

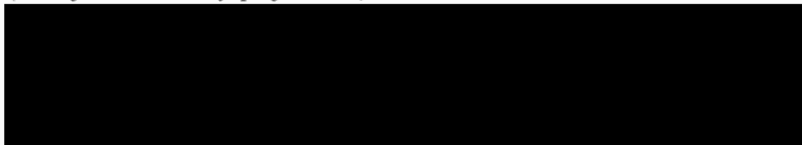
# Smlouva na nákup reklamních služeb v prostředí internetu propagujících nábor vojenského personálu do ozbrojených sil České republiky

Čj. MO 323911/2019-2230

## Čl. I. Smluvní strany


### 1.1. Kupující:

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

Se sídlem: Tychonova 1, 160 01 Praha 6 – Hradčany  
Jednající: brig. gen. Ing. Vratislav Beran, ředitel Agentury personalistiky AČR  
Na adrese: náměstí Svobody 471/4, 160 01 Praha 6 – Bubeneč  
IČO: 60162694  
DIČ: CZ60162694  
Bankovní spojení: Česká národní banka, Na Příkopě 28, Praha 1  
Číslo účtu: 404881/0710  
Konečný příjemce: Vojenské zařízení 2230, náměstí Svobody 471/4, 160 01 Praha 6 – Bubeneč  
(dále jen „konečný příjemce“)  
Kontaktní osoba: 

### 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, vl. 18970  
IČO: 01440578  
DIČ: CZ01440578  
Zastoupena osobou: Vítem Nantlem, předsedou představenstva a Petrem Bednářem, členem předst.  
Bankovní spojení: Reiffeisenbank, a.s.  
Číslo účtu: 1000054695/5500  
Kontaktní osoba:   
Doručovací adresa: Na Třebešíně 41/1225, 100 00 Praha 10  
(dále jen „prodávající“)

uzavírají v souladu s § 2079 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů  
(dále jen „OZ“)

tuto:

kupní smlouvu na nákup reklamních služeb v prostředí internetu propagujících nábor vojenského personálu  
do ozbrojených sil České republiky

(dále jen „Smlouva“)

## **Čl. II.**

### **Předmět a účel Smlouvy**

- 2.1. Prodávající se zavazuje poskytnout kupujícímu reklamní služby v prostředí internetu (viz odst. 2.6.) k propagaci náboru vojenského personálu do ozbrojených sil České republiky (dále jen „OS ČR“), jež budou zaměřeny na vybranou cílovou skupinu (viz odst. 2.7.) – Reklamní kampaň k doplnění příslušníků vybraných jednotek OS ČR (dále jen „reklama“ a „reklamní kampaň“).
- 2.2. Reklamní kampaní se rozumí reklama šířená v prostředí internetu, jež bude dostupná ve standardním webovém zobrazení a zároveň na mobilních zařízeních (mobilní telefon, tablet). Prodávající se zavazuje zajistit dostupnost reklamní kampaně na všech výše zmíněných zařízeních.
- 2.3. Účelem reklamy je efektivní propagace náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR – zviditelnění Armády České republiky jako poskytovatele atraktivního a stabilního zaměstnání a studia. Součástí reklamního sdělení musí být nasměrování potenciálních zájemců na webové stránky kupujícího (URL: <https://kariera.army.cz>).
- 2.4. Minimální počet zobrazení (impresí) reklamy přímo souvisejících s reklamními a vynaloženými finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně činí 5 000 000 zobrazení (impresí). Dosažení této hranice je pevným kritériem reklamní kampaně. Dosažení této hranice však neopravňuje prodávajícího ke skončení Smlouvy. Smlouva bude skončena v souladu s Čl. IV. Smlouvy. Při nesplnění tohoto kritéria jsou závazné kroky dle Čl. VI. Smlouvy.
- 2.5. Požadovaná návštěvnost webové stránky kupujícího (URL: <https://kariera.army.cz>) z odkazujících zdrojů přímo souvisejících s reklamními a vynaloženými finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně činí minimálně 50 000 unikátních návštěvníků (maximum není stanoveno) v nejvyšší možné míře odpovídající cílové skupině náboru do OS ČR (viz odst. 2.7.). Dosažení této hranice je pevným kritériem reklamní kampaně. Dosažení této hranice však neopravňuje prodávajícího ke skončení Smlouvy. Smlouva bude skončena v souladu s Čl. IV. Smlouvy. Při nesplnění tohoto kritéria jsou závazné kroky dle Čl. VI. Smlouvy.
- 2.6. Prostředím internetu se pro účely Smlouvy rozumí vybrané internetové stránky (vhodné internetové stránky a typ reklamního sdělení doporučí prodávající) a vybrané sociální sítě:
  - Facebook Česká republika URL: <https://cs-cz.facebook.com/>
  - Instagram Česká republika URL: <https://instagram.com/>
  - YouTube Česká republika URL: <https://youtube.com/>
- 2.7. Specifikace cílové skupiny náboru do OS ČR:
  - Aktivní lidé ve věku od 18 do 40 let věku, kteří jsou občany České republiky s minimálně dokončeným středoškolským vzděláním s výučním listem.
  - Pro potřeby zveřejňování reklamy uživatelům sociálních sítí bude reklamní sdělení cíleno dále dle zájmů, kterými jsou zejména:
    - a) zájem o armádu, vojenství a související problematiku
    - b) zájem o akční, válečné a bojové videohry
    - c) zájem o sport a fitness
    - d) zájem o techniku, motosport a letectví
- 2.8. Obsah a forma reklamy bude rovnoměrně zaměřena na 4 cílové skupiny náboru vojenského personálu do OS ČR:
  - a) uchazeči do přímého náboru (období do 30. 6. 2020)
  - b) uchazeči k jednotkám aktivních záloh (období do 30. 6. 2020)
  - c) studenti VŠŠ a VOŠ MO v Moravské Třebové (období do 15. 5. 2020)
  - d) studenti UO a VO FTVS UK (období do 15. 4. 2020)

- 2.9.** Na základě specifikace cílové skupiny zajistí prodávající analýzu vhodných internetových stránek a sociálních sítí, na jejímž základě předloží kupujícímu seznam nejvhodnějších platformů k šíření reklamního sdělení. Proávající se zavazuje navrhnout vždy účinné a ekonomicky hospodárné metody šíření reklamního sdělení. Forma a způsob šíření reklamního sdělení podléhá schválení kupujícím.
- 2.10.** V rámci realizace reklamní kampaně jsou požadovány tyto formy reklamního sdělení:
- a) bannery
  - b) branding
  - c) mobilní branding
  - d) nativní reklama
  - e) reklamní videa
- 2.11.** Implicitní součástí každého reklamního sdělení je vložený odkaz (prolink) na webové stránky <https://kariera.army.cz>. Proávající se zavazuje zajistit odpovídající úpravu a přizpůsobení formátu reklamních prostředků vybraným reklamním kanálům. Samotné reklamní prostředky dodá kupující ve spolupráci s prodávajícím. Formátem reklamních prostředků se rozumí zejména: rozlišení, poměr stran, velikost souboru, typ souboru atd.
- 2.12.** Základní jednotkou měření efektivity reklamní kampaně je počet prokliků (click-through rate, CTR), tedy návštěvnost webových stránek v přímé souvislosti se zobrazením reklamního sdělení, které dovedlo uživatele na web <https://kariera.army.cz>. Proávající se zavazuje navrhnout a využívat optimální nástroje pro správu a vyhodnocování reklamy a dále se zavazuje k umožnění přístupu kupujícímu do příslušných nástrojů správy reklamy v rámci průběžného auditu reklamní kampaně.
- 2.13.** Za pomoci analýzy návštěvnosti (počet prokliků na webové stránky <https://kariera.army.cz>) budou v rámci reklamní kampaně vyhodnocovány jednotlivé reklamní kanály a prostředky. Na základě této analýzy bude následně rozhodnuto o ponechání reklamních kanálů a prostředků s nejvyšší mírou prokliku (CTR), tj. reklamní kanály a prostředky, které prokazatelně zaujaly nejvíce uživatelů a jejichž prostřednictvím uživatelé navštívili webové stránky <https://kariera.army.cz>.
- 2.14.** Průběžnou analýzu a dohled nad průběhem reklamní kampaně (míra efektivity jednotlivých reklamních sdělení, míra návštěvnosti webových stránek <https://kariera.army.cz>) uskutečňuje prodávající. Na základě průběžné analýzy prodávající navrhuje optimální řešení pro další průběh reklamní kampaně (aktivace, deaktivace a reaktivace reklamního sdělení). Kupující nad tímto vykonává dohledovou činnost a je oprávněn v průběhu reklamní kampaně, ale i po jejím skončení požadovat po prodávajícím příslušný reporting. Reportingem se rozumí záznam o výkonnosti (efektivnosti) reklamních sdělení a průběhu reklamní kampaně jako celku (statistické vyhodnocení, kvantifikace výsledků, grafy výkonnosti apod.).
- 2.15.** Proávající se zavazuje akceptovat nárok kupujícího na provádění operativních náhrad a deaktivaci reklamních kanálů a reklamních prostředků, vždy však při striktním respektování termínů umožňujících technickou proveditelnost takového zásahu.
- 2.16.** Kupující se zavazuje nepožadovat po prodávajícím zveřejnění takové reklamy, jež není v souladu s právními předpisy České republiky včetně Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů), obecnou korektností a dobrými mravy.

2.17. Prodávající je povinen při plnění povinností dle této Smlouvy respektovat Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů) a další obecně závazné předpisy vztahující se k ochraně osobních údajů.

2.18. Časový harmonogram realizace předmětu Smlouvy:

a) fáze přípravy reklamní kampaně (**nejvýše 14 kalendářních dnů od nabytí platnosti a účinnosti Smlouvy**)

- návrh nejvhodnějších internetových platform k šíření reklamního sdělení
- návrh a realizace technického zabezpečení reklamní kampaně
- technické zabezpečení reklamního prostoru odpovídající požadavkům Smlouvy
- mediální plán zveřejňování reklamních sdělení
- dodání reklamních prostředků kupujícím

b) fáze realizace reklamní kampaně (**od ukončení fáze přípravy reklamní kampaně do 30. 6. 2020**)

- zveřejňování reklamních sdělení
- průběžné vyhodnocování efektivity jednotlivých reklamních sdělení
- optimalizace a aktualizace reklamních sdělení
- deaktivace a reaktivace reklamních sdělení
- reporting o průběhu a vývoji reklamní kampaně

### **Čl. III.**

#### **Výše kupní ceny**

3.1. Smluvní strany se ve smyslu zákona č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů dohodly na této ceně:

|                        |                      |
|------------------------|----------------------|
| Cena bez DPH           | 400 000,00 Kč        |
| Výše DPH sazba 21%     | 84 000,00 Kč         |
| <b>Cena včetně DPH</b> | <b>484 000,00 Kč</b> |

3.2. Ceny uvedené v odst. 3.1. jsou cenami nejvýše přípustnými a neměnnými. Kupující neposkytuje zálohované platby.

### **Čl. IV.**

#### **Doba a skončení Smlouvy**

4.1. Doba smluvního plnění je od nabytí účinnosti Smlouvy do **30. 6. 2020**.

4.2. 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 prodávajícího s plněním jeho povinností ve lhůtě delší než 5 kalendářních dní
  - nedodržení podmínek zveřejnění reklamy ve stanovené podobě, formátu a aktualizaci, období (termínu zveřejnění), četnosti, výkonnosti a umístění
  - zjištěné vady plnění nebyly odstraněny do 3 pracovních dnů od uplatnění vad plnění

## **Čl. V.**

### **Dodací podmínky**

- 5.1. 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. Smlouvy.
- 5.2. Kupující zajistí dodání reklamních prostředků prodávajícímu nejpozději 5 pracovních dnů před začátkem plnění dle Smlouvy.
- 5.3. Místem plnění reklamní služby je prostředí internetu dle odst. 2.6.
- 5.4. Místem schválení reklamní strategie a prostředků je Vojenské zařízení 2230, náměstí Svobody 471/4, 160 01 Praha 6 – Bubeneč. Pro elektronickou komunikaci včetně schvalování ze strany kupujícího je využíván e-mail: [REDAKCE]

## **Čl. VI.**

### **Fakturační a platební podmínky**

- 6.1. Podmínky vzniku a rozdělení práva fakturace:
  - Po ukončení fáze přípravy reklamní kampaně vzniká prodávajícímu právo fakturovat 20 % celkové částky z dohodnuté ceny.
  - Dne **30. 6. 2020** vzniká prodávajícímu právo fakturovat zbývající částku z celkové dohodnuté ceny v procentuální výši odpovídající procentuálnímu naplnění požadovaného kritéria 50 000 unikátních návštěvníků přivedených na webové stránky <https://kariera.army.cz>, za podmínky řádného plnění náležitostí vyplývajících ze Smlouvy a z ujednání smluvních stran po podpisu Smlouvy (např. při dosažení 75 % požadovaného počtu unikátních návštěvníků vzniká prodávajícímu právo fakturovat 75 % zbývající částky, při dosažení 85 % požadovaného počtu unikátních návštěvníků vzniká prodávajícímu právo fakturovat 85 % zbývající částky atd.). Pokud se prodávajícímu nepodaří splnit požadované kritérium 5 000 000 zobrazení (impresí) reklamního sdělení vzniká mu nárok fakturovat zbývající náklady za poskytnuté služby až tehdy, kdy dojde k naplnění těchto kritérií.
- 6.2. Do 5 pracovních dnů 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 „zákon o dani“) a číslo Smlouvy.
- 6.3. Fakturu zašle prodávající na adresu konečného příjemce nebo přes elektronickou poštu na e-mail: [REDAKCE]. V případě zaslání elektronickou poštou se faktura považuje za doručenou až na základě potvrzení jejího přijetí z e-mail: [REDAKCE]
- 6.4. Kupující zaplatí cenu dle faktury do 30 dní ode dne 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**  
**160 01 Praha 6**

- 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 jejich náležitostí.
- 6.8. V případě, že kupující vrátí fakturu prodávajícímu dle odst. 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 zákona 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 0,35 % z kupní ceny za každý započatý den prodlení se zahájením služby dle Čl. II. Smlouvy.
- 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. IV.

## **Čl. VIII.**

### **Zvláštní ujednání**

- 8.1. Smlouva je vyhotovena v elektronické podobě a je 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.
- 8.2. Prodávající podpisem Smlouvy uděluje podle zákona č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů, 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.
- 8.3. Pokud nebude Smlouva prodávajícím potvrzena bez jakýchkoli dodatků nebo odchylek, jedná se o jednostranný právní úkon, jehož plnění není vymahatelné.
- 8.4. Smluvní strany jsou si povinny navzájem sdělit bez zbytečného odkladu veškeré změny, týkající se např. změn identifikačních údajů nebo kontaktních údajů včetně jejich vstupu do likvidace, insolvence a jejich nástupnictví apod.

8.5. Smluvní strany se dohodly, že všechny závazné projevy vůle je třeba činit písemnou formou a prokazatelně doručit druhé smluvní straně na adresu pro doručování korespondence uvedenou v úvodním ustanovení této Smlouvy. Pokud smluvní strana, které je písemnost adresována, její přijetí odmítne nebo jiným způsobem zmaří, považuje se za prokazatelné doručení též uplynutí třetího dne ode dne jejího uložení na poště. Pokud je na doručení druhé smluvní straně vázán počátek běhu lhůty a smluvní strana, které je písemnost adresována, její přijetí odmítne nebo jiným způsobem zmaří, počíná taková lhůta běžet následujícího dne po uplynutí třetího dne ode dne od uložení písemnosti na poště. Toto však neplatí, využije-li některá ze smluvních stran pro doručení písemnosti datovou schránku ve smyslu zákona č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů, ve znění pozdějších předpisů.

## 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 nedílnou součástí smlouvy.
- 9.3. Smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu poslední smluvní stranou a zveřejněním v registru smluv, jestliže se na smlouvu tato povinnost vztahuje.
- 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: 2019.12.04  
11:13:35 +01'00'

.....  
Vít NANTL, předseda představenstva  
Petr BEDNÁŘ, člen představenstva

.....  
brigádní generál Ing. Vratislav BERAN  
ředitel