpovědného přístupu k pití piva.
- Komerční komunikace zahrnuje reklamu ve všech typech medií (včetně Internetu a rozesílání komerčních SMS zpráv), balení výrobků, podporu prodeje, product placement, sponzoring a výzkum.

## 1. Nezodpovědná konzumace piva

- 1.1 Reklama nebude představovat nebo propagovat nezodpovědnou konzumaci, např. množstvím nápoje konzumovaného nebo vyobrazeného v reklamě nebo následky jeho nadměrného užití. Reklama nebude podporovat nadměrné zvýšení konzumace piva jednotlivými spotřebiteli. Reklama nesmí záporně či ironicky hodnotit abstinenci nebo zdrženlivost.
- 1.2 Reklama nebude založena na zobrazení agresivního nebo protisociálního chování.
- 1.3 Reklama by neměla ukazovat osoby, které se jeví jako opilé nebo vyvolávat jakýmkoliv způsobem dojem, že intoxikace je přijatelná.
- 1.4 Propagační akce na vysokých školách a univerzitách budou připraveny způsobem, který schválí univerzitní orgány, a je nutné zajistit, aby nebyl podáván alkohol osobám mladším 18 let.

## 2. Mladiství

- 2.1 Reklama na pivo nesmí být zaměřena na osoby mladší 18 let. Žádná osoba vystupující v reklamě jako konzument piva nesmí jako osoba mladší 18 let ani vypadat a fakticky musí být starší 25 let. Osoby mladší 18 let nebudou v reklamách zobrazovány, kromě situace, kde je jejich přítomnost přirozená, například v rodinných scénách nebo v davu v pozadí. Tyto osoby nebudou nikdy zobrazovány, jak pijí alkoholické nápoje, ani to nebude žádným způsobem naznačováno.
- 2.2 Reklama na pivo nesmí být vysílána v komerčních přestávkách před, během nebo hned po dětských televizních nebo rozhlasových programech.
- 2.3 Reklama nebude propagovat pivo v médiích, programech nebo během událostí, u nichž je známo, že většinu cílové skupiny tvoří nezletilí. Akce nebo aktivity, které jsou součástí kroků v rámci programu sociální odpovědnosti firmy, jsou přijatelné. Reklama nebude rovněž umístěna na velkoplošných plakátech ve vzdálenosti menší než 300 metrů od základních a středních škol, dětských hřišť a podobných zařízení, která jsou určena především nezletilým. Velkoplošnými plakáty se rozumějí plakáty, jejichž plocha je větší než 12 m<sup>2</sup>. Z tohoto pravidla jsou vyjmuty případné reklamy umístěné na provozních budovách pivovarů.
- 2.4 Komerční komunikace nebude využívat symbolů nebo obrázků, které primárně vyvolávají zájem dětí.

## 3. Řízení

- 3.1 Reklama piva nebude pivo v médiích, programech nebo během komunikačních událostí spojovat konzumaci a akt řízení vozidel, a to jakýmkoliv způsobem, přímo či nepřímo.

## 4. Nebezpečné aktivity

- 4.1 Obsah reklamy nesmí podněcovat spotřebu piva s obsahem alkoholu v nebezpečných nebo nezákonných situacích či místech, např. před nebo během činnosti vyžadující střízlivost, zručnost nebo přesnost.

## 5. Zdravotní aspekty

- 5.1 Reklama na pivo nesmí naznačovat jeho schopnost předcházet lidským nemocem nebo je léčit, že má povzbuzující nebo uklidňující účinek anebo že je prostředkem řešení osobních problémů. Reklama může zmiňovat osvěžující vlastnosti piva.
- 5.2 Reklama nebude zobrazovat těhotné nebo kojící ženy při konzumaci piva.

## 6. Obsah alkoholu

- 6.1 Reklama nesmí zdůrazňovat vyšší obsah alkoholu jako kladnou vlastnost značky a důvod pro její zvolení spotřebitelem. Na druhé straně, reklamní sdělení by nemělo vzbuzovat dojem, že pití piva s nízkým obsahem alkoholu vylučuje nezodpovědnou konzumaci.
- 6.2 Reklama nesmí snižovat nebo zamlžovat skutečný obsah alkoholu v pivu.

## 7. Výkonnost a sexuální úspěch

- 7.1 Reklama by neměla vytvářet dojem, že konzumace piva posiluje mentální nebo fyzické schopnosti, například při sportování.
- 7.2 Reklama nesmí naznačovat nebo vytvářet dojem, že konzumace piva je nezbytnou nutností pro dosažení společenského nebo hmotného úspěchu.
- 7.3 Reklama nebude tvrdit ani naznačovat, že konzumace alkoholu může přispět k sexuálnímu úspěchu. Reklama nebude podněcovat k sexuální promiskuitě, nebude obsahovat nahotu nebo částečnou nahotu zobrazenou nechutným způsobem, zobrazení ženské či mužské podoby v jakékoliv kompromitující situaci a nebude prezentovat alkohol v pivu jako prostředek k odstranění sexuálních zábran či strachu vůbec.

## 8. Podpora prodeje a sampling

- 8.1 Žádná podpora prodeje nemůže povzbuzovat k nezodpovědnému nebo protisociálnímu chování nebo k nezodpovědné konzumaci alkoholu, zejména k nadměrnému pití.
- 8.2 Sampling je povolen v místech a při příležitostech v souladu se zákonem. Sampling piva a ochutnávky nesmějí být nabízeny nezletilým.
- 8.3 Prodej a podávání piva na sportovních akcích je povolen jen za podmínky a v souladu se zákonem č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami, v platném znění. Na sportovních akcích je zakázán prodej a podávání alkoholických nápojů s výjimkou výčepního piva s extraktem původní mladiny do 10 hmotnostních procent.

## 9. Lidská důstojnost a náboženské přesvědčení

- 9.1 Reklama nebude naznačovat ani zobrazovat spotřebu piva v blízkosti posvátných míst a hřbitovů.
- 9.2 Reklama nebude tvrdit nebo naznačovat, že pivo s obsahem alkoholu je konzumováno příslušníky náboženské skupiny, která svým členům zakazuje požívání alkoholu.

