

Smlouva na nákup služby cílené reklamy v prostředí internetových sociálních sítí, audiovizuálního díla a poskytnutí licence

čj. MO 55754/2020-2230

Čl. I. Smluvní strany

1.1. Kupující:

Česká republika – Ministerstvo obrany, organizační složka státu

Se sídlem: Tychonova 1, 160 01 Praha 6 – Hradčany
Jednající: brigádní generál 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: [REDACTED]
(volat Po – Pá od 7:00 do 16:00 hod. [REDACTED])
(dále jen „kupující“)

a

1.2. Prodávající:

Obchodní společnost – No Stress Production, s.r.o.

Se sídlem: Na Pankráci 332/14, 140 00 Praha 4
Zapsaná: C 267777 vedená u Městského soudu v Praze
IČO: 05687144
DIČ: CZ05687144
Zastoupena osobou: Davidem Laňkou a Martinem Müllerem, jednatelem
Bankovní spojení: Fio banka, a.s.
Číslo účtu: 2801142497/2010
Kontaktní osoba: David Laňka [REDACTED]
Doručovací adresa: Na Pankráci 332/14, 140 00 Praha 4
(dále jen „prodávající“)

uzavírají v souladu s § 2079 a násl. a § 2586 a násl. a § 2371 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „OZ“) a zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“)

tuto:

**kupní smlouvu na nákup služby cílené reklamy v prostředí internetových sociálních sítí
a audiovizuálního díla a poskytnutí licence**

(dále jen „Smlouva“)

Čl. II.

Předmět a účel Smlouvy

- 2.1.** Prodávající se zavazuje poskytnout kupujícímu službu cílené internetové reklamy v prostředí vybraných internetových sociálních sítí (viz odst. 2.4.) k propagaci náboru vojenského personálu do ozbrojených sil České republiky (dále jen „OS ČR“), která bude zaměřena na vybranou cílovou skupinu (viz odst. 2.5.) – Reklamní kampaň k doplnění příslušníků vybraných jednotek OS ČR (dále jen „reklama“ a „reklamní kampaň“). Dále se prodávající zavazuje za podmínek stanovených touto Smlouvou vytvořit na svůj náklad a nebezpečí pro kupujícího a odevzdat audiovizuální dílo – soubor 3 filmových spotů v různých verzích (viz odst. 2.11.) včetně veškerého pořízeného (hrubého) materiálu a soubor 60 fotografií (viz odst. 2.12.), které bude možné v jakékoli verzi využít k propagaci OS ČR na veřejnosti, v televizi, kinoreklamě, v on-line médiích i v dalším vybraném mediálním prostoru jako jsou výstavy, informační kanály ve školách, nemocničních zařízeních, případně při velkoplošných projekcích. Vytvořené audiovizuální dílo a fotografie prodávající využije v rámci realizace reklamní kampaně.
- 2.2.** Reklamní kampaní se rozumí cílená reklamní kampaň, šířená v prostředí internetových sociálních sítí (viz odst. 2.4.), jež bude dostupná i v aplikacích těchto sítí na mobilních zařízeních (mobilní telefon, tablet apod.) na platformách systémů Android a iOS. 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>).

Minimální počet zobrazení (impresí) reklamy přímo souvisejících s reklamními a vynaloženými finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně činí 300 000 zobrazení (impresí). Dosažení této hranice je pevným kritériem reklamní kampaně. Dosažení této hranice však neopravňuje prodávajícího k ukončení Smlouvy. Smlouva bude ukončena v souladu s Čl. IV. Smlouvy. Při nesplnění tohoto kritéria jsou závazné kroky dle Čl. VI. Smlouvy.

Požadovaná návštěvnost webové stránky kupujícího (URL: <https://kariera.army.cz>) z odkazujících zdrojů činí minimálně 20 000 unikátních návštěvníků (maximum není stanoveno) v nejvyšší možné míře odpovídající cílové skupině náboru do OS ČR. Dosažení této hranice je pevným kritériem reklamní kampaně. Dosažení této hranice však neopravňuje prodávajícího k ukončení Smlouvy. Smlouva bude ukončena v souladu s Čl. IV. Smlouvy. Při nesplnění tohoto kritéria jsou závazné kroky dle Čl. VI. Smlouvy.

- 2.4.** Internetové sociální sítě pro šíření a realizaci reklamní kampaně:
- Facebook Česká republika URL: <https://cs-cz.facebook.com/>
 - Instagram Česká republika URL: <https://instagram.com/>
 - YouTube Česká republika URL: <https://youtube.com/>
- 2.5.** Specifikace cílové skupiny uživatelů sociálních sítí:
- Lidé aktivní na vybraných sociálních sítích ve věku od 18 do 40 let věku, kteří jsou občany České republiky s minimálně dokončeným středoškolským vzděláním s výučním listem.
 - Reklama bude cílena na konkrétní uživatele na základě výše zmíněných parametrů a 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, motorsport a letectví

- 2.6. Prodávající zajistí analýzu potenciální cílové skupiny uživatelů vybraných sociálních sítí, specifikované v odst. 2.5., na jejímž základě kupujícímu předloží seznam nejvhodnějších reklamních kanálů a reklamních prostředků k šíření reklamní kampaně. Zvolené reklamní kanály a prostředky musí být dostupné ve standardním webovém zobrazení a zároveň na mobilních zařízeních, jak je specifikováno v odst. 2.2. Volba konkrétních reklamních kanálů a prostředků podléhá schválení kupujícím a toto schválení je podmínkou pro další pokračování reklamní kampaně.

V případě změny dostupnosti stávajících reklamních kanálů, nebo dostupnosti nových reklamních kanálů v průběhu reklamní kampaně, prodávající bezodkladně kontaktuje kupujícího.

Prodávající se zavazuje navrhopvat vždy účinné a ekonomicky hospodárné metody šíření reklamního sdělení.

Reklamními kanály se pro vybrané sociální sítě rozumí:

Facebook - zobrazení reklamního sdělení v podobě:

- fotoreklamy
- videoreklamy
- reklamy z prezentace
- rotující reklamy
- sbírky
- rychlého prostředí

Instagram - zobrazení reklamního sdělení v podobě:

- Instagram Stories
- fotoreklamy
- videoreklamy
- rotující reklamy
- sbírky

YouTube - zobrazení reklamního sdělení v podobě:

- přeskočitelné videoreklamy
- nepřeskočitelné videoreklamy
- mikrospotu
- sponzorované karty.

Reklamními prostředky se rozumí:

- fotoreklamy
- videoreklamy

Implicitní součástí každého reklamního sdělení a prostředku je vložený odkaz (prolink) na webové stránky <https://kariera.army.cz>. Prodávající se zavazuje zajistit odpovídající úpravu a přizpůsobení formátu reklamních prostředků vybraným reklamním kanálům. Formátem reklamních prostředků se rozumí zejména: rozlišení, poměr stran, velikost souboru, typ souboru atd.

- 2.7. Základní jednotkou měření efektivitv 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>. Prodávající se zavazuje navrhnout a využívat optimální nástroje pro správu a vyhodnocování reklamy. Prodávající se zavazuje k umožnění přístupu kupujícímu do příslušných nástrojů správy reklamy v rámci průběžného auditu reklamní kampaně.

- 2.8. 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>.
- 2.9. Průběžnou analýzu a dohled nad průběhem reklamní kampaně (míra efektivit jednotlivých reklamních kanálů a reklamních prostředků, 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 reklamních kanálů a reklamních prostředků). 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 kanálů, reklamních prostředků a průběhu reklamní kampaně jako celku (statistické vyhodnocení, kvantifikace výsledků, grafy výkonnosti apod.).
- 2.10. Prodávající se zavazuje, po ukončení reklamní kampaně poskytnout kupujícímu získaná reklamní data o uživateli vybraných sociálních sítí, která získal v průběhu reklamní kampaně, jež budou moci být dále využívány pro budoucí reklamní kampaně zaměřené na propagaci náboru vojenského personálu do ozbrojených sil České republiky.
- 2.11. Prodávající je povinen každý ze tří filmových spotů vyrobit a odevzdat kupujícímu ve verzi v rozsahu cca 30 vteřin (min. 25 vteřin, max. 35 vteřin) a to ve vertikálním a horizontálním provedení současně, tj. 2 filmové spoty pro jeden filmový námět, celkem tedy 6 filmových spotů pro tři filmové náměty.
- 2.12. Prodávající je povinen pro každý filmový námět vyrobit a odevzdat kupujícímu soubor 20 fotografií ve vertikálním a horizontálním provedení současně pro jeden filmový námět, celkem tedy 60 fotografií dohromady pro tři filmové náměty.
- 2.13. Prodávající se zavazuje předložit kupujícímu ke schválení scénář (viz odst. 2.14. a 5.4.) celého souboru filmových spotů (tj. ke každému jednotlivému spotu – celkem 3 scénáře).
- 2.14. Filmové spoty musí být zaměřeny na propagaci dobrého mediálního obrazu OS ČR, jakožto poskytovatele atraktivního zaměstnání. Konkrétní filmové spoty by měly zachycovat každodenní činnost vojáků při plnění úkolů v náročných podmínkách v zahraničí i při nasazení v České republice, individuální schopnosti jednotlivců, moderní bojovou techniku, vzájemnou sounáležitost vojenského kolektivu a současně působit autentickým dojmem. Každý filmový spot by měl obsahovat emocionální prvky (vzájemnou komunikaci, rituály a gesta) s důrazem na čest, odvahu, přátelství a týmovou spolupráci.
- 2.15. Možnost natáčení filmových spotů a pořízení fotografií bude zajištěna po vzájemné domluvě mezi prodávajícím a kupujícím u vybraných vojenských útvarů a zařízení, popř. ve zvolených výcvikových prostorech. Termín natáčení bude určen na základě dohody mezi prodávajícím a kupujícím tak, aby byly filmové spoty a fotografie kompletně vyhotoveny a předány kupujícímu ve formátech a na datových nosičích dle článků 2.16. a 2.17. této Smlouvy v termínu do **30. 4. 2020** dle článku 2.23 Smlouvy. Délka natáčení na dohodnutém místě (nebo místech) nesmí překročit celkem 3 pracovní dny.

2.16. Rozsah a formáty jednotlivých filmových spotů:

- a) výroba každého ze tří filmových spotů musí být provedena v horizontálním a vertikálním provedení současně;
- b) dodacími formáty díla (dále jen „nosiče“) jsou:
 - datový nosič typu **3 x DVD** (na každém nosiči budou 2 verze filmového spotu)
 - datový nosič typu **3 x USB flash disk**, (na každém nosiči budou 2 verze filmového spotu).
- c) technické parametry filmových spotů v horizontálním provedení: video v rozlišení 1920x1080, poměr stran 16:9, datový tok minimálně 30 Mbps, snímková frekvence 25 fps, zvuk ve formátu AAC 48 kHz, přenosová rychlost minimálně 189 kbps
- d) technické parametry filmových spotů ve vertikálním provedení: video v rozlišení 1080x1920, poměr stran 9:16, datový tok minimálně 30 Mbps, snímková frekvence 25 fps, zvuk ve formátu AAC 48 kHz, přenosová rychlost minimálně 189 kbps

2.17. Rozsah a formáty jednotlivých fotografií:

- a) výroba každé z 20 fotografií musí být provedena v horizontálním a vertikálním provedení současně, tj. vždy dvě verze jedné fotografie vyrobených na základě každého filmového námětu
- b) dodacími formáty díla (dále jen „nosiče“) ve třech verzích (pro každý filmový námět) jsou:
 - datový nosič typu 3x DVD, tzn. celkem 3x nosič souboru fotografií a na každém z nich bude soubor 20 fotografií ve dvou verzích
 - datový nosič typu 3x USB flash disk, tzn. celkem 3krát nosič souboru fotografií a na každém z nich bude soubor 20 fotografií ve dvou verzích
- c) - technické parametry fotografií ve vertikálním provedení: rozměry fotografie minimálně 3508x4961, rozlišení minimálně 300 DPI, bitová hloubka 24, nekomprimovaný formát
- technické parametry fotografií v horizontálním provedení: rozměry fotografie minimálně 4961x3508, rozlišení minimálně 300 DPI, bitová hloubka 24, nekomprimovaný formát

2.18. V rámci provedení díla dle této Smlouvy je prodávající povinen převést vlastnická práva na kupujícího u věcí materiální povahy (resp. umožnit nabytí vlastnického práva kupujícím), kterými jsou dle článku II. této Smlouvy nosiče. Práva k dílu ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů upravuje odst. 8.5. této Smlouvy. Vlastnické právo k dílu (nosiče materiální povahy) přechází z prodávajícího na kupujícího po podpisu přejímacího protokolu zástupci obou smluvních stran.

2.19. Kupující se zavazuje řádně zhotovené dílo převzít a zaplatit prodávajícímu dohodnutou cenu dle článku III. této Smlouvy.

2.20. 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.

2.21. 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.

- 2.22.** Prodávající 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.
- 2.23.** Časový harmonogram realizace předmětu Smlouvy je rozdělen na dvě fáze:
- a) fáze natáčení, zpracování a předání audiovizuálního díla a fotografií – reklamních prostředků (od doby nabytí platnosti a účinnosti Smlouvy do **30. 4. 2020**)
- příprava a předložení scénářů audiovizuálního díla (videospotů)
 - tvorba audiovizuálního díla a fotografií (reklamních prostředků)
 - předání audiovizuálního díla a fotografií (reklamních prostředků) kupujícímu na datových nosičích dle odst. 5.5. a odst. 5.6. Smlouvy
- b) fáze přípravy (**1. 5. 2020 – 31. 8. 2020**) a realizace reklamní kampaně (**1. 9. 2020 – 12. 10. 2020**)
- analýza potenciální cílové skupiny uživatelů sociálních sítí
 - návrh nejvhodnějších reklamních kanálů a reklamních prostředků k šíření reklamní kampaně
 - návrh a realizace technického zabezpečení reklamní kampaně
 - realizace příslušné technologické přípravy v IT prostředí
 - technické zabezpečení reklamního prostoru odpovídající požadavkům Smlouvy
 - orientační návrh (plán) zveřejňování cílených reklamních prostředků
 - zveřejňování (aktívace) cílených reklamních kanálů a reklamních prostředků
 - průběžné vyhodnocování efektivity jednotlivých reklamních kanálů a reklamních prostředků
 - optimalizace a aktualizace reklamních kanálů a reklamních prostředků
 - deaktivace a reaktivace reklamních kanálů a reklamních prostředků
 - 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 za výrobu jednoho filmového spotu v obou verzích a dalších nákladů či cenově ocenitelné plnění, včetně ceny nosičů a licence:

Celková cena bez DPH	38.500 Kč
Výše DPH 21 %	8.085 Kč
Celková cena včetně DPH	46.585 Kč

Cena za výrobu souboru 60 fotografií v obou verzích, vyrobených na základě všech tří filmových námětů a dalších nákladů či cenově ocenitelné plnění, včetně ceny nosičů a licence:

Celková cena bez DPH	9.000 Kč
Výše DPH 21 %	1.890 Kč
Celková cena včetně DPH	10.890 Kč

Celková cena za výrobu tří filmových spotů ve vertikálním a horizontálním provedení a souboru 60 fotografií v obou verzích a dalších nákladů či cenově ocenitelné plnění, včetně ceny nosičů a vlastnických práv k dílu:

Celková cena bez DPH	124.500 Kč
Výše DPH 21 %	26.145 Kč
Celková cena včetně DPH	150.645 Kč

Cena za poskytnutí služby cílené internetové reklamy v prostředí vybraných internetových sociálních sítí (včetně tzv. nákupu médií) dle této Smlouvy:

Celková cena bez DPH	268.200 Kč
Výše DPH 21 %	56.322 Kč
Celková cena včetně DPH	324.522 Kč

Celková cena za dílo činí:

Celková cena bez DPH	392.700 Kč
Výše DPH 21 %	82.467 Kč
Celková cena včetně DPH	475.167 Kč

Kupující neposkytuje zálohované platby.

- 3.2. Ceny uvedené v odst. 3.1. jsou cenami nejvýše přípustnými, neměnnými a zahrnují veškeré náklady vzniklé v souvislosti s prováděním díla a ceny za poskytnutí licence dle odst. 8.5. této Smlouvy, tj. dále zahrnují mj. i náklady na dopravu, nosiče, náklady spojené s natáčením, licence atd.

Čl. IV.

Doba a skončení Smlouvy

- 4.1. Doba smluvního plnění je od nabytí účinnosti Smlouvy do **12. 10. 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 vyrovnaní 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. Místo a termín plnění – natáčení filmových spotů a pořízení fotografií, bude upřesněno kupujícím.

Místem plnění reklamní služby je internetové prostředí sociálních sítí Facebook, Instagram a YouTube, včetně jejich mobilních aplikací pro tzv. chytré telefony.

Místem plnění pro předání díla (tj. odevzdání hmotných nosičů v požadovaných formátech) je Vojenské zařízení 2230, náměstí Svobody 471/4, 160 01 Praha 6 – Bubeneč.

- 5.3. Místem schválení všech reklamních prostředků a akceptace reklamní strategie 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]
- 5.4. Prodávající je povinen předložit kupujícímu bodový scénář díla (scénář filmových spotů) dle odst. 2.14. Smlouvy, **nejpozději do 10 pracovních dnů od účinnosti Smlouvy**. V případě, že scénář nebude zpracován dle potřeb kupujícího, bude prodávajícímu vrácen k přepracování. Kupující je oprávněn vrátit prodávajícímu předložený scénář i opakovaně. Prodávající má povinnost přepracovaný scénář (dle připomínek kupujícího, který se vyjádří zejména k scénáři samotnému, návrhu obrazové stránky a návrhu doprovodné zvukové složky) předložit kupujícímu **do 5 pracovních dnů** od vrácení k přepracování. Na základě předloženého scénáře a harmonogramu výroby budou následně prodávajícímu upřesněny ze strany kupujícího termíny natáčení jednotlivých spotů.
- 5.5. Prodávající je povinen dílo odpovídající předmětu smlouvy (všechny verze vyrobených spotů a fotografie) předložit kupujícímu ke schválení na nosiči DVD / USB flash disk (dále též jen „verze ke schválení“). Připomínky kupujícího k této verzi (budou kupujícím poskytnuty **do 3 pracovních dnů** od jejího předložení ke schválení) je prodávající povinen zapracovat a předložit kupujícímu nejpozději **do 3 pracovních dnů od obdržení připomínek**. Kupující je oprávněn vrátit prodávajícímu předloženou verzi ke schválení i opakovaně. Finální verze (tj. verze po zapracování všech připomínek) vyrobeného souboru filmových spotů musí být na nosičích (dle čl. 2.16 Smlouvy) odevzdány nejpozději do **30. 4. 2020**.
- 5.6. Prodávající je povinen předat kupujícímu dílo (resp. scénář, verzi ke schválení) v termínech dle odst. 5.44. a odst. 5.55. tohoto článku v místě plnění v pracovních dnech od 08:00 hod. do 15:00 hod., mimo tuto dobu pouze ve výjimečných případech a po předchozí dohodě s kupujícím. Dále je povinen (telefonicky, e-mailem) vyrozumět kupujícího **nejméně 2 pracovní dny předem** o připravenosti předat dílo (či alespoň jeden den v případě scénáře nebo verze ke schválení).

Čl. VI.

Fakturační a platební podmínky

6.1. Podmínky vzniku a rozdělení práva fakturace:

- Po ukončení fáze natáčení, zpracování a předání audiovizuálního díla a fotografií (reklamních prostředků) Smlouvy (tj. **30. 4. 2020**) vzniká prodávajícímu právo fakturovat náklady vynaložené na tvorbu audiovizuálního materiálu.

- Dne **12. 10. 2020** vzniká prodávajícímu právo fakturace nákladů za poskytnuté služby, za podmínky řádného splnění náležitostí vyplývajících ze Smlouvy a z ujednání smluvních stran po podpisu Smlouvy. Pokud se prodávajícímu nepodaří splnit požadované kritérium 300 000 zobrazení reklamního sdělení (impresí) nebo se prodávajícímu nepodaří splnit požadované kritérium 20 000 unikátních návštěvníků přivedených na webové stránky <https://kariera.army.cz> (dle Čl. II. Smlouvy), vzniká mu nárok fakturovat náklady za poskytnuté služby až tehdy, kdy dojde ke splnění těchto kritérií. Tímto není dotčeno ustanovení Čl. IV. Doba a ukončení Smlouvy.

6.2. Do 10 pracovních dnů po vzniku práva fakturace prodávající vystaví daňový doklad (dále jen „faktura“), který zašle na adresu konečného příjemce nebo **na e-mail** [REDAKCE] V případě zaslání elektronickou poštou se faktura považuje za doručenou až na základě potvrzení jejího přijetí z e-mailu [REDAKCE]

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 a kupujícího ve formě:

Odběratel:

ČR – Ministerstvo obrany
Tychonova 1, 160 01 Praha

Konečný příjemce:

Vojenské zařízení 2230
nám. Svobody 471/4, 160 01 Praha 6

- 6.3. Kupující zaplatí cenu dle faktury do 30 dní ode dne jejího prokazatelného doručení. Je-li na faktuře odlišná lhůta splatnosti, platí ujednání podle Smlouvy. Faktura se považuje za uhrazenou okamžikem odepsání platby z účtu kupujícího a jejím směřováním ve prospěch účtu prodávajícího.
- 6.4. Pokud faktura nebude obsahovat požadované náležitosti, vrátí kupující fakturu prodávajícímu bez proplacení, k opravě jejích náležitostí, v tomto případě, se kupující nedostává do prodlení a platí, že nová lhůta splatnosti počíná běžet dnem doručení opravené faktury kupujícímu.
- 6.5. Nová lhůta splatnosti faktury 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.
- 6.6. Pokud budou u prodávajícího shledány důvody k naplnění institutu ručení za daň podle § 109 zákona o dani, bude konečný příjemce při zasilání 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 1000 Kč za každý započatý den prodlení se zahájením fáze natáčení, zpracování a předání audiovizuálního díla a fotografií – reklamních prostředků (vztahuje se pouze na pracovní dny)
 - smluvní pokutu ve výši 2 000 Kč za každý započatý den prodlení se zahájením fáze přípravy a realizace reklamní kampaně
- 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) 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. Prodávající poskytuje kupujícímu na jednotlivé nosiče dat záruku spočívající zejména v bezvadném stavu nosičů, dále v tom, že programový i datový soubor je zaznamenán bezchybně a dílo bude možné použít k zamýšlenému účelu v délce 36 měsíců. Záruční doba počíná běžet dnem převzetí nosičů dat kupujícím. Záruka neběží po dobu, po kterou kupující nemůže užívat dílo pro jeho vady, za které odpovídá prodávající. Prodávající má povinnost odstranit vady nosiče (formou opravy či výměnou nosičů) ve lhůtě přiměřené závažnosti vady nejpozději však **do 10 pracovních dnů** ode dne uplatnění reklamace, nedohodnou-li se smluvní strany jinak.
- 8.5. Smluvní strany prohlašují, že kupující bude výlučně nositelem práv výrobce prvotního zvukově obrazového záznamu (filmových spotů), jelikož tyto budou vyrobeny v souladu s ustanovením § 79 autorského zákona pro kupujícího z jeho podnětu prodávajícím. Současně prodávající kupujícímu poskytuje výhradní licenci k užití díla (tj. všech zhotovených filmových spotů a fotografií včetně hrubého materiálu).
- 8.6. Licenci poskytuje prodávající kupujícímu ke všem způsobům užití, v rozsahu neomezeném, tj. ke všem pro dílo relevantním známým, byť ještě nevyužívaným, způsobům užití (zejména, nikoli však výlučně, dle vymezení § 12 odst. 4 autorského zákona ve smyslu § 13 až § 23 autorského zákona), bez účelového, množstevního, územního či jiného omezení, na celou dobu trvání ochrany majetkových práv k dílu ve smyslu autorského zákona. Ve stejném neomezeném rozsahu prodávající poskytuje kupujícímu licenci, resp. podlicenci, k užití veškerých předmětů ochrany v záznamu, resp. spotu (díle) obsažených (díla audiovizuálně užitá, umělecké výkony, projevy osobní povahy, zvukové záznamy, předměty práv průmyslového vlastnictví atd.; oprávnění k jejich užití v rozsahu dle tohoto článku Smlouvy je prodávající povinen svým jménem a na své náklady řádně zajistit a vypořádat).
- 8.7. Prodávajícímu nevznikají plněním této Smlouvy žádná práva k filmovým spotům a fotografiím s výjimkou těch, ke kterým dle autorského zákona nelze poskytnout licenci, resp. je převést (nositelem práv výrobce prvotního zvukově obrazového záznamu bude výlučně kupující). Kupující je oprávněn záznam či jeho libovolnou část v původní nebo jiným způsobem zpracované či jinak změněné podobě zveřejnit, provádět (nechat provádět) jakékoli jeho úpravy a změny, zpracovat (nechat zpracovat) jej, zařadit jej do audiovizuálních děl, spojit jej s autorskými díly či jinými prvky, zařadit jej do děl souborných nebo jej jakýmkoli jiným možným způsobem vytěžovat. Pro vyloučení pochybností smluvní strany výslovně uvádí, že kupující je oprávněn odstranit či nahradit původní zvukovou složku záznamu a/nebo neomezeně užít odděleně obrazovou i zvukovou složku záznamu či jejich části.
Odměna za licenci dle této Smlouvy je zahrnuta v ceně díla.
- 8.8. Prodávající se zavazuje zachovávat mlčenlivost ohledně všech skutečností, se kterými se seznámí při plnění této Smlouvy. Tato povinnost zavazuje i zmocněnce, zaměstnance nebo jiné pomocníky (dále jen „pracovníky“) prodávajícího, kteří se podílejí na plnění této Smlouvy.
- 8.9. Kupující umožní v souladu s platnou legislativou a interními předpisy natáčení ve vojenských zařízeních a útvech. Plnění předmětu Smlouvy bude prováděno i ve vojenských (střežených) objektech se zvláštním režimem. V těchto případech je kupující ve spolupráci s prodávajícím povinen zabezpečit vstup do těchto objektů.
- 8.10. Prodávající nesmí postoupit pohledávku nebo její část vyplývající z této Smlouvy vůči kupujícímu třetí osobě bez předchozího písemného souhlasu kupujícího.
- 8.11. Prodávající a kupující se zavazují neprodleně informovat (telefonicky nebo emailem) druhou stranu o skutečnostech, které znemožňují, resp. podstatně omezují možnost zhotovení díla nebo závazky

smluvních stran, a to **do 7 pracovních dnů** ode dne vzniku takové skutečnosti. Strana, u které tyto skutečnosti vznikly, se zavazuje navrhnout způsob řešení jejich odstranění.

Prodávající je dále povinen řídit se při plnění předmětu Smlouvy pokyny kupujícího. Kupující je oprávněn kontrolovat provádění díla a to zejména, zda práce jsou prováděny v souladu se smluvními podmínkami této Smlouvy a upozorňovat na zjištěné nedostatky.

- 8.12.** 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.
- 8.13.** 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 11 očíslovaných stran. Zástupci smluvních stran na důkaz svého souhlasu s obsahem Smlouvy připojují pod ni své podpisy

V Praze dne:

**David
Laňka**

David LAŇKA, Martin MÜLLER

jednatelé

**Martin
Müller**

Digitálně
podepsal Martin
Müller
Datum:
2020.02.24
17:38:00 +01'00'

V Praze dne:

brigádní generál Ing. Vratislav BERAN

ředitel