Smlouva o poskytnutí služeb

Číslo smlouvy Objednatele: 2020/S/310/229

Číslo smlouvy Dodavatele:

České centrála cestovního ruchu – CzechTourism

a

VLTAVA LABE MEDIA a.s

**Smlouva o poskytnutí služeb**

uzavřená podle ustanovení § 1746 odst. 2 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

(dále jen „**Smlouva**“)

mezi

**Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism**

|  |  |
| --- | --- |
| se sídlem: | Vinohradská 46, 120 41 Praha 2 |
| IČ:  | 49 27 76 00 |
| DIČ: | CZ 49 27 76 00 |
| Zastoupené: | XXXředitelem ČCCR – CzechTourism |

(dále jen „Objednatel“)

a

|  |  |
| --- | --- |
| Firma: | VLTAVA LABE MEDIA a.ss |
| se sídlem: | U Trezorky 921/2, Jinonice, 158 00 Praha 5 |
| IČ:  | 01440578 |
| DIČ: | CZ01440578 |
| Dodavatel je plátce DPH  | ano |
| Bankovní spojení: č. účtu | 1000054695/5500 |
| Zastoupená: | XXX, předsedou představenstva a XXX, členem představenstva |

(dále jen „Dodavatel“)

(Objednatel a Dodavatel společně dále jen „smluvní strany“ a jednotlivě „smluvní strana“)

se dohodly na následujícím:

**Preambule**

1. Objednatel je státní příspěvkovou organizací, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a jež vyvíjí svou činnost v souladu s cíli zřizovatele, zřizovací listinou a platným statutem. Základním cílem Objednatele je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.
2. Předmětem plnění této smlouvy je zajištění a nákup mediálního prostoru Dodavatelem pro realizaci marketingových kampaní domácího cestovního ruchu Objednatele s heslem #SvětovéČesko a Českého systému kvality služeb – značky „Q“.
3. Cílem kampaní je oslovit cílovou skupinu pomocí komunikačních témat a tím zvýšit jejich zájem o strávení dovolené v ČR a o nákup zboží a služeb souvisejících se segmenty cestovního ruchu a HORECA.
4. Komunikační témata marketingové kampaně jsou:
5. méně známé destinace a atraktivity;
6. srovnání tuzemských cílů s podobnými světovými cíli,
7. podpora lokálního podnikání v oblastech propojených s turismem,
8. doporučení známých osobností ohledně tuzemské dovolené,
9. propagace Českého systému kvality služeb – značky „Q“ a zvýšení povědomí o této značce vč. vyvolání pozitivní asociace s ní.
10. Podkladem pro uzavření této smlouvy je nabídka Dodavatele podaná v nadlimitní veřejné zakázce dle § 53 a násl. zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen ZZVZ) nazvané: „*Nákup mediálního prostoru pro realizaci marketingových kampaní domácího cestovního ruchu a projektu Český systém kvality služeb*“ (dále jen „Zadávací řízení“).
11. Na základě výsledků Zadávacího řízení k veřejné zakázce a její části 1 „Nákup mediálního prostoru na zpravodajském online portálu v ČR“ rozhodl Objednatel o přidělení této části veřejné zakázky Dodavateli.
12. Definice a výklad pojmů
	1. Členění této Smlouvy do článků a odstavců a zařazení nadpisů je prováděno pouze pro účely usnadnění orientace a nemá vliv na význam nebo výklad této Smlouvy. Výrazy "tato Smlouva", "této Smlouvy", "podle této Smlouvy" a výrazy jim obdobné se týkají této Smlouvy, a nikoliv jakéhokoliv konkrétního článku či odstavce či jiné části této Smlouvy, a zahrnují i jakoukoliv dohodu nebo dokument doplňující či rozšiřující tuto Smlouvu. Pokud to není v rozporu s předmětem či kontextem této Smlouvy, odkazy v této Smlouvě na články a odstavce představují odkazy na články a odstavce této Smlouvy.
	2. Slova vyjadřující pouze jednotné číslo zahrnují i množné číslo a naopak, slova vyjadřující mužský rod zahrnují i ženský a střední rod a naopak, a výrazy vyjadřující osoby zahrnují fyzické i právnické osoby a naopak.
	3. Všechny odkazy v této Smlouvě na zákony budou vykládány jako odkazy na zákony v platném a účinném znění a všechny odkazy v této Smlouvě na části, články, odstavce a přílohy budou vykládány jako odkazy na části, články, odstavce a Přílohy této Smlouvy a Přílohy zadávací dokumentace k veřejné zakázce.
	4. Pokud z kontextu této Smlouvy jednoznačně neplyne něco jiného, mají níže uvedené pojmy užívané v této Smlouvě následující význam:
13. „Marketingová kampaň“ je ucelený soubor marketingových aktivit s cílem oslovit cílovou skupinu s určitým sdělením propagujícím služby nebo zboží podle zadání Objednatele. Jedna z činností propagace je reklama. Na Dodavateli je realizace této kampaně a související činnosti. Hlavním cílem kampaně je oslovit cílovou skupinu pomocí komunikačních témat a tím zvýšit jejich zájem o strávení dovolené v ČR a o nákup služeb a zboží souvisejících se segmenty cestovního ruchu a HORECA.
14. „Mediální prostor“ znamená inzertní prostor v jednotlivých typech médií tvořících Objednatelem požadovaný mix médií, jehož objem, rozsah a mix je definován v zadávací dokumentaci Zadávacího řízení.
15. „Mediaplán“ a/nebo “Mediální plán“ obsahuje podrobnou specifikaci jednotlivých typů médií, formátů a frekvence inzerátů tvořících požadovaný mix, rozsah a objem mediálního prostoru požadovaného Objednatelem. Mediaplán tvoří Přílohu č. 1 této smlouvy.
16. Předmět a plnění smlouvy
	1. Předmětem plnění je nákup mediálního prostoru ve formě záložky, kategorie či rubriky sdružující textové inzeráty na téma související s turismem. Do této záložky umístí Dodavatel inzeráty dodané Objednatelem, jejichž obsahem bude propagace turistických regionů ČR, atraktivit, turistických cílů a produktů cestovního ruchu.
	2. Dodavatel souhlasí s následujícími minimálními technickými podmínkami:
17. Dodavatel pro inzerci užije doménu s průměrným počtem 600 000 reálných uživatelů denně z tuzemska, např. podle statistiky Netmonitor.cz za květen nebo červen 2020. Objednatel výslovně umožňuje nabídnout rovnocenné řešení, tzn. umožnuje využití jiné statistiky.
18. Dodavatel užije pouze jednu doménu druhé úrovně.
19. Dodavatel zveřejní na užité doméně 25 inzerátů (advertorialů, článků) dodaných Objednatelem.
20. Dodavatel zajistí, že inzeráty jsou přístupné z osobních počítačů a mobilních zařízení.
21. Dodavatel zajistí umístění inzeráty v částech webu, které jsou pro koncové uživatele/čtenáře přístupné bez placení.
22. Dodavatel zajistí životnost inzerátů také po ukončení kampaně na fixní adrese URL.
23. Dodavatel zajistí upoutávky na inzeráty pomocí některého z těchto obvyklých formátů:
24. nativní inzerát (obrázek + text),
25. kontextová reklama (obrázek + text),
26. hyper text (obrázek + text),
27. komerční sdělení (obrázek + text).
28. Dodavatel zajistí, aby upoutávky na textové inzeráty neobsahovaly obrázky menší než 100 x 100 bodů a texty kratší než 45 znaků včetně mezer.
29. Dodavatel zajistí publikaci upoutávek na inzeráty na stejné doméně druhé úrovně, jako inzeráty.
	1. Dodavatel zajistí zveřejnění textových inzerátů o maximální délce 3 600 znaků včetně mezer a fotografií, zajistí upoutávky na tyto inzeráty a bude inzeráty zveřejňovat v souladu se závazným mediálním plánem (příloha č. 1). Dále zajistí správu kampaně, průběžnou kontrolu průběhu kampaně a vyhodnocení efektivnosti.
	2. Dodavatel rovněž zajistí realizaci veškerých dalších souvisejících činností nezbytných pro řádné a úspěšné uskutečnění kampaně.
	3. Dodavatel zajistí, aby záložka byla umístěna na portále viditelně a obdobně jako již existující záložky.
	4. Dodavatel zajistí prostor na jednom portálu pro 25 textových inzerátů, pro které zajistí minimální počet impresí v rozsahu mediálního plánu pomocí upoutávek. Upoutávky budou rozloženy rovnoměrně v průběhu celé kampaně na všechny textové inzeráty.
	5. Objednatel dodá texty a fotografie pro závěrečnou úpravu a zalomení inzerátu Dodavatelem nejpozději tři pracovní dny před uveřejněním.
	6. U upoutávek na inzeráty Objednatel dodá fotografie v rozměru největšího rozlišení upoutávek zvoleným Dodavatelem, přičemž Dodavatel zajistí ořez a změnu rozlišení na případné ostatní typy upoutávek.
	7. Dodavatel zajistí pro nativní upoutávky 30 procent z celkového součtu zobrazení (impresí)upoutávek v cílové skupině. Zbytek zobrazení může Dodavatel zajistit pomocí jiných upoutávek.
	8. Inzeráty nejsou pro Dodavatele exkluzivní a mohou být v různých obměnách publikovány na portálu Objednatele, např.www.kudyznudy.cz, nebo na jiných portálech.
	9. Dodavatel zajistí inzerci v rozsahu alespoň minimálních nabídnutých počtů dopadu či objemu inzerce, termíny a specifikaci poptávaných typů médií, podle mediálního plánu vyplněného v rámci podané nabídky v rámci části veřejné zakázky v příloze č.1., jež tvoří závazný rozsah plnění.
	10. V odůvodněných případech lze změnit mediální plán např. v části harmonogram, a to po předchozím písemném schválení objednatelem. V případě změny termínů má přednost nejbližší možný termín, v němž je možné inzerci realizovat.
	11. Dalšími specifickými důvody pro úpravu mediálního plánu v průběhu kampaně může být například zánik média či změna zaměření média, typu média nebo zařazení inzerátu, Dodavatel v tomto případě navrhne vhodnou alternativu s obdobným dopadem za stejnou cenu.
	12. Objednatel si vymiňuje, že žádné změny v mediálních plánech nemohou vést k navýšení nabídkové ceny.
	13. Dodavatel zajistí nezbytnou úpravu formátů podle běžné praxe, např. zalomení, řez fotek či změna velikosti inzerátu, s cílem adaptovat podklady pro konkrétní potřebu a formát inzerce. Dodavatel tyto úpravy předloží Objednateli ke schválení.
	14. Náklady na tyto nezbytné úpravy jsou zahrnuty v nabízené ceně.
	15. Dodavatel zajistí rovněž správu inzertních kampaní včetně monitorování průběhu a vyhodnocení. Mezi tyto povinnosti patří například:
	16. Jednání s vlastníkem inzertního prostoru či vydavatelem.
	17. Doložení plnění dodáním snímků obrazovky z reklamních sestav.
	18. Průběžná optimalizace mediálních plánů s cílem zvýšit dopady.
	19. Dodavatel bude objednateli předkládat pravidelné průběžné týdenní zprávy monitoringu a vyhodnocování průběhu plnění zakázky. Dodavatel předloží zprávy v českém jazyce, vždy do dvou pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období. Tyto zprávy budou obsahovat vyhodnocení následujících parametrů:
	20. počty sledovaných jednotek, kterými jsou počet shlédnutí (imprese) v cílové skupině podle inzerátů a imprese v cílové skupině podle upoutávek a jejich míru prokliku (*click-through rate*, CTR),
	21. počet reálných uživatelů v cílové skupině a počet návštěv inzerátů,
	22. průměrný čas návštěvy (*average time spent*),
	23. míra okamžitého opuštění (*bounce rate*),
	24. počet a míru prokliku odkazů umístěných ve článku.
	25. Po ukončení kampaně Dodavatel vypracuje a předá do čtyř pracovních dnů závěrečnou zprávu, ve které vyhodnotí celou kampaň, zejména její průběh, dopady, přínosy a návrhy na zlepšení, a také navrhne jednostránkovou tiskovou zprávu o přínosech kampaně pro užití ve zpravodajských médiích. Objednatel má právo k závěrečné zprávě vznést připomínky, přičemž dodavatel je povinen tyto připomínky vypořádat nejpozději do tří pracovních dnů. Schválení této závěrečné zprávy bude potvrzeno Objednatelem formou předávacího protokolu.
	26. Objednatel má právo vyžádat si vypracování mimořádné stručné zprávy zejména s ohledem na dopady nepředvídaných skutečností na inzertní kampaň.
	27. Dodavatel předá Objednateli závěrečnou zprávu v běžných, otevřených formátech, které umožňují další analýzy, a v tištěné podobě.
30. Trvání smlouvy a místo plnění
	1. Dodavatel se zavazuje provést plnění této Smlouvy v souladu s časovým harmonogramem a termíny stanovenými v Mediaplánu, který je součástí této Smlouvy jako Příloha č. 1, případně v jeho písemně schválených úpravách.
	2. Dodavatel je povinen zahájit plnění smlouvy neprodleně po uzavření této Smlouvy.
	3. Dodavatel je dále povinen dokončit inzertní kampaň do 6. 10. 2020.
	4. Smluvní strany se výslovně dohodly, že práva a povinnosti Smluvních stran obsažené v ustanoveních článku 5. a v ustanoveních odstavců 5.4 a 9.1 trvají i po ukončení účinnosti této Smlouvy.
	5. Místem plnění této Smlouvy je Česká republika.
	6. Objednatel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit:
31. v případě nesplnění jakékoliv povinnosti Dodavatele podle této Smlouvy, pokud Dodavatel nesjedná nápravu ani do 10 dnů od doručení písemné výzvy Objednatele s upozorněním na neplnění konkrétní povinnosti; a/nebo
32. v případě, že z důvodu porušení povinnosti Dodavatele hrozí nebo vzniká Objednateli újma a Dodavatel neprovede nápravu (tj. neodstraní hrozbu újmy či nenahradí vzniklou újmu) do 3 dnů od doručení písemné, e-mailové, ústní a/nebo telefonické výzvy Objednatele s upozorněním na neplnění konkrétní povinnosti a s upozorněním na hrozící nebo vzniklou újmu; a/nebo
33. z jiných zákonných důvodů opravňujících Objednatele k odstoupení od této Smlouvy.
	1. Dodavatel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit pouze v případě, kdy se Objednatel ocitne v prodlení se zaplacením jakékoli splátky Ceny a neprovede-li úhradu ani v náhradní lhůtě mu Dodavatelem poskytnuté, která nebude kratší než 60 dní.
34. Úprava autorských práv
	1. Pro případ, že budou v souvislosti s plněním této Smlouvy Objednatelem Dodavateli předány jakékoliv podklady (např. texty, fotografie, grafické návrhy, vizuály, spoty apod.), které budou mít charakter autorského díla (dále jen „Autorské dílo“) 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, budou vztahy mezi smluvními stranami týkající se těchto Autorských děl upraveny níže.
	2. Objednatel prohlašuje a garantuje, že je nositelem autorských práv k takovémuto předávanému Autorskému dílu, a že je oprávněn s tímto Autorským dílem disponovat v rozsahu sjednaném v této Smlouvě a že toto Autorské dílo bude nedotčeno právy jiných osob. Objednatel se dále pro případ, že bude předáváno Autorské dílo vytvořené třetí osobou, zavazuje, že zajistí souhlas autora k poskytnutí práva. Dodavateli k užívání Autorského díla v rozsahu uvedeném v této Smlouvě (a to zejména formou licence dle ustanovení § 2371 Občanského zákoníku).
	3. Obdobně i Dodavatel garantuje, že v případě, že bude využito Autorské dílo vytvořené třetí osobou, zajistí souhlas autora k poskytnutí práva pro využití díla.
	4. Objednatel poskytuje Dodavateli oprávnění k výkonu práva předané Autorské dílo užít ode dne uzavření této smlouvy bez časového a místního omezení, a to pouze v souvislosti s plněním této Smlouvy.
	5. Dodavatel není oprávněn do předaného Autorského díla zasahovat a upravovat si ho bez předchozího souhlasu Objednatele.
	6. Dodavatel je oprávněn práva na užití Autorského díla specifikovaná shora postoupit zcela nebo zčásti na třetí osoby jen s písemným souhlasem Objednatele.
	7. Dodavatel se zavazuje, že neužije grafická zpracování ani jakékoliv jiné podklady, které obdrží od Objednatele, k jiným účelům, než ke splnění svých povinností z této Smlouvy a neposkytne grafická zpracování nebo jakékoli jeho části k užití žádné třetí osobě bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
35. Další práva a povinnosti smluvních stran
	1. Dodavatel se zavazuje při plnění předmětu Smlouvy aktivně spolupracovat s Objednatelem, jakož i dalšími subjekty určenými Objednatelem.
	2. Dodavatel je povinen zajistit, aby v souvislosti s realizací plnění nebylo jakkoli poškozeno dobré jméno Objednatele.
	3. Dodavatel je vázán mlčenlivostí o všech skutečnostech, s nimiž se při plnění závazků z této Smlouvy seznámí. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na osoby, které Dodavatel užije k plnění této Smlouvy je však povinen je mlčenlivostí zavázat, přičemž za porušení této povinnosti je odpovědný, jako by ji porušil sám.
	4. Skutečnosti uvedené v této Smlouvě nebudou Smluvními stranami považovány za obchodní tajemství ve smyslu ustanovení občanského zákoníku.
	5. Dodavatel se při plnění této Smlouvy zavazuje dodržovat veškeré obecně závazné právní předpisy, zejména se zavazuje, že se svým jednáním nedopustí nekalé soutěže a že činností dle této Smlouvy nebude zasahováno do práv třetích osob.
	6. Dodavatel se zavazuje řídit se pokyny, které mu budou průběžně udělovány Objednatelem v souladu s touto Smlouvou, ledaže jsou takové pokyny v rozporu se zákonem nebo nevhodné; v takovém případě je Dodavatel povinen na jejich nezákonnost či nevhodnost Objednatele neprodleně písemně upozornit. Dodavatel je povinen se řídit nevhodnými pokyny Objednatele pouze v případě, že Objednatel na takových pokynech i přes písemné upozornění Dodavatele na jejich nevhodnost trvá; v takovém případě Dodavatel neodpovídá za škodu vzniklou v souvislosti s realizací pokynů Objednatele, na jejichž nevhodnost Objednatele upozornil.
	7. Objednatel je kdykoliv v průběhu trvání této Smlouvy oprávněn kontrolovat provádění plnění předmětu této Smlouvy a plnění povinností Dodavatele vyplývajících z této Smlouvy. Za tímto účelem je Dodavatel povinen na základě předchozí výzvy poskytnout Objednateli veškerou požadovanou součinnost, poskytnout požadované informace atp. Oprávněným výkonem těchto práv ze strany Objednatele nesmí dojít k nadměrnému zásahu do práv a oprávněných zájmů Dodavatele.
36. Cena a platební podmínky
	1. Celková cena plnění za celý předmět plnění v rozsahu této Smlouvy se sjednává ve výši 300 000 Kč (slovy: tři sta tisíc korun českých) bez DPH (dále jen "**Cena**"). Tato Cena je stanovena jako maximální a nepřekročitelná a zahrnuje veškeré náklady Dodavatele vzniklé v souvislosti s plněním dle této Smlouvy. K této částce bude připočteno DPH v zákonné výši.
	2. Překročení Ceny je možné pouze za předpokladu, že v průběhu realizace dojde ke změnám sazeb daně z přidané hodnoty. V takovém případě bude Cena upravena podle sazeb daně z přidané hodnoty platných v době vzniku zdanitelného plnění. Překročení Ceny v jiných případech je nepřípustné.
	3. Objednatel uhradí Cenu nebo její část v české měně, a to bezhotovostním převodem na základě faktury vystavené Dodavatelem.
	4. Faktura bude vystavena na základě doloženého plnění formou protokolu potvrzeného Objednatelem.
	5. Rozhodným okamžikem pro vystavení faktury je podpis předávacího protokolu a schválení závěrečné zprávy Objednatelem.
	6. Faktura bude mít splatnost vždy 30 dnů od vystavení s tím, že Dodavatel je povinen doručit fakturu Objednateli vždy alespoň 25 dnů před datem splatnosti.
	7. Faktury musí obsahovat veškeré náležitosti stanovené zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.
	8. V případě, že faktura doručená Objednateli nebude obsahovat některou z předepsaných náležitostí nebo ji bude obsahovat chybně, je Objednatel oprávněn vrátit takovouto fakturu Dodavateli. Lhůta splatnosti v takovémto případě neběží, přičemž nová lhůta splatnosti počíná běžet až od doručení opravené či doplněné faktury.
	9. Označení Objednatele jako odběratele ve faktuře bude: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, Vinohradská 46, Praha 2, PSČ: 120 41, IČ: 492 77 600.
	10. Dodavatel zašle faktury Objednateli pouze elektronicky na e-mail: faktury@czechtourism.cz.
	11. Dodavatel vyhotoví a dodá Objednateli fakturu spolu se závěrečnou zprávou nejpozději do 15. 10. 2020.
37. Smluvní pokuty
	1. V případě, že Dodavatel poruší některou z povinností souvisejících se zajištěním plněné této Smlouvy jsou smluvní pokuty stanoveny následovně.
	2. Za každý nedodaný textový inzerát (advertorial – článek) z garantovaných 25 inzerátů má Objednatel právo na smluvní pokutu ve výši 12 000 Kč.
	3. Při nedodání smluvního počtu impresí podle mediálního plánu, který je součástí smlouvy, má Objednatel právo na smluvní pokutu v poměrné výši odpovídající počtu nedodaných impresí ve vztahu k Ceně.
38. Doručování a kontaktní osoby
	1. Jakékoliv oznámení nebo dokument, který má být doručen podle této Smlouvy, může být doručen osobně nebo zaslán doporučenou poštovní zásilkou nebo prostřednictvím datové schránky Smluvní straně, které má být doručen, na její adresu uvedenou v záhlaví této Smlouvy, nebo na jakoukoliv jinou adresu, kterou sdělila druhé Smluvní straně ve shodě s tímto článkem.
	2. Při prokazování doručení prostřednictvím držitele poštovní licence bude stačit prokázat, že doručení bylo uskutečněno, že obálka obsahující oznámení nebo dokument byla řádně adresována a předána poště jako předem placená doporučená poštovní zásilka.
	3. Smluvní strany se dohodly na následujících kontaktních osobách:
39. za Objednatele: XXX
40. za Dodavatele: XXX
	1. Změna kontaktní osoby je možná notifikací druhé strany.
41. Ostatní ujednání
	1. Dodavatel není oprávněn postoupit jakákoli svá práva z této Smlouvy na třetí osobu nebo postoupit Smlouvu bez předchozího písemného souhlasu Objednatele, a to ani částečně.
	2. Pokud se jakékoli ustanovení této Smlouvy stane neplatným či nevymahatelným, nebude to mít vliv na platnost a vymahatelnost ostatních ustanovení této Smlouvy. Smluvní strany se zavazují nahradit neplatné nebo nevymahatelné ustanovení novým ustanovením, jehož znění bude odpovídat úmyslu vyjádřenému původním ustanovením a touto Smlouvou jako celkem.
	3. Tato Smlouva obsahuje úplnou dohodu Smluvních stran ve věci předmětu této Smlouvy a nahrazuje veškeré ostatní písemné či ústní dohody učiněné ve věci předmětu této Smlouvy.
	4. Jestliže kterákoliv ze Smluvních stran přehlédne nebo promine jakékoliv neplnění, porušení, prodlení nebo nedodržení nějaké povinnosti vyplývající z této Smlouvy, pak takové jednání nezakládá vzdání se takové povinnosti s ohledem na její trvající nebo následné neplnění, porušení nebo nedodržení a žádné takové vzdání se práva nebude považováno za účinné, pokud nebude pro každý jednotlivý případ vyjádřeno písemně.
	5. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího zveřejnění v registru smluv.
	6. Tato Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech s platností originálu, přičemž každá ze stran obdrží jeden z nich.
	7. Tato Smlouva a vztahy z ní vyplývající se řídí právním řádem České republiky, zejména zákonem č.89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění.
	8. Veškeré změny, kromě změn v souladu s odst. 2.12, 2.13 a 8.4 této Smlouvy, musí být vyhotoveny písemně formou číslovaných dodatků podepsaných oběma Smluvními stranami.
	9. Zadávací dokumentace Zadávacího řízení je součástí této Smlouvy.
	10. Veškeré přílohy této smlouvy tvoří její nedílnou součást.

**Objednatel**: **Dodavatel**:

V Praze dne 24.9.2020 V Praze dne 21.8.2020

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

XXX XXX
ředitel předseda představenstva člen představenstva
České centrály cestovního ruchu- VLTABA LABE MEDIA a.s.
CzechTourism

**Přílohy:**

Příloha č. 1: Mediální plán.