**SMLOUVA O POSKYTOVÁNÍ MARKETINGOVÝCH SLUŽEB**

Česká agentura na podporu obchodu/ CzechTrade

se sídlem: Dittrichova 21, 128 01 Praha 2

IČ: 00001171

DIČ: CZ00001171

příspěvková organizace nezapsaná v obchodním rejstříku

zastoupená Ing. Radomil Doležal, MBA, generální ředitel (dále jen “ objednatel“)

a

Knowlimits s.r.o.

se sídlem:Píškova 1948/16, 155 00 Praha 5

IČ: 63677792

DIČ: CZ63677792

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u MS v Praze oddíl C vložka 37282

zastoupená Luboš Bechyně, jednatel (dále jen „poskytovatel“):

uzavřeli dle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „občanský zákoník“) tuto smlouvu o poskytování marketingových služeb (dále jen „smlouva“):

**Článek 1. Předmět smlouvy**

1.1 Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele zajistit pro objednatele komplexní komunikační servis (dále jako „Projekt“). Objednatel se zavazuje za řádně a včas splněný předmět smlouvy zaplatit poskytovateli písemně dohodnutou odměnu.

1.2 Služby budou poskytovatelem objednateli poskytovány, pokud nebude výslovně dohodnuto jinak, pouze na území České republiky.

**Článek 2. Zadání a schválení Projektu**

2.1 Poskytovatel se zavazuje pro objednatele zpracovat Projekt, jenž je specifikován Oslovením objednatele více zájemcům o veřejnou zakázku malého rozsahu číslo č. N006/19/V00036258 ze dne 19.12.2019 a nabídkou podanou poskytovatelem v této veřejné zakázce.

2.2 Plnění předmětu této smlouvy bude probíhat dle časového harmonogramu obsahujícího termíny realizace dílčích kroků Projektu odsouhlaseného oběma smluvními stranami, který tvoří Přílohy č. 1 a č. 2 této smlouvy a je její nedílnou částí a rozpočtu, který obsahuje veškeré náklady poskytovatele za vypracování a realizaci Projektu, přičemž je maximální a nepřekročitelný. Rozpočet tvoří Přílohu č. 3 této smlouvy a je její nedílnou částí.

**Článek 3. Vypracování a realizace Projektu**

3.1 Vypracováním Projektu se rozumí kreativní vývoj a produkce vypracovaného řešení Projektu, zejména pak:

3.1.1 Koncept komunikační strategie propojující off-line a on-line nástroje pro období únor 2020 – leden 2021

Koncept komunikační strategie bude zahrnovat dílčí strategie využitých nástrojů pod jeden návrh a vzájemná propojení těchto aktivit s důrazem plnění dílčích komunikačních cílů pro všechny oblasti – PR aktivity, komunikace na sociálních sítích, on-line kampaně. V konceptu je potřeba minimálně reflektovat:

* výběr klíčových médií, rozvržení jednotlivých médií s ohledem na cílové skupiny a komunikovaná témata včetně předpokládaného počtu a formátů.
* ukázky doporučených formátů
* návrh grafického zpracování některých formátů – branding objednatele
* návrh klíčových témat pro konkrétní média
* doporučený harmonogram
* návrh KPI pro jednotlivé oblasti
* návrh vyhodnocení efektivity realizované komunikační strategie a kampaně
* návrh měření a vyhodnocování výkonnosti akviziční kampaně (nárůst nových klientů, udržení stávajících klientů)

3.1.2 PR služby zahrnující strategické poradenství a realizaci externí komunikace

Nejčastějšími službami poskytovatele spojené s realizací zakázky v této oblasti budou aktivity:

* podpora pozice objednatele jako odborníka na podporu českého obchodu prostřednictvím „tváří“ agentury
* hledání vhodných témat pro PR aktivity
* tvorba podkladů pro média (redakční zpracování) a zajištění jejich umísťování v ekonomicky zaměřených tištěných, TVR i on-line médiích
* podpora ostatních obchodních aktivit vhodnou komunikační strategií
* vydávání tiskových zpráv v rozsahu cca 2 zprávy za měsíc
* spolupráce na realizaci tiskových konferencí a neformálních setkání s novináři v rozsahu 2 až tří akcí za rok
* taktické reakce na mediální události

Další požadované činnosti spojené s PR aktivitami objednatele

* sledování médií a s tím i ekonomického a politického klimatu v ČR a zahraniční, upozorňování na případné hrozby – návrh krizové komunikace a její řešení v případě aktuálnosti, aby klient minimalizoval případný negativní dopad
* budování vztahů s médii
* pravidelné zprávy o činnosti a výsledcích práce, včetně vyhodnocení efektivnosti

Cílem PR služeb v rámci této zakázky je prostřednictvím nastavené komunikační strategie dosáhnout:

* v oblasti medializace dle typu médií – zvýšit počet mediálních výstupů v rozhlase a televizi
* zvýšit podíl medializace dle priority médií v kategorii velmi vysoká nad 45 %
* v oblasti s přispěním agentury – zvýšit podíl výstupů s přispěním agentury (9 % v roce 2018, bude doplněný rok 2019 leden – říjen)
* v oblasti medializace dle tonality – zvýšit podíl pozitivních výstupů oproti 38 % v roce 2018, bude doplněný rok 2019 leden – říjen)
* zvýšit podíl výstupů zachycených na základě vydávání tiskových zpráv a dalších sdělení (5 % v roce 2018)

3.1.3 Správa a komunikace na sociálních sítích

Na základě odborných analýz bylo rozhodnuto sjednotit facebook profily (exportní úspěchy, CzechTrade, CzechTrade exportní vzdělávání) objednatele pod jeden profil. Facebook profil objednatele je nyní využíván ke komunikaci směrem do ČR.

Z ohledem na stávající prezentaci objednatele na LinkedIn je požadavkem sjednocení komunikace napříč agenturou (ČR/zahraničí) a nastavení metodiky používání LinkedIn mezi zaměstnanci, a to na případných dalších profilech objednatele či k prezentaci pracovní činnosti na osobních profilech zaměstnanců.

1. Pokračování v práci sjednocení tří facebook profilů objednatele (Exportní úspěchy, CzechTrade, CzechTrade exportní vzdělávání).
2. finanční propagace nekampaňových příspěvků na facebook profilu objednatele v dané období (<https://www.facebook.com/CzechTrade/>).
3. redakční, grafická a kontrolní činnost na facebook profilu CzechTrade v dané období (<https://www.facebook.com/CzechTrade/>).
4. finanční propagace nekampaňových příspěvků na LinkedIn profilu objednatele v dané období (<https://www.linkedin.com/company/46176/admin/>
5. nový koncept sjednocené komunikace objednatele na Linkedin – ČR + zahraničí
6. redakční činnost na Twitter profilu objednatele v dané období (https://twitter.com/CzechTrade)
7. zajištění školení menšího rozsahu pro zaměstnance objednatele

**Detailní specifikace:**

ad 1. Pokračování v procesu sjednocení tří facebook profilů objednatele (Exportní úspěchy, CzechTrade, CzechTrade Exportní vzdělávání):

* + Návrh řešení sjednocení facebook profilů s cílem přesunutí fanoušků stránek Exportní úspěchy a Exportní vzdělávání pod profil CzechTrade

ad 2. Cenové rozvržení finanční propagace nekampaňových příspěvků na facebook profilu CzechTrade v dané období (<https://www.facebook.com/CzechTrade/>):

* + měsíční budget vychází z konceptu komunikační strategie a zohledňuje počty nasazovaných nekampaňových příspěvků a jejich konkrétní formáty. Jednoduché formáty (foto/grafika s copy, carusel, infografika, brandovaný příspěvek) a rich formáty (animace, video, instant experience).
	+ Zacílení jednotlivých postů bude realizováno dle navrženého konceptu a v souladu s cíli projektu, viz informace v části „Popis požadavků na on-line kampaň v roce v dané období “

ad 3. Kalkulace na realizační část - související práce spojené s redakční, grafickou a kontrolní činností - na facebook profilu CzechTrade (<https://www.facebook.com/CzechTrade/>):

Kalkulace reflektuje návrh konceptu komunikační strategie na sociálních sítích a přípravu nekampaňových příspěvků pro publikaci na facebook profilu CzechTrade.

* redakční úprava podkladů dodaných objednatelem (úvodní copy, výběr nebo úprava fotky včetně brandingu objednatele / výběr fotky z fotobanky <https://www.shutterstock.com>), přizpůsobení pro mobilní zařízení apod. Branding CzechTrade vychází z grafiky použité v roce 2019 a bude se pouze adaptovat a lehce rozvíjet na základě konkrétních potřeb. Zpracované příspěvky budou využity i pro LinkedIn, formát bude pro účely LinkedIn uzpůsoben – platí však pouze u vybraných příspěvků dle relevance pro LinkedIn.
* tvorba infografiky– 6x za období kampaně zpracování infografiky na základě podkladů od objednatele včetně copy. Pokud nenavrhne poskytovatel jinak, obvykle je infografika zpracovaná formou caruselu, jedná se o ekonomické údaje z různých teritorií určené pro podnikatele. Stylizace používané grafiky se nebude pro rok 2020 měnit a bude stejná jako ve 2019.
* publikace příspěvků na facebook profil, nastavení zacílení každého příspěvku individuálně a upravování nákladů podle reakce uživatelů (posílení v případě velkého zájmu o téma, naopak ponížení v případě výskytu negativních reakcí)
* community management – komunikace s uživateli, řešení problematických až negativních reakcí uživatelů, řešení krizových situací ve spolupráci se objednatelem, aktivní přístup a rychlé reakce

ad 4. Cenové rozvržení finanční propagace nekampaňových příspěvků na LinkedIn profilu objednatele v ČR a případně v zahraničí pro  dané období (<https://www.linkedin.com/company/46176/admin/>

* + měsíční budget vychází z konceptu komunikační strategie a zohledňuje počty nasazovaných nekampaňových příspěvků a jejich konkrétní formáty. Jednoduché formáty a rich formáty – dle doporučení poskytovatele.
	+ Zacílení jednotlivých nekampaňových příspěvků bude realizováno dle navrženého konceptu a v souladu s cíli projektu, viz informace v části „Popis požadavků na on-line kampaň v daném období“
	+ Redakční část pro nekampaňové příspěvky nebude, objednatel bude vkládat sám a bude využívat pro tyto účely již zpracované příspěvky pro facebook.
	+ Cena za případné doporučené jiné služby LinkedIn
	+ community management – komunikace s uživateli, řešení problematických až negativních reakcí uživatelů, řešení krizových situací ve spolupráci se objednatelem, aktivní přístup a rychlé reakce

ad 5. Nový koncept komunikace značky CzechTrade na LinkedIn v ČR a v zahraničí.

* Koncept si klade za cíl nastavení komunikace značky CzechTrade v České republice a v zahraničí, kde agentura aktivně působí na 50 teritoriích. Koncept bude obsahovat konkrétní nastavení profilu / případně profilů (ČR/ZAHRANIČÍ), variant jazykových mutací, architektury nastavených profilů (pokud bude více), využití jednotících prvků apod. včetně zohlednění soukromých profilů zaměstnanců objednatele (nyní někteří využívají k propagaci aktivit agentury).
* Dále koncept navrhne základní principy a pravidla pro zaměstnance objednatele – jak komunikovat pracovní aktivity na LinkedIn v souladu se značkou CzechTrade, jak lépe využívat sociální sítě k propagaci aktivit agentury či získávání nových zahraničních obchodních partnerů / českých klientů.

ad 6. redakční činnost na Twitter profilu CzechTrade v dané období (<https://twitter.com/CzechTrade>)

* Přebírání příspěvků vytvořených pro facebook nebo LinkedIn profil. Tvorba příspěvků určených pouze pro Twitter - redakční úprava podkladů dodaných objednatelem (úvodní copy, výběr nebo úprava fotky včetně brandingu CzechTrade.
* Komunikace PR aktivit a posílení komunikace vůči novinářům

ad 7. Zajištění školení menšího rozsahu pro zaměstnance CzechTrade

* + Dne 10. 2. 2020 proběhne celodenní školení zaměstnanců CzechTrade. V rámci tohoto školení bude 1-2 hodiny věnovány představení konceptu sociálních sítí CzechTrade pro dané období včetně zjednodušené metodiky pro zaměstnance – jak mají na sociálních sítích komunikovat aktivity a značku CzechTrade – konkrétní dle navržené koncepce vycházející z tohoto výběrového řízení

3.1.4 On-line kampaň

Kampaň propaguje vybraná klíčová témata doporučená v konceptu komunikační strategie 2020. Zahrnuje oblasti sociálních sítí (facebook, LinkedIn) a webových stránek [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz). Kampaně mají mezi sebou provázanost, jsou graficky sjednocené a adaptované pro jednotlivé formáty a oblasti.

**Detailní specifikace:**

* 1. Mediální plán pro facebook profil CzechTrade
	2. Mediální plán pro LinkedIn profil / profily CzechTrade
	3. Mediální plán pro bannerovou kampaň

Mediplány budou obsahova rozvržení financí na jednotlivé měsíce dle navrženého konceptu komunikační strategie pro dané období – typy formátů, optimální počty jednotlivých formátů, frekvence publikování příspěvků, doporučená témata, předpokládaný počet zobrazení jednotlivých druhů příspěvků, návrh KPI, % rozdělení kampaně (zacílení na zásah nebo proklik), celková cena za nasazení měsíčně či jiné doporučené období.

* + Zacílení a propagace bude realizováno dle navrženého konceptu a v souladu s cíli projektu, viz informace v části „Popis požadavků na on-line kampaň v roce 2020“
	1. Návrh realizace grafiky pro účely on-line kampaně a rozpracování do potřebných formátů.

3.1.5 Reporting efektivnosti komunikační kampaně

Zpracování měsíčních reportů pro 3 oblasti (PR, sociální sítě, bannerová kampaň) za účelem sledování výsledků kampaně a rychlou reakcí při přípravě komunikace následujících aktivit. Celkem 12 reportů + 1 report závěrečný. Odevzdání reportu vždy do 15 dne následujícího měsíce.

**Specifikace služeb:**

1. Zpracování měsíčního reportu PR aktivit v minimální struktuře:
	1. analýza mediálních ohlasů – zhodnocení efektivity PR komunikace dle návrhu poskytovatele, počet výstupů dle typu média, medializace dle zdroje, výstupy s přispěním agentury, dle priority médií, dle tonality
	2. doporučení na další období
2. Zpracování měsíčního reportu pro oblast sociální sítě - facebook profil, LinkedIn profil / profily: propagované příspěvky v daném měsíci, dosah (organický, placený, celkový unikátní, celkové zobrazení, cílení, cena za reklamu). Engagement (prokliky na článek, like, share, comment, rozklik postu, total engagement CTR. Cena za propagaci příspěvku, cena za propagaci v daný měsíc. Zpětná vazba zachycená od uživatelů a doporučení změn pro další období.
3. Zpracování měsíčního reportu pro oblast bannerová kampaň směřovanou na [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz) stránky a podstrnánky - doručená zobrazení, počet prokliků, CTR, plánované návštěvy, plnění plánu, CPV, cena za propagaci, nejúspěšnější grafika banneru pro dané období, doporučení změn pro další období
4. Závěrečný report z průběhu projektu včetně shrnujících kompletních čísel ke všem hodnoceným bodům, komentáře k průběhu projektu a doporučení pro další období. Odevzdání závěrečného reportu do 4. 2. 2020.

3.2 Poskytovatel se zavazuje zahájit a ukončit vypracování a realizaci Projektu dle harmonogramu a rozpočtu obsaženém v Příloze č. 1, Příloze č. 2 a Příloze č. 3 této smlouvy.

3.3 Objednatel je oprávněn prostřednictvím svého zmocněnce (odst. 7.1 této smlouvy) kontrolovat postup prací při vypracovávání a realizaci Projektu poskytovatelem, resp. třetí osobou ve smyslu odst. 5.4 této smlouvy. V případě zjištění postupu neodpovídajícího schválenému Projektu je objednatel oprávněn požadovat okamžitou nápravu, a to nejpozději do 3 dnů od doručení oznámení o pochybení poskytovateli. Objednatel dále bere na vědomí, že veškeré návrhy, materiály a rozpočty atd. schválené jeho zmocněncem budou považovány za řádně schválené objednatelem.

3.4 Všechna práva a licence vztahující se na realizaci webovou stránky a profilů CzechTrade na sociálních sítích včetně kreativních návrhů použitých ilustračních obrázků, vizuálních a fotografií atd. pro ČR i zahraničí přecházejí automaticky na objednatele na neomezenou dobu a s možností neomezeného použití jak v ČR, tak celosvětově a musí být předána v takové formě, aby tyto kreativní a produkční výstupy bylo možné použít v jakýkoliv jiných rozměrech a formátech. Po ukončení kampaně předá poskytovatel otevřená data a administrativní přístupy objednateli pro další využití.

3.5 Pokud bude poskytovatelem vytvořeno při plnění předmětu této smlouvy dílo ve smyslu zákona č. 121/200 Sb., autorský zákon, předáním díla nebo jeho části objednateli poskytuje poskytovatel objednateli k předmětu díla (dle §2358 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník) zároveň výhradní, místně a časově neomezené oprávnění k užití autorského díla samostatně nebo v souboru s jiným dílem nebo produktem. Objednatel bude oprávněn toto právo převést na třetí osobu nebo umožnit užívat autorské dílo jiné osobě. Objednatel bude též oprávněn sám nebo prostřednictvím třetí osoby autorské dílo dále rozvíjet. Odměna za užití či postoupení autorského díla je již zahrnuta v ceně dle čl. 4 této smlouvy.

**Článek 4. Cena a platební podmínky**

4.1 Za vypracování Projektu a realizaci Projektu řádně a včas náleží poskytovateli odměna, která je stanovena v cenové nabídce podané poskytovatelem v rámci výběrového řízení, vyhlášeného objednatelem na tento projekt.

* Celková a maximální cena za předmět plnění činí 1 489 000 Kč (slovy: jeden milion čtyři sta osmdesát devět tisíc korun českých) bez DPH, přičemž rozpis jednotlivých cen je uveden v příloze č. 3.

Dohodnutá odměna bude objednateli účtována na základě dílčích faktur dle skutečného plnění a předání tohoto plnění objednateli, přičemž fakturace za PR služby budou fakturovány měsíčně na základě výkazu prací poskytovatele po odsouhlasení oběma smluvními stranami.

Doba splatnosti faktury je 14 dnů po doručení do sídla objednatele, úhrada bude realizována bankovním převodem na účet poskytovatele uvedený na faktuře. Při dodání nikoli včasného a/nebo řádného plnění má objednatel právo pozastavit platbu až do nápravy a po tuto dobu není v prodlení s placením.

Jednotkové i celkové ceny uvedené v Příloze č. 1 a č. 3 této smlouvy obsahují a zahrnují veškeré náklady spojené s realizací a jsou cenami konečnými a maximálními.

4.2 V případě prodlení objednatele s jakoukoliv platbou si smluvní strany sjednávají smluvní pokutu ve výši 0,05% z dlužné částky za každý, byť i započatý den prodlení. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok poškozené smluvní strany na náhradu vzniklé škody.

4.3 Veškeré faktury, daňové doklady nebo jiný účetní doklad musí odpovídat platné účetní a daňové legislativě ČR. V případě, že tomu tak nebude, objednatel vrátí takový doklad v době splatnosti poskytovateli, který jej opraví a zašle zpět objednateli. Od okamžiku doručení opraveného dokladu běží nová 30 denní doba splatnosti.

4.4 Při prokazatelném porušení některé povinnosti ochrany důvěrných informací dle čl. 6. této smlouvy vzniká tomu, kdo poruší svoji povinnost, povinnost uhradit druhé smluvní straně na základě její výzvy smluvní pokutu ve výši 16.000,- Kč (slovy: šestnáct tisíc korun českých), a to za každý prokázaný případ porušení. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok poškozené smluvní strany na náhradu vzniklé škody.

**Článek 5. Práva a povinnosti smluvních stran**

5.1 Poskytovatel se zavazuje při vypracování a realizaci Projektu postupovat s odbornou péčí a podle pokynů objednatele. Poskytovatel je taktéž povinen objednatele s dostatečným předstihem informovat o jakýchkoliv překážkách bránících řádnému vypracování či řádné realizaci Projektu, dále je povinen oznámit s dostatečným předstihem objednateli všechny okolnosti, které zjistil při práci na Projektu nebo při jeho realizaci a které mohou mít vliv na případnou změnu pokynů objednatele.

5.2 Objednatel se zavazuje poskytnout poskytovateli potřebnou součinnost nezbytnou k vypracování Projektu a jeho realizaci zejména mu předat řádně a včas v předem dohodnutých termínech všechny potřebné podklady, dokumenty či informace tak, aby poskytovatel mohl dodržet termín realizace Projektu.

5.3 Poskytovatel je povinen chránit zájmy objednatele související s předmětem této smlouvy. Poskytovatel se zavazuje k zaplacení smluvní pokuty pro případ prodlení s řádným a/nebo bezvadným plněním povinností týkajících se poskytovaných služeb. Výše smluvní pokuty činí 5% z ceny předmětu plnění dle čl. 4.1 za každý týden prodlení, nejvýše však 20% ceny plnění.

5.4 Poskytovatel je oprávněn zajistit splnění svých závazků z této smlouvy prostřednictvím třetích osob. I v takovém případě nese poskytovatel za splnění závazků podle této smlouvy vůči objednateli plnou odpovědnost, jako by plnění poskytoval sám. Poskytoval je povinen při plnění svých smluvních závazků prostřednictvím třetí osoby postupovat s veškerou péčí a odbornosti při jejím výběru.

5.5 Poskytovatel tímto bere na vědomí a souhlasí s tím, že díla, která byla či budou zhotovena v rámci konkrétního Projektu a jsou chráněná podle zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon), jsou díly vytvořenými na objednávku objednatele (dále jen „díla“). Poskytovatel v souladu s ustanovením § 61 autorského zákona a s ustanovením § 2376 občanského zákoníku poskytuje objednateli výhradní licenci k dílům (dále jen „licence“) bez teritoriálního, časového či jiného omezení. Objednatel je oprávněn sám nebo prostřednictvím třetí osoby autorské dílo dále rozvíjet a užít je všemi možnými způsoby i nad rámec účelu této smlouvy. Odměna za poskytnutí licence ke všem autorským dílům vytvořeným v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy je uvedena v Příloze č. 3 k této smlouvě a bude zahrnuta v dílčí fakturaci.

Pro vyloučení veškerých pochybností se obě strany dohodly, že všechny kreativní návrhy zhotovené v rámci Projektu budou předány objednateli v takové formě aby bylo možné tyto kreativní a produkční výstupy použít v jakýkoliv jiných rozměrech a formátech. Dále se strany dohodly, že po schválení návrhu předá poskytovatel otevřená a tisková data objednateli pro další možná zpracovávání.

5.6 Poskytovatel odpovídá za to, že Projekt neporušuje ani neohrožuje osobnostní či majetková práva třetí osoby, je v souladu s obecně závaznými právními předpisy, nepoškozuje pověst objednatele, že Projekt neporuší právní předpisy ČR, zejména předpisy o nekalé soutěži, ochranných známkách, jakož i etická pravidla upravující v ČR reklamu, marketing a veřejné prezentace.

5.7 Poskytovatel prohlašuje, že v případě, kdy bude k plnění předmětu této smlouvy využívat třetích osob, bude mít s těmito vypořádána veškerá majetková, jakož i jiná práva užití jimi zhotovených výstupů/autorských děl, včetně zajištění příslušných licencí a/nebo podlicencí, a to tak, že je objednatel bude moci užívat bez omezení, bezplatně a v rozsahu, který je ujednán v odst. 5.5 tohoto článku. V opačném případě odpovídá poskytovatel objednateli za veškerou utrpěnou újmu a za jakékoliv nároky vznesené v této souvislosti třetí osobou.

5.8 Poskytovatel odpovídá za oprávněné nároky třetích stran vznesené vůči objednateli v souvislosti s realizací Projektu poskytovatelem. Poskytovatel se zavazuje poskytnout objednateli účinnou pomoc a uhradit mu veškeré náklady, které v souvislosti se sporem mezi objednatelem a třetí osobou objednateli vzniknou a dále se zavazuje uhradit objednateli veškerou vzniklou újmu, která mu vznikne v důsledku uplatnění autorskoprávního nároku vůči objednateli či uplatnění oprávněných nároků vzniklých z jiných skutečností souvisejících s plněním dle této smlouvy či realizací Projektu. Poskytovatel uhradí objednateli veškeré náklady, újmu a poplatky uložené soudem na základě takového nároku. Stane-li se Projekt a/nebo kterákoliv jeho část předmětem takového nároku nebo lze-li důvodně předpokládat, že se předmětem takového nároku může stát v budoucnu, zavazuje se poskytovatel Projekt příslušným způsobem upravit, nahradit jej jiným bezvadným projektem, anebo zajistit oprávnění objednatele původní Projekt a/nebo jeho část dále používat. Pokud tak poskytovatel neučiní, je povinen objednateli uhradit náklady a škody, které objednateli nesplněním Projektu a/nebo jeho části vzniknou, a to ve lhůtě stanovené objednatelem.

**Článek 6. Ochrana důvěrných informací a osobních informací, GDPR**

6.1 Poskytovatel je povinen zachovávat mlčenlivost ohledně skutečností, které se v souvislosti s plněním Smlouvy dozvěděl nebo které objednatel označil za důvěrné (dále jen „důvěrné informace"). Poskytovatel se zavazuje přijmout opatření k ochraně důvěrných informací. Důvěrné informace mohou být poskytovatelem použity výhradně k plnění této smlouvy. Poskytovatel nesdělí či nezpřístupní žádnou z důvěrných informací třetím osobám, nevyužije ji k vlastnímu prospěchu nebo jinak nezneužije. Povinnost mlčenlivosti a zachování důvěrnosti informací se nevztahuje na informace, které se staly obecně známými za předpokladu, že se tak nestalo porušením některé z povinností vyplývajících z této smlouvy, nebo o kterých tak stanoví zákon; zpřístupnění je však možné vždy jen v nezbytném rozsahu. V případě porušení tohoto odstavce je objednatel oprávněn požadovat smluvní pokutu ve výši 10 000 Kč za každý případ porušení.

6.2 Poskytovatel se zavazuje, pro případ že se v rámci plnění této smlouvy dostane do kontaktu s osobními údaji, že je bude ochraňovat a nakládat s nimi plně v souladu s příslušnými právními předpisy, a to i po ukončení plnění smlouvy. Strany se v případě kontaktu s osobními údaji, ve smyslu Nařízení (EU) 2016/679 (GDPR), zavazují uzavřít dodatek k této smlouvě spočívající v dohodě o zpracování osobních údajů. Poskytovatel se rovněž zavazuje, pro případ že se v průběhu plnění smlouvy dostane do kontaktu s údaji odběratele vyplývajícími z jeho provozní činnosti, tyto údaje nezneužít, nezměnit, nepoškodit, neztratit, neznehodnotit. Jakýkoli bezpečnostní incident týkající se údajů objednatele je poskytovatel povinen okamžitě nahlásit objednateli.

6.3 Za porušení povinnosti mlčenlivosti dle čl. 6.1 a 6.2 této smlouvy se nepovažují případy, kdy:

a) smluvní strana, její zaměstnanec či s ní spolupracující osoba musí sdělit důvěrné informace svým právním, daňovým nebo jiným poradcům anebo auditorům, kteří jsou vázáni mlčenlivostí dle zákona nebo stavovského předpisu;

b) smluvní strana, její zaměstnanec či s ní spolupracující osoba musí sdělit důvěrné informace třetí osobě z důvodu plnění povinností dle této smlouvy;

c) se důvěrné informace stanou veřejně známými jinak, než z přičinění smluvní strany, jejího zaměstnance či s ní spolupracující osoby;

d) by dodržení povinnosti mlčenlivosti dle čl. 6.2 této smlouvy znamenalo porušení povinnosti plynoucí z obecně závazného právního předpisu; nebo

e) smluvní strana, její zaměstnanec či s ní spolupracující osoba je povinna sdělit důvěrné informace na základě pravomocného rozhodnutí soudu a/nebo orgánu veřejné správy a/nebo orgánu veřejné moci; nebo

f) objednatel předá informace, které možno dle této smlouvy považovat za důvěrné, svému zřizovateli, tj. oprávněným zástupcům Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

Nastane-li některá z výše uvedených skutečností, zavazuje se smluvní strana předem, nebo není-li to možné bez zbytečného odkladu, písemně o tom informovat druhou smluvní stranu.

g) Objednatel uveřejní tuto smlouvu v souladu se svojí zákonnou povinností v rozsahu a způsobem stanoveným příslušnými právními předpisy.

6.4 Smluvní strany jsou povinny se navzájem uvědomit o porušení povinnosti mlčenlivosti nebo ochrany důvěrných informací podle této smlouvy bez zbytečného odkladu poté, co se o takovém porušení dozví.

6.5 Povinnost mlčenlivosti a ochrany důvěrných informací podle této smlouvy trvá bez ohledu na ukončení účinnosti nebo platnosti této smlouvy.

6.6 Poskytovatel se zavazuje, pro případ že se v rámci plnění předmětu této smlouvy dostane do kontaktu s jakýmikoli osobními údaji, že je bude ochraňovat a nakládat s nimi plně v souladu s příslušnými právními předpisy, zejména Nařízením (EU) 2016/679 (GDPR), a to i po ukončení platnosti a účinnosti této smlouvy. Poskytovatel se rovněž zavazuje, v případě že se v průběhu plnění této smlouvy dostane do kontaktu s jakýmikoli údaji vtahujícími se k objednateli nebo jeho činnosti, o tyto údaje náležitě pečovat, nezneužít je, nezměnit, ani jinak nepoškodit, neztratit, neznehodnotit. Jakýkoli bezpečnostní incident týkající se údajů objednatele je poskytovatel povinen okamžitě nahlásit objednateli.

**Článek 7. Zmocnění a doručování**

7.1 Objednatel tímto zmocňuje ……………… jako svého zástupce, aby v souladu s touto smlouvou bez omezení jednala s poskytovatelem, předkládala mu nezbytné podklady a pokyny, podepisovala a schvalovala veškeré návrhy, materiály a dokumenty předkládané mu poskytovatelem. Objednatel má právo toto zmocnění kdykoliv písemně odvolat či písemně zmocnit osoby další. Poskytovatele takové zmocnění zavazuje až od chvíle, kdy je o této skutečnosti písemně informován. Poskytovatel bude předkládat veškeré dokumenty, informace a materiály související s plněním předmětu této smlouvy, podávat zprávy či komunikovat s osobou zmocněnou.

* 1. Kontaktní osobou za objednatele v běžné komunikaci ve věcech plnění předmětu této smlouvy za oblast PR: …………………………

Kontaktní osobou za objednatele v běžné komunikaci ve věcech plnění předmětu této smlouvy za oblast on-line a sociální sítě: …………………

7.3 Poskytovatel tímto zmocňuje …………………. jako svého zástupce, aby v souladu s touto smlouvou bez omezení jednal s objednatelem, přijímal od něj nezbytné podklady a pokyny a předával mu materiály v souvislosti s naplněním předmětu této smlouvy. Poskytovatel má právo toto zmocnění kdykoliv písemně odvolat či písemně zmocnit osoby další. Objednatele takové zmocnění zavazuje až od chvíle, kdy je o této skutečnosti písemně informován. Objednatel bude předkládat veškeré dokumenty, informace a materiály související s plněním předmětu této smlouvy, podávat zprávy či komunikovat s osobou zmocněnou.

* 1. Kontaktní osobou za poskytovatele v běžné komunikaci ve věcech plnění předmětu této smlouvy za oblast PR: ………………………….

Kontaktní osobou za poskytovatele v běžné komunikaci ve věcech plnění předmětu této smlouvy za oblast on-line a sociální sítě: ………………………………

7.5 Veškerá komunikace bude mezi stranami probíhat písemně. Za písemnou komunikaci se považuje i komunikace emailem, která musí být potvrzena vždy osobou, které byl e-mail adresován.

**Článek 8. Platnost smlouvy**

8.1 Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou do 31. 1. 2021. Smluvní strany se dohodly, že smlouva nabývá platnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami, účinnosti nejdříve dnem uveřejnění v registru smluv ve smyslu zákona č. 340/2015 Sb., avšak ne dříve než 1. 2. 2020. Před tímto datem tedy nemůže být ze smlouvy plněno. Uveřejnění zajišťuje Objednatel.

8.2 Účinnost této smlouvy je možno ukončit:

 a) dohodou smluvních stran

 b) odstoupením od smlouvy

 c) výpovědí.

8.3 Kterákoliv ze smluvních stran může od této smlouvy odstoupit písemným oznámením adresovaným druhé smluvní straně v případě, kdy je tak stanoveno zákonem nebo v případě že druhá smluvní strana i přes písemnou výzvu a po uplynutí uložené lhůty k nápravě nadále porušuje ustanovení této smlouvy či plnění jejího předmětu ztěžuje.

Poskytovatel má právo odstoupit v případě, že objednatel je i po upozornění v prodlení s plněním svého peněžitého závazku o více než 15 dní.

Objednatel je oprávněn od této smlouvy odstoupit rovněž v případě, kdy poskytovatel neposkytne plnění předmětu této smlouvy řádně a/nebo včas.

8.4 Odstoupení je účinné dnem doručení písemného oznámení o odstoupení druhé smluvní straně. Smluvní strany se dohodly, že než přistoupí k odstoupení od smlouvy, jsou povinny vyzvat druhou smluvní stranu k řádnému plnění jejích povinností písemným oznámením ve kterém vyzvou druhou smluvní stranu k plnění porušovaných povinností a poskytnou jí přiměřenou lhůtu k nápravě.

8.5 Každá smluvní strana je oprávněna vypovědět tuto smlouvu i bez uvedení důvodu. Výpovědní lhůta činí 3 měsíce. Výpovědní lhůta počíná běžet první den měsíce následujícího po měsíci, v němž byla druhé straně doručena písemná výpověď.

8.6 Ke dni ukončení účinnosti této smlouvy je poskytovatel povinen vrátit objednateli veškeré věci a doklady, které má v souvislosti s plněním této smlouvy u sebe a upozornit objednatele na opatření potřebná k tomu, aby se zabránilo vzniku újmy bezprostředně hrozící nedokončením činnosti související s předmětem této smlouvy.

**Článek 9. Závěrečná ustanovení**

9.1. Spory mezi smluvními stranami, vzniklé z právních vztahů založených touto smlouvou nebo v souvislosti s ní, budou primárně řešeny smířlivě. V případě, že smluvní strany nedosáhnou jednáním smírného řešení, rozhodne na návrh některé strany soud.

9.2. Poskytovatel bere na vědomí a výslovně souhlasí s tím, že objednatel je oprávněn v souvislosti se svojí zákonnou povinností uveřejnit originál podepsané smlouvy v elektronické podobě, a to bez časového omezení.

9.3. Nedílnou součást této smlouvy jsou:

Příloha č. 1 Návrh komunikační strategie propojující off-line a on-line nástroje

Příloha č. 2 Tabulka mediaplánu on-line kampaní

Příloha č. 3 Celková cena za komplexní komunikační servis

9.4. Tato smlouva je závazná pro smluvní strany a jejich nástupce.

9.5. Smluvní strana není vázána jakoukoliv smlouvou nebo dodatkem ke smlouvě, jestliže druhá smluvní strana při uzavírání smlouvy nebo dodatků ke smlouvě učiní ve smlouvě nebo dodatku nebo jakémkoli souvisejícím ujednání jakékoliv změny, dodatky nebo odchylky, které byť i nepodstatně mění podmínky smlouvy, dodatku ke smlouvě nebo souvisejícího ujednání. Ustanovení § 1740 odst. 3 občanského zákoníku se nepoužije. Smluvní strana dále není jakoukoliv smlouvou vázána, pokud bude přijetí nabídky druhé smluvní strany vyjádřeno odpovědí, která vymezuje obsah smlouvy jinými slovy. Ustanovení § 1740 odst. 2 občanského zákoníku se nepoužije. Smluvní strana není jakýmkoliv ujednáním vázána, ani pokud je učiněno v jiné než písemné formě, a to ani, když je následně v písemné formě potvrzeno. Smluvní strana navíc není vázána ani jakýmkoliv ujednáním učiněným v jiné než písemné formě, pokud potvrzení vykazuje jakékoliv, byť i nepodstatné, odchylky od skutečně ujednaného obsahu takového ujednání. Ustanovení § 1757 občanského zákoníku se nepoužije.

9.6. Smluvní strany tímto v nejvýše povoleném rozsahu ustanovením § 1801 občanského zákoníku vylučují použití ustanovení § 1799 a § 1800 občanského zákoníku na tuto smlouvu a jejich vzájemné právní vztahy z této smlouvy vyplývající.

9.7. Smluvní strany si sjednávají, že následující ustanovení občanského zákoníku budou vyloučeny z aplikace na tuto smlouvu: § 1400 až 1447, § 1748, § 1936, § 1950, § 1951, § 1952 odst. 2, a § 1995 odst. 2.

9.8. Tato smlouva byla vyhotovena a podepsána ve čtyřech vyhotoveních a každá smluvní strana obdrží po dvou.

V Praze dne ……………….. V Praze dne ………………..

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

za objednatele za poskytovatele

Ing. Radomil Doležal, MBA Luboš Bechyně

generální ředitel CzechTrade jednatel Knowlimits s.r.o.

Příloha č. 1 Návrh komunikační strategie propojující off-line a on-line nástroje v minimální struktuře:

* výběr klíčových médií, rozvržení jednotlivých médií s ohledem na cílové skupiny a komunikovaná témata včetně předpokládaného počtu a formátů.
* ukázky doporučených formátů
* návrh grafického zpracování některých formátů – branding zadavatele
* návrh klíčových témat pro konkrétní média
* doporučený harmonogram
* návrh KPI pro jednotlivé oblasti
* návrh vyhodnocení efektivity realizované komunikační strategie a kampaně
* návrh měření a vyhodnocování výkonnosti akviziční kampaně (nárůst nových klientů, udržení stávajících klientů)

Příloha č. 2 Tabulka k vyplnění mediaplánu on-line kampaní, která bude součástí v této minimální podobě návrhu komunikační strategie. **Nákup prostoru v médiích a finanční propagace na sociálních sítích v minimální hodnotě 400 000 Kč bez DPH.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Rozložení nákupu médií: propagace sociálních sítí / on-line kampaně** | **měsíčně** | **Za celou dobu projektu** | **Návrh KPI**  |
| Měsíční budget pro propagaci nekampaňových příspěvků na facebook profilu zadavatele | 4 166,67 Kč | 50 000 Kč | Zobrazení 9000/postNavýšení sledující na 1500 |
| Měsíční budget pro propagaci nekampaňových příspěvků na LinkeIn profilu zadavatele | 1 666,67 Kč | 20 000 Kč | Navýšení sledujících na 7100 |
| Cena za jiné služby LinkedIn | 0 Kč | 0 Kč |  |
| On-line kampaň na facebook | 5 000 Kč | 60 000 Kč | Imprese: 1 000 000CTR: 0,5 % |
| On-line kampaň na LinkedIn | 2 500 Kč | 30 000 Kč | Imprese: 54 545CTR: 0,35 % |
| On-line bannerová kampaň | 20 000 Kč | 240 000 Kč | Imprese: 4 706 223CTR: 0,30 % |

Příloha č. 3

Celková cena komplexního komunikačního servisu v Kč bez DPH

Tabulka ceny za službu č. 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Druh služby: 2. PR služby zahrnující strategické poradenství, servis vztahů s médii a realizace externí komunikace | Maximální jednotková cena za hodinu (60 minut) v Kč bez DPH | 60 h / měsíc | Celková cena za dobu plnění smlouvy, tj. 12 měsíců |
| Hodinová sazba pro PR služby v rozsahu specifikace | 750 Kč | 45 000 Kč | 540 000 Kč |
| **Celková cena v Kč bez DPH** | 540 000 Kč |

Tabulka cen za službu č. 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Druh služby: 3. Správa a komunikace na sociálních sítích objednatele  | Maximální jednotková cena za hodinu (60 minut) v Kč bez DPH | Odhadovaná pracnost v hodinách (60 minut) na realizaci zakázky | Celková cena za druh služby v Kč bez DPH |
| **č. 3. realizační část spojená s redakční, grafickou a kontrolní činností facebook profilu -** redakční úprava podkladů (tvorba copy, výběr nebo úprava fotky včetně brandingu CzechTrade, návrh formy příspěvku, drobné úpravy na facebook profilu a správa profilu). Adaptace vybraných zpracovaných příspěvků pro LinkedIn, případně Twitter, viz specifikace | 750 Kč | 378 | 283 500 Kč |
| č. 3. realizační část spojená s redakční, grafickou a kontrolní činností facebook profilu - zpracování Infografiky 6x za období kampaně, viz specifikace | 750 Kč | 48 | 36 000 Kč |
| **č. 3.** **realizační část spojená s redakční, grafickou a kontrolní činností facebook profilu** - publikování nekampaňových příspěvků dle redakčního plánu, nastavení zacílení propagace, viz specifikace | 750 Kč | 72 | 54 000 Kč |
| č. 3. realizační část spojená s redakční, grafickou a kontrolní činností facebook profilu - community management, viz specifikace  | 750 Kč | 48 | 36 000 Kč |
| 6. Redakční činnost na Twitter profilu CzechTrade - redakční úprava příspěvků pro Twitter (copy, úprava fotek, branding)  | 750 Kč | 24 | 18 000 Kč |
| 7. Zajištění školení menšího rozsahu pro zaměstnance CzechTrade  | 750 Kč | 10 | 7 500 Kč |
| **Celková cena v Kč bez DPH** | 435 000 Kč |

Tabulka cen za službu č. 4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Druh služby: 4. On-line kampaň** | **Maximální jednotková cena za hodinu (60 minut) v Kč bez DPH** | **Odhadovaná pracnost v hodinách (60 minut) na realizaci zakázky** | **Celková cena za druh služby v Kč bez DPH** |
| **Kampaně na sociálních sítích:** návrh a zpracování grafiky včetně copy, zacílení a nastavení propagace | 750 Kč | 60 | 45 000 Kč |
| **Kampaň bannerová:** návrh a zpracování grafiky včetně copy a následná aplikace do všech formátů, zacílení a nastavení propagace | 750 Kč | 92 | 69 000 Kč |
| **Celková cena v Kč bez DPH** | 114 000 Kč |

Tabulka celkové ceny

|  |  |
| --- | --- |
| **Druh služby:**  | **Celková cena za druh služby v Kč bez DPH** |
| 2. PR služby zahrnující strategické poradenství, servis vztahů s médii a realizace externí komunikace | 540 000 Kč |
| 3. Správa a komunikace na sociálních sítích zadavatele | 435 000 Kč |
| 4. On-line kampaň | 114 000 Kč |
| **Celková cena v Kč bez DPH** | 1 089 000 Kč |