

**Smlouva o dodání mediálního prostoru  
v rámci komunikační, marketingové a PR kampaně pro SLDB 2021**

evid. č. ČSÚ: 172-2020-S

Níže uvedeného dne, měsíce a roku uzavřely smluvní strany:

**Česká republika – Český statistický úřad**

se sídlem Na padesátém 3268/81, Praha 10, PSČ 100 82

IČO: 000 25 593

zastoupena: Ing. Michalem Novotným, ředitelem odboru komunikace

bankovní spojení: xxxxxxxxxxxxxxxx

(dále jen „objednatel“ nebo „ČSÚ“ nebo „zadavatel“) na straně jedné

a

**Název: Knowlimits s.r.o.**

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

zastoupená: Luboš Bechyně

IČO: 636 77 792

DIČ: CZ63677792

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, spisová zn. C37282

bankovní spojení: xxxxxxxxxxxxxxxx

(dále též jen „dodavatel“)

(objednatel a dodavatel dále též jen „smluvní strany“)

tuto

**smlouvu o dodání mediálního prostoru v rámci  
komunikační, marketingové a PR kampaně pro SLDB 2021**

podle ust. § 1746 odst. 2 a dalších ustanovení zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „občanský zákoník“)

(dále jen „smlouva“):

**Preamble**

Tato smlouva se mezi výše uvedenými smluvními stranami uzavírá na základě výsledku zadávacího řízení na nadlimitní veřejnou zakázku s názvem „Dodání mediálního prostoru v rámci realizace komunikační, marketingové a PR kampaně ke Sčítání lidu, domů a bytů 2021“, zadávanou objednatel jako veřejným zadavatelem ve smyslu zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „zákon o veřejných zakázkách“) pod interním evidenčním číslem VZ 036/2020 (dále jen „veřejná zakázka“), v němž byla nabídka dodavatele vybrána jako nejvýhodnější.

Objednatel zadal veřejnou zakázku v rámci projektu Sčítání lidu, domů a bytů 2021 (dále jen „projekt SLDB 2021“ nebo „projekt“).

## **Článek I**

### **Úvodní ustanovení**

1. Účelem této smlouvy je dodání mediálního prostoru pro potřeby realizace komunikační, marketingové a PR kampaně ke SLDB 2021 po dobu trvání mediální kampaně dodavatelem objednateli v souladu s mediaplánem obsaženým v příloze č. 1 této smlouvy, a vymezení práv a povinností smluvních stran při realizaci předmětu plnění podle této smlouvy.
2. Pro plnění předmětu této smlouvy jsou závazné rovněž všechny dokumenty vztahující se k veřejné zakázce, a to zadávací dokumentace včetně všech příloh vztahujících se k předmětu této smlouvy a nabídka dodavatele k veřejné zakázce.
3. Dodavatel výslovně prohlašuje, že se seznámil se zadávací dokumentací veřejné zakázky, přičemž mu nejsou známy žádné nejasnosti či pochybnosti, které by znemožňovaly řádné plnění jeho závazků podle této smlouvy. Dodavatel se zavazuje, že bude předmět plnění na základě této smlouvy poskytovat v souladu se zadávacími podmínkami veřejné zakázky a v souladu se svou nabídkou.
4. Dodavatel prohlašuje, že se detailně seznámil s rozsahem a povahou předmětu plnění této smlouvy, že jsou mu známy podmínky nezbytné pro její realizaci, a že disponuje takovými kapacitami a odbornými znalostmi, včetně technického a personálního zázemí, které jsou nezbytné pro realizaci této smlouvy za dohodnutou maximální smluvní cenu uvedenou ve smlouvě, a to rovněž ve vazbě na jím prokázanou kvalifikaci pro plnění veřejné zakázky.
5. Dodavatel se zavazuje plnit své závazky plynoucí z této smlouvy v souladu s platnými právními předpisy a s veškerými zadávacími podmínkami veřejné zakázky. Dodavatel prohlašuje, že jím poskytované plnění je prosto práv třetích osob (nevyplyvá-li z dalšího textu smlouvy něco jiného) a že plněním této smlouvy neporušuje autorská nebo průmyslová práva třetích osob nebo jiná obdobná práva třetích osob. Pokud by toto prohlášení dodavatele neodpovídalo skutečnosti, je objednatel oprávněn požadovat po dodavateli a dodavatel je povinen objednateli uhradit náhradu škody, která objednateli vznikla porušením práv třetích osob a uplatňováním jejich nároků s tím spojených, v plné výši.

## **Článek II**

### **Předmět smlouvy**

1. Dodavatel se touto smlouvou zavazuje objednateli dodat mediální prostor v rozsahu, specifikaci a do segmentů tak, aby byla dosažena kumulovaná sledovanost v konkrétní cílové skupině vyjádřená v TRP, v souladu s mediaplánem obsaženým v příloze č. 1 této smlouvy vytvořeným pro potřeby komunikační, marketingové a PR kampaně pro SLDB 2021 a doplněným dodavatelem v jeho nabídce (dále jen „mediaplán“), a to v části TV mediaplán, dále aby byl zcela realizován produktový balíček specifikovaný v části Rozhlas mediaplán, a dále aby bylo dosaženo stanoveného počtu zobrazení v souladu s mediaplánem v části On-line + Social media plán, přičemž mediaplán je přílohou č. 1 této smlouvy jako její nedílná součást (dále také jen „dodání mediálního prostoru“). Kumulovaná sledovanost v konkrétní cílové skupině vyjádřená v TRP (dále také jen „kumulovaná sledovanost“), uvedená v mediaplánu v části TV mediaplán, realizace produktového balíčku ve stanoveném rozsahu v části Rozhlas mediaplán, a stanovený počet zobrazení uvedený v mediaplánu v části On-line + Social media plán jsou dále společně označeny jako „parametry mediaplánu“. On-line a Social media jsou dále ve smlouvě společně označeny jako „on-line prostor“.
2. Dále se dodavatel zavazuje v rámci dodání mediálního prostoru podle parametrů mediaplánu:

- a) dodat objednateli v termínu stanoveném v článku IV odst. 2. písm. a) této smlouvy potvrzení o závazné rezervaci mediálního prostoru dle parametrů mediaplánu v TV a rozhlasu (dále jen „potvrzení o rezervaci mediálního prostoru“);
  - b) dodávat objednateli v termínech stanovených v článku IV odst. 2. písm. b) této smlouvy závazný měsíční plán dodání a využití mediálního prostoru na předemtný kalendářní měsíc zpracovaný v souladu s parametry mediaplánu a v souladu s touto smlouvou, přičemž tento závazný měsíční plán bude obsahovat náležitosti stanovené v článku II odst. 5. této smlouvy (dále jen „závazný měsíční plán“);
  - c) dodat objednateli v termínech stanovených v článku IV odst. 2. písm. c) této smlouvy měsíční zprávu (post-buy) o dodání a využití mediálního prostoru za každý kalendářní měsíc za účelem dosažení parametrů mediaplánu, přičemž obsahem této závěrečné zprávy bude porovnání reálného dodání a využití mediálního prostoru, resp. porovnání reálné kumulované sledovanosti, v příslušném kalendářním měsíci v rámci mediální kampaně oproti závaznému měsíčnímu plánu, potvrzený seznam odvysílaných spotů (spot-plán) dokumentující reálné dodání a využití mediálního prostoru v TV a rozhlasu, report o kreativách v on-line prostoru, fakturace za nákup mediálního prostoru u jednotlivých poskytovatelů mediálního prostoru a další výstupy a náležitosti uvedené v článku II odst. 6. této smlouvy (dále jen „měsíční závěrečná zpráva“);
  - d) dodat objednateli v termínu stanoveném v článku IV odst. 2. písm. d) této smlouvy závěrečné vyhodnocení mediální kampaně, ve které dodavatel shrne podstatné informace o dodání a využití mediálního prostoru v průběhu mediální kampaně a dále vyhodnotí úspěšnost splnění parametrů mediaplánu (dále jen „závěrečné vyhodnocení“).
3. Dodání mediálního prostoru spolu se všemi činnostmi dodavatele uvedenými v článku II odst. 2. této smlouvy se dále souhrnně nazývá také jen „předmět plnění“.
  4. Objednatel se touto smlouvou zavazuje zaplatit dodavateli za řádně poskytnutý předmět plnění sjednanou cenu za podmínek uvedených dále v této smlouvě.
  5. Smluvní strany tímto sjednávají, že závazný měsíční plán musí obsahovat alespoň:
    - a) specifikaci smluvních stran a kalendářní měsíc, pro který je daný závazný měsíční plán vyhotoven;
    - b) v části pro TV kampaň:
      - konkrétní název TV stanice,
      - měsíční spot-plán – konkrétní data a časy uveřejnění příslušných spotů,
      - garantovaná kumulovaná sledovanost vyjádřená v TRP,
      - celková cena mediálního prostoru na příslušný měsíc bez DPH a s DPH,
      - celková odměna dodavatele na příslušný měsíc bez DPH a s DPH;
    - c) v části pro rozhlasovou kampaň (pouze pro měsíc březen 2021):
      - konkrétní název radio stanice,
      - měsíční spot-plán – konkrétní data a časy uveřejnění příslušných spotů
      - celková cena mediálního prostoru na příslušný měsíc bez DPH a s DPH,
      - celková odměna dodavatele na příslušný měsíc bez DPH a s DPH;
    - d) v části pro on-line kampaň:
      - název serveru/serverů/sociálních sítí,
      - název a formát on-line výstupů,
      - plán kreativ v on-line prostoru,
      - jednotková cena nákupu CPT/CPM u jednotlivých poskytovatelů mediálního on-line prostoru,
      - počet garantovaných impresí, garantovaný počet zobrazení
      - celková cena mediálního prostoru na příslušný měsíc bez DPH a s DPH,

- celková odměna dodavatele na příslušný měsíc bez DPH a s DPH.
6. Smluvní strany tímto sjednávají, že měsíční závěrečná zpráva musí obsahovat alespoň:
- a) specifikaci smluvních stran a kalendářní měsíc, za který je závazná měsíční zpráva vyhotovena;
  - b) v části pro TV kampaň:
    - konkrétní název TV stanice/názvy TV stanic,
    - TV stanicí potvrzený spot-plán s konkrétními daty a časy uveřejnění příslušných spotů,
    - dosažená kumulovaná sledovanost vyjádřená v TRP vyplývající z měření nezávislé instituce (měření ATO – Nielsen Admosphere),
    - porovnání reálného dodání a využití mediálního prostoru v příslušném kalendářním měsíci v rámci mediální kampaně se závazným měsíčním plánem na příslušný kalendářní měsíc,
    - v příloze zprávy k části pro TV kampaň bude připojena fakturace za nákup mediálního prostoru, u jednotlivých poskytovatelů mediálního prostoru (u jednotlivých TV stanic);
  - c) v části pro rozhlasovou kampaň (pouze za měsíc březen 2021):
    - konkrétní název rozhlasové stanice/názvy rozhlasových stanic,
    - radio stanicí potvrzený spot-plán s konkrétními daty a časy uveřejnění příslušných spotů a frekvence (počet odvysílání),
    - dosažená kumulovaná sledovanost vyjádřená v GRP vyplývající z měření nezávislé instituce (Radio Projekt, realizace pro SKMO – Median a STEM/MARK),
    - porovnání reálného dodání a využití mediálního prostoru v příslušném kalendářním měsíci v rámci mediální kampaně se závazným měsíčním plánem na příslušný kalendářní měsíc,
    - v příloze zprávy k části pro rozhlasovou kampaň bude připojena fakturace za nákup mediálního prostoru u poskytovatele mediálního prostoru (u jednotlivých rozhlasových stanic);
  - d) v části pro on-line kampaň:
    - název serveru a sociální sítě,
    - název a formát on-line výstupů,
    - report o kreativách v on-line prostoru,
    - jednotková cena nákupu CPT/CPM u jednotlivých poskytovatelů mediálního on-line prostoru,
    - počet nakoupených garantovaných impresí, dosažený počet zobrazení
    - celková cena mediálního prostoru na příslušný měsíc bez DPH a s DPH,
    - celková odměna dodavatele na příslušný měsíc bez DPH a s DPH.
7. V případě, že objednatel zjistí, že závazný měsíční plán, který mu byl dodavatelem předložen, není v souladu s parametry mediaplánu nebo v souladu s touto smlouvou, oznámí objednatel dodavateli nejpozději do 4 (slovy: čtyř) kalendářních dní písemně (např. formou e-mailu) své připomínky. Neoznámí-li objednatel dodavateli písemně své připomínky nejpozději do 4 (slovy: čtyř) kalendářních dnů od obdržení závazného měsíčního plánu, má se za to, že se závazným měsíčním plánem souhlasí. V případě, že objednatel má k závaznému měsíčnímu plánu připomínky, zavazuje se dodavatel připomínky objednatele do závazného měsíčního plánu zapracovat a objednateli předložit do 4 (slovy: čtyř) kalendářních dní od sdělení připomínek objednatele upravený závazný měsíční plán, který musí být v souladu s parametry mediaplánu a v souladu s touto smlouvou.

### **Článek III Místo plnění**

Místem plnění předmětu plnění podle této smlouvy, jde-li o jednání s objednatelem, dodání dokumentů stanovených v článku II odst. 2. této smlouvy nebo jde-li o akceptaci předmětu plnění, je sídlo objednatele. Jde-li o činnosti neuvedené v předchozí větě, je místem plnění sídlo dodavatele, resp. virtuální prostředí mediálního prostoru.

#### **Článek IV Termíny plnění**

1. Dodavatel se zavazuje dodat objednateli mediální prostor v průběhu mediální kampaně, a to pro období od 1. února 2021 do 16. května 2021.
2. Dodavatel se dále zavazuje:
  - a) dodat objednateli potvrzení o rezervaci mediálního prostoru nejpozději do 31. prosince 2020,
  - b) dodat objednateli závazný měsíční plán vždy nejpozději do 5. dne kalendářního měsíce, který předchází kalendářnímu měsíci, ve kterém bude mediální prostor poskytován (tj. např. závazný měsíční plán pro poskytování mediálního prostoru v únoru 2021 je dodavatel objednateli povinen předložit nejpozději dne 5. ledna 2021),
  - c) dodat objednateli měsíční závěrečnou zprávu za kalendářní měsíc, ve kterém byl mediální prostor objednateli dodán, vždy nejpozději do 15. dne kalendářního měsíce, který následuje po kalendářním měsíci, ve kterém byl mediální prostor objednateli dodán (tj. např. měsíční závěrečnou zprávu za únor 2021 je dodavatel objednateli povinen předložit nejpozději do 15. března 2021), a to s výjimkou měsíční závěrečné zprávy za měsíc květen 2021 (tj. za období od 1. května do 16. května 2021), kterou se dodavatel zavazuje objednateli dodat nejpozději do 31. května 2021,
  - d) dodat objednateli závěrečné vyhodnocení nejpozději do 30. června 2021.
3. Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to od okamžiku účinnosti této smlouvy do okamžiku, kdy dojde k vypořádání všech práv a povinností spojených s předmětem plnění podle této smlouvy.

#### **Článek V Akceptace předmětu plnění**

1. Smluvní strany tímto sjednávají, že předmětem akceptace podle tohoto článku V smlouvy bude následující:
  - dodání mediálního prostoru v TV a v on-line prostor médiích, dosažení garantované kumulované sledovanosti v TV a dosažený počet zobrazení v on-line prostoru v měsíci únor 2021;
  - dodání mediálního prostoru v TV, v rozhlase a v on-line prostor médiích, dosažení garantované kumulované sledovanosti v TV, realizace celého produktového balíčku v rozhlase a dosažený počet zobrazení v on-line prostoru v měsíci březen 2021;
  - dodání mediálního prostoru v TV a v on-line prostor médiích, dosažení garantované kumulované sledovanosti v TV a dosažený počet zobrazení v on-line prostoru v měsíci duben 2021;
  - dodání mediálního prostoru v TV a v on-line prostor médiích, dosažení garantované kumulované sledovanosti v TV a dosažený počet zobrazení v on-line prostoru v měsíci květen 2021;

(dodání mediálního prostoru, dosažení garantované kumulované sledovanosti v TV, realizace produktového balíčku v rozhlase (pouze za měsíc březen 2021) a dosažený počet zobrazení v on-line prostoru za shora uvedené měsíce se pro účely akceptace v tomto článku označuje zvlášť také jen jako „**předmět akceptace**“).

2. Předmět akceptace poskytovaný podle této smlouvy se považuje za splněný jeho akceptací bez výhrad (podle odst. 4. písm. a) tohoto článku smlouvy) případně jeho akceptací s výhradami (podle odst. 4. písm. b) tohoto článku smlouvy) objednatel v akceptačním protokolu.
3. Vždy nejpozději do 15 (slovy: patnácti) kalendářních dnů po skončení kalendářního měsíce, ve kterém byl mediální prostor poskytován, je dodavatel ve smyslu článku IV odst. 2. písm. c) této smlouvy povinen předložit objednateli akceptační protokol spolu s měsíční závěrečnou zprávou v rozsahu stanoveném v článku II odst. 2. písm. c) této smlouvy a veškeré další objednatel vyžádané potřebné podklady k doložení rozsahu a kvality předmětu akceptace (dále jen „dokumentace k akceptaci“). Objednatel je povinen do 15 (slovy: patnácti) kalendářních dnů od předložení dokumentace k akceptaci dodavatelem dokumentaci k akceptaci a předmět akceptace prověřit a zároveň objednatel v téže lhůtě provede porovnání dokumentace k akceptaci a předmětu akceptace se závazným měsíčním plánem. V případě potřeby dodavatel s objednatel uskuteční v rámci akceptačního řízení jednání, na kterém projednají dodavatelem předloženou dokumentaci k akceptaci vztahující se k příslušnému předmětu akceptace.
4. Akceptační řízení je zahájeno dnem předložení akceptačního protokolu spolu s dokumentací k akceptaci dodavatelem objednateli a jeho výsledkem může být jeden z těchto závěrů:
  - a) Akceptováno bez výhrad: V případě, že objednatel neshledá v předmětu akceptace ani v dokumentaci k akceptaci žádné vady ani nedodělky (vady nebo nedodělky společně dále jen „vady“), uvede do akceptačního protokolu, že předmět akceptace akceptuje bez výhrad a akceptační protokol svými podpisy potvrdí oprávnění zástupci obou smluvních stran.
  - b) Akceptováno s výhradami: V případě, že objednatel shledá v předmětu akceptace nebo v dokumentaci k akceptaci méně závažné vady ve smyslu odst. 6. tohoto článku smlouvy, uvede tuto skutečnost do akceptačního protokolu, uvede seznam méně závažných vad a odkazem na příslušné ustanovení smlouvy objednatel v akceptačním protokolu specifikuje dodavateli vzniklá oprávnění v souvislosti s poskytnutím vadného plnění (sleva, smluvní pokuta). Objednatel do akceptačního protokolu uvede, že předmět akceptace akceptuje s výhradami, a oprávnění zástupci obou smluvních stran potvrdí akceptační protokol svými podpisy. Odmítne-li dodavatel akceptační protokol potvrdit podpisem svého oprávněného zástupce, má se za to, že se závěry objednatel v akceptačním řízení souhlasí.
  - c) Neakceptováno: Shledá-li objednatel v předmětu akceptace nebo v dokumentaci k akceptaci závažné vady ve smyslu odst. 5. tohoto článku smlouvy, do akceptačního protokolu uvede, že předmět akceptace neakceptuje, uvede seznam závažných vad a oprávnění zástupci obou smluvních stran potvrdí akceptační protokol svými podpisy. Odmítne-li dodavatel akceptační protokol potvrdit podpisem svého oprávněného zástupce, má se za to, že se závěry objednatel v akceptačním řízení souhlasí.
5. Smluvní strany sjednávají, že pro účely odst. 4. tohoto článku smlouvy se rozumí závažnou vadou předmětu akceptace následující vady:
  - a) pokud bude kumulovaná sledovanost (vyjádřená v TRP) nižší než 30 % (slovy: třicet procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovanou kumulovanou sledovaností stanovenou v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu ke konkrétní TV;
  - b) nedodržení spot-plánu v takové míře, kdy více než 70 % (slovy: sedmdesát procent) spotů podle potvrzeného spot-plánu bylo odvysíláno buďto v jiný den nebo v jiném čase oproti plánovanému spot-plánu ve vztahu ke konkrétní TV a zvláště ve vztahu k rozhlasu (ve vztahu k rozhlasu pouze v měsíci březnu 2021);
  - c) nedodržení v závazném měsíčním plánu stanoveného počtu zobrazení o více než 70 % (slovy: sedmdesát procent) ve vztahu k on-line prostoru v příslušném kalendářním měsíci.

Při zjištění závažné vady předmětu akceptace se postupuje v souladu s článkem V odst. 4. písm. c) této smlouvy. V případě, že skončí akceptační řízení s výsledkem „neakceptováno“ u některého typu mediálního prostoru, nemá dodavatel nárok na cenu předmětu plnění v rozsahu příslušného typu mediálního prostoru v rámci předmětu akceptace ani na žádné jiné finanční plnění ze strany objednatele.

6. Ostatní vady předmětu akceptace nebo dokumentace k akceptaci se považují za vady méně závažné. Při zjištění méně závažné vady předmětu akceptace nebo dokumentace k akceptaci se postupuje v souladu s článkem V odst. 4. písm. b) této smlouvy.
7. Smluvní strany tímto sjednávají, že akceptační protokol bude obsahovat alespoň tyto náležitosti:
  - a) označení smluvních stran;
  - b) datum a místo podpisu akceptačního protokolu;
  - c) označení a popis předmětu akceptace, který je předmětem akceptace, a označení konkrétního mediálního prostoru (komerční TV, veřejnoprávní TV, rozhlas, on-line prostor);
  - d) stanovisko objednatele ke splnění závazného měsíčního plánu dodavatelem zvlášť ke každému mediálnímu prostoru;
  - e) závěr akceptačního řízení (akceptováno, akceptováno s výhradami, neakceptováno) zvlášť ke každému mediálnímu prostoru;
  - f) v případě akceptace s výhradami nebo v případě neakceptace předmětu akceptace soupis vad a jejich řešení;
  - g) podpisy oprávněných zástupců smluvních stran (případně pouze podpis oprávněného zástupce objednatele, pokud dodavatel odmítne akceptační protokol potvrdit podpisem).
8. Akceptace předmětu akceptace bez výhrad ve smyslu odst. 4 písm. a) tohoto článku smlouvy nebo akceptace předmětu akceptace s výhradami ve smyslu odst. 4 písm. b) tohoto článku smlouvy je podmínkou oprávněnosti fakturace ceny za předmět akceptace, přičemž v případě akceptace s výhradami bude fakturace za předmět akceptace ponížena o případnou slevu/smluvní pokutu na základě příslušných ustanovení této smlouvy.
9. Smluvní strany sjednávají, že podmínky pro závěr akceptace bez výhrad/akceptace s výhradami/neakceptace se v rámci předmětu akceptace posuzují ve vztahu ke každému mediálnímu prostoru zvlášť, tj. zvlášť pro komerční TV, zvlášť pro veřejnoprávní TV, zvlášť pro rozhlas a zvlášť pro on-line prostor.

## **Článek VI**

### **Cena předmětu plnění**

1. Cena za dodání mediálního prostoru v rozsahu stanoveném v článku II odst. 1. této smlouvy po dobu stanovenou v článku IV odst. 1. této smlouvy, a to včetně ceny za činnosti dodavatele stanovené v článku II odst. 2. této smlouvy realizované po dobu účinnosti této smlouvy a dále včetně odměny dodavatele za realizaci předmětu plnění (dále jen „cena předmětu plnění“) je stanovena na základě nabídky dodavatele k veřejné zakázce a činí celkem 15 723 174,17 Kč (slovy: patnáct milionů sedm set dvacet tři tisíc jedno sto sedmdesát čtyři korun českých sedmnáct haléřů) bez DPH. Ceník za využití mediálního prostoru je obsažen v příloze č. 1 této smlouvy – mediaplán.
2. Smluvní strany dále sjednávají, že odměna dodavatele za dodání mediálního prostoru v komerční TV, jejíž celková výše je uvedena v mediaplánu, bude za jednotlivé měsíce trvání mediální kampaně (jak je stanoveno v článku IV odst. 1. této smlouvy) rozdělena následovně:
  - za měsíc únor 2021 činí 32 % (slovy: třicet dva procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v komerční TV,

- za měsíc březen 2021 činí 30 % (slovy: třicet procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v komerční TV,
  - za měsíc duben 2021 činí 26 % (slovy: dvacet šest procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v komerční TV,
  - za měsíc květen 2021 činí 12 % (slovy: dvanáct procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v komerční TV.
3. Smluvní strany dále sjednávají, že odměna dodavatele za dodání mediálního prostoru v on-line prostoru, jejíž celková výše je uvedena v mediaplánu, bude za jednotlivé měsíce trvání mediální kampaně (jak je stanoveno v článku IV odst. 1. této smlouvy) rozdělena následovně:
- za měsíc únor 2021 činí 25 % (slovy: dvacet pět procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v on-line prostoru,
  - za měsíc březen 2021 činí 25 % (slovy: dvacet pět procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v on-line prostoru,
  - za měsíc duben 2021 činí 25 % (slovy: dvacet pět procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v on-line prostoru,
  - za měsíc květen 2021 činí 25 % (slovy: dvacet pět procent) celkové odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v on-line prostoru.
4. Cena předmětu plnění zahrnuje veškeré náklady dodavatele na poskytování předmětu plnění podle této smlouvy, včetně správních poplatků a nákladů na daně a pojištění, cenu dopravného, odměnu, resp. mzdové náklady pracovníků a veškeré další náklady, které dodavatel vynaloží v souvislosti s kompletní realizací předmětu plnění podle této smlouvy, jakož i ceny za plnění, která nejsou výslovně uvedena v zadávací dokumentaci veřejné zakázky nebo v této smlouvě, ale dodavatel jako odborník o nich v době uzavření smlouvy ví nebo má vědět, že jsou nezbytné pro řádné poskytování předmětu plnění.
5. Cena předmětu plnění je závazná, konečná a nejvýše přípustná. Smluvní strany tímto výslovně sjednávají, že v případě, že dodavatel dodá objednateli větší množství spotů nebo v případě, pokud bude garantovaná kumulovaná sledovanost v konkrétním kalendářním měsíci vyšší v porovnání s garantovanou kumulovanou sledovaností stanovenou v měsíčním závazném plánu nebo v mediaplánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k TV, nebo pokud bude produktový balíček ve vztahu k rozhlasu oproti závaznému měsíčnímu plánu nebo oproti mediaplánu rozšířen, nebo pokud bude objednateli dodavatelem dodán mediální prostor v on-line prostoru ve větší míře oproti závaznému měsíčnímu plánu nebo oproti mediaplánu nebo pokud bude překročen v závazném měsíčním plánu stanovený počet zobrazení ve vztahu k on-line prostoru, nezakládá žádná ze skutečností uvedených v tomto souvětí nárok dodavatele na zvýšení ceny předmětu plnění nebo zvýšení odměny dodavatele za realizaci předmětu plnění.
6. K ceně předmětu plnění bude připočtena DPH v sazbě podle právních předpisů platných ke dni uskutečnění zdanitelného plnění.
7. Dodavatel ve smyslu ust. § 1765 odst. 2 občanského zákoníku přebírá nebezpečí změny okolností po uzavření smlouvy.

## **Článek VII**

### **Platební podmínky**

1. Dodavatel je oprávněn fakturovat objednateli cenu předmětu plnění po částech (odpovídajících jednotlivým předmětům akceptace ve smyslu článku V odst. 1. této smlouvy), a to vždy nejdříve



první pracovní den následující po akceptaci příslušného předmětu akceptace bez výhrad ve smyslu článku V odst. 4 písm. a) této smlouvy nebo po akceptaci příslušného předmětu akceptace s výhradami ve smyslu článku V odst. 4 písm. b) této smlouvy s tím, že fakturace za příslušný předmět akceptace bude odpovídat faktické realizaci předmětu plnění dodavatelem a stanovisku objednatele ke splnění závazného měsíčního plánu dodavatelem vyplývajícimu z akceptačního protokolu, přičemž fakturace musí být v souladu s ceníkem obsaženým v mediaplánu, který tvoří přílohu č. 1 této smlouvy a zároveň v souladu s článkem VI odst. 2 a 3 této smlouvy. V případě, že skončí akceptačního řízení s výsledkem „akceptováno s výhradami“, budou ve fakturaci zohledněny a započítány rovněž všechny slevy/smluvní pokuty vyplývající z této smlouvy pro případ vadného plnění ze strany dodavatele.

2. V případě, že skončí akceptační řízení s výsledkem „neakceptováno“ u některého typu mediálního prostoru, nemá dodavatel nárok na cenu předmětu plnění v rozsahu příslušné části předmětu akceptace ani na žádné jiné finanční plnění ze strany objednatele ve vztahu k příslušnému typu mediálního prostoru, přičemž dodavatel tímto bere výslovně na vědomí, že pokud bude dodavateli předmět akceptace (tj. předmět plnění za příslušný kalendářní měsíc) nebo jeho část poskytnut se závažnými vadami, nemá takto vadné plnění s ohledem na povahu předmětu plnění podle této smlouvy pro objednatele žádný význam.
3. Vyúčtování předmětu plnění provede dodavatel daňovými doklady – fakturami, které musí obsahovat veškeré podstatné náležitosti podle zvláštních právních předpisů, zejména podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty v platném znění a zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, v platném znění. Kromě těchto podstatných náležitostí musí daňové doklady – faktury dodavatele obsahovat evidenční číslo smlouvy objednatele, číslo účtu dodavatele a všechny údaje uvedené v ust. § 435 odst. 1 občanského zákoníku.
4. Lhůta splatnosti ceny předmětu plnění činí 21 (slovy: dvacet jedna) kalendářních dnů a (z důvodu interních účetních předpisů objednatele) v případě faktury vystavené v prosinci nebo lednu kalendářního roku 60 (slovy: šedesát) kalendářních dnů ode dne doručení faktury se sjednanými náležitostmi objednateli do datové schránky, doporučenou listovní zásilkou nebo osobně do podatelny v sídle ČSÚ. Není-li ve smlouvě výslovně stanoveno jinak, totožnou lhůtu splatnosti sjednávají smluvní strany i pro placení jiných plateb podle této smlouvy (úroky z prodlení, náhrada škody apod.).
5. Objednatel je oprávněn před uplynutím lhůty splatnosti vrátit dodavateli fakturu, která neobsahuje požadované náležitosti, která obsahuje cenu vyúčtovanou v rozporu s touto smlouvou nebo která obsahuje chybně vyúčtovanou DPH. Lhůta splatnosti vyúčtované ceny začíná v takovém případě znovu běžet ode dne doručení opravené faktury objednateli způsobem uvedeným v předchozím odstavci.
6. Cena předmětu plnění vyúčtovaná fakturou dodavatele se pokládá za uhrazenou okamžikem odepsání příslušné částky z účtu objednatele ve prospěch účtu dodavatele.

## **Článek VIII**

### **Další práva a povinnosti smluvních stran**

1. Dodavatel se zavazuje:
  - a) poskytovat objednateli předmět plnění řádně a včas, v souladu s podmínkami této smlouvy a s platnými právními předpisy, podle svých nejlepších znalostí a schopností a s potřebnou odbornou péčí, a to po celou dobu trvání této smlouvy;
  - b) dodržovat pokyny a interní předpisy objednatele ve vztahu k bezpečnosti a provozu v sídle objednatele;
  - c) udržovat v platnosti a účinnosti po celou dobu trvání této smlouvy pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou dodavatelem třetí osobě s limitem pojistného plnění ve výši minimálně 1 000 000 Kč (slovy: jeden milion korun českých) na jednu škodní událost; na vyžádání je

dodavatel povinen tuto pojistnou smlouvu (pojistný certifikát) objednateli doložit kdykoli v průběhu trvání této smlouvy;

- d) na žádost objednatele spolupracovat a poskytnout potřebnou součinnost případným dalším smluvním partnerům objednatele anebo jiným osobám v souvislosti s realizací projektu, včetně součinnosti při kontrolách veřejně správních orgánů;
- e) předávat objednateli veškerou dokumentaci vytvořenou anebo aktualizovanou při poskytování předmětu plnění podle této smlouvy jako podklad v rámci akceptačního řízení;
- f) poskytovat předmět plnění podle této smlouvy tak, aby nebyl v nadbytečném rozsahu omezen provoz v místě plnění v sídle objednatele;
- g) i bez pokynů objednatele provést neodkladné úkony související s předmětem této smlouvy, které jsou nezbytné pro zamezení vzniku škody ve smyslu ust. § 2908 občanského zákoníku;
- h) zajistit, aby všechny osoby, které se na jeho straně podílí na plnění předmětu smlouvy, a které budou přítomny v prostorách ČSÚ, dodržovaly všechny bezpečnostní a provozní předpisy, především „Bezpečnostní pokyny pro obchodní partnery v oblasti požární ochrany, bezpečnosti práce a ochrany majetku“, se kterými byly seznámeny před zahájením pravidelné přítomnosti v prostorách ČSÚ; za účelem vstupu do místa plnění v sídle objednatele budou osobám, které se na straně dodavatele podílí na plnění předmětu smlouvy a jejichž přítomnost v sídle objednatele je k tomu nezbytná, poskytnuty čipové karty pro průchod turnikety;
- i) zachovávat mlčenlivost ohledně skutečností, které jsou obsahem této smlouvy, které se v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy dozvěděl anebo které objednatel označil za důvěrné, a zavázat k zachování mlčenlivosti ohledně skutečností, které jsou obsahem této smlouvy, které se v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy dozvěděli anebo které objednatel označil za důvěrné, i všechny pracovníky a osoby, které se na realizaci předmětu plnění podle této smlouvy podílí. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na informace, které se staly obecně známými za předpokladu, že se tak nestalo porušením některé z povinností vyplývajících ze smlouvy anebo o kterých tak stanoví zákon, zpřístupnění je však možné vždy jen v nezbytném rozsahu;
- j) pro případ, že se v průběhu plnění předmětu této smlouvy dostane do kontaktu s osobními údaji, že je bude ochraňovat a nakládat s nimi plně v souladu s touto smlouvou a s příslušnými právními předpisy, zejména s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES, a v souladu s článkem XII této smlouvy.

## 2. Objednatel se zavazuje:

- a) poskytovat po celou dobu trvání této smlouvy dodavateli veškerou nezbytnou součinnost potřebnou k naplnění účelu smlouvy,
- b) převzít od dodavatele bez zbytečného odkladu řádné plnění ve smyslu této smlouvy.

## 3. V případě, že výsledkem činnosti dodavatele podle této smlouvy je dílo, které naplňuje znaky autorského díla ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále jen „autorské dílo“), poskytuje dodavatel objednateli ve smyslu ust. § 2371 občanského zákoníku licenci, tj. oprávnění k výkonu práva autorské dílo užit, a to v rozsahu nezbytném pro jeho řádné užívání a po celou dobu trvání příslušných práv, k účelu, ke kterému bylo autorské dílo dodavatelem vytvořeno. Licence je udělena jako neodvolatelná, neomezená množstevním rozsahem, neomezená způsobem nebo rozsahem užití a teritoriálně neomezená. Dále je licence udělena na dobu určitou (po dobu trvání majetkových práv k autorskému dílu). Objednatel není povinen licenci využít a je oprávněn poskytnout třetím osobám sublicenci. Objednatel je oprávněn zpřístupnit užívání autorského díla svým zástupcům, právním nástupcům a dodavatelům (včetně dodavatelů outsourcingu), a to k účelu, ke kterému bylo autorské dílo dodavatelem vytvořeno. Povinnost týkající se poskytnutí licence v rozsahu podle předchozího odstavce platí pro dodavatele i v případě zhotovení části autorského díla

poddodavatelem nebo třetí osobou. Licenční odměny za veškerá oprávnění poskytnutá objednateli podle tohoto odstavce smlouvy jsou zahrnuty v ceně předmětu plnění podle této smlouvy.

4. Smluvní strany se dále dohodly na této součinnosti:

- Objednatel se zavazuje dodat dodavateli spoty ve finálních verzích pro TV vždy nejpozději do 15. dne kalendářního měsíce, který předchází kalendářnímu měsíc, ve kterém bude příslušný spot v TV vysílán. Objednatel se zavazuje dodat dodavateli spoty ve finálních verzích pro rozhlas nejpozději do 15. února 2021. Objednatel se zavazuje dodat dodavateli kreativitu k on-line ve finálních verzích pro on-line prostor vždy nejpozději do 15. dne kalendářního měsíce, který předchází kalendářnímu měsíc, ve kterém bude příslušná kreativita v on-line prostoru uveřejněna.
- V případě, že dojde k tomu, že je třeba z objektivních důvodů nezávislých na dodavateli upravit v průběhu příslušného kalendářního měsíce parametry využití mediálního prostoru stanovené v závazném měsíčním plánu tak, aby došlo ke splnění parametrů mediaplánu v konkrétním kalendářním měsíci, zavazuje se dodavatel neprodleně informovat objednatele o nastalé situaci a zároveň navrhnout řešení tak, aby došlo ke splnění parametrů mediaplánu na konkrétní kalendářní měsíc. V případě, že návrh na úpravu parametrů stanovených v závazném měsíčním plánu je v souladu s parametry mediaplánu na příslušný kalendářní měsíc, nebude objednatel dodavateli souhlas se změnou závazného měsíčního plánu odpírat. Změny v závazném měsíčním plánu je dodavatel oprávněn uskutečnit pouze za předpokladu, že takové změny objednatel písemně (např. formou e-mailu) odsouhlasil. Za splnění podmínek stanovených v tomto ustanovení se podle tohoto ustanovení upravený závazný měsíční plán považuje za podklad ke stanovení kvality dodaného předmětu akceptace ve smyslu článku V. odst. 3. této smlouvy při porovnání s dodaným předmětem akceptace.

## Článek IX

### Slevy, smluvní pokuty, úrok z prodlení

1. V případě, že akceptační řízení ve vztahu ke konkrétní části předmětu akceptace bude ukončeno s výsledkem „akceptováno s výhradami“ a zároveň
  - a) pokud bude kumulovaná sledovanost (vyjádřená v TRP) nižší než 100 % (slovy: sto procent) ale vyšší než (nebo rovna) 95 % (slovy: devadesát pět procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovanou kumulovanou sledovaností stanovenou v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k TV, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v TV jen takovou částku, která odpovídá ceně dosažených TRP za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosažených TRP u jednotlivých poskytovatelů TV mediálního prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli předpokládanou odměnu dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc, nebo
  - b) pokud bude kumulovaná sledovanost (vyjádřená v TRP) nižší než 95 % (slovy: devadesát pět procent) ale vyšší než (nebo rovna) 90 % (slovy: devadesát procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovanou kumulovanou sledovaností stanovenou v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k TV, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v TV jen takovou částku, která odpovídá ceně dosažených TRP za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosažených TRP u jednotlivých poskytovatelů TV mediálního prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc ve výši 5 % (slovy: pět procent) předpokládané odměny dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc, nebo

- c) pokud bude kumulovaná sledovanost (vyjádřená v TRP) nižší než 90 % (slovy: devadesát procent) ale vyšší než (nebo rovna) 80 % (slovy: osmdesát procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovanou kumulovanou sledovaností stanovenou v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k TV, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v TV jen takovou částku, která odpovídá ceně dosažených TRP za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosažených TRP u jednotlivých poskytovatelů TV mediálního prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc ve výši 50 % (slovy: padesát procent) předpokládané odměny dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc, nebo
  - d) pokud bude kumulovaná sledovanost (vyjádřená v TRP) nižší než 80 % (slovy: osmdesát procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovanou kumulovanou sledovaností stanovenou v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k TV, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v TV jen takovou částku, která odpovídá ceně dosažených TRP za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosažených TRP u jednotlivých poskytovatelů TV mediálního prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc ve výši 100 % (slovy: sto procent) předpokládané odměny dodavatele za TV mediální prostor na příslušný kalendářní měsíc.
2. V případě, že akceptační řízení ve vztahu ke konkrétní části předmětu akceptace bude ukončeno s výsledkem „akceptováno s výhradami“ a zároveň pokud bude objednateli dodavatelem dodán mediální prostor v rozhlasu v rozsahu menším než 80 % (slovy: osmdesát procent) mediálního výkonu garantovaného v produktovém balíčku dle mediaplánu, přičemž obsah produktového balíčku je deklarován na webových stránkách příslušného poskytovatele mediálního prostoru v rozhlasu, poskytne objednatel dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za dodání mediálního prostoru v rozhlasu v měsíci březnu 2021 ve výši 100 % (slovy: sto procent) předpokládané odměny dodavatele za mediální prostor v rozhlasu.
3. V případě, že akceptační řízení ve vztahu ke konkrétní části předmětu akceptace bude ukončeno s výsledkem „akceptováno s výhradami“ a zároveň
- a) pokud bude dosažený počet zobrazení v on-line prostoru nižší než 100 % (slovy: sto procent) ale vyšší než (nebo rovna) 95 % (slovy: devadesát pět procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovaným dosaženým počtem zobrazení v on-line prostoru stanoveným v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k on-line prostoru, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v on-line prostoru jen takovou částku, která odpovídá ceně dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru u jednotlivých poskytovatelů on-line prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli předpokládanou odměnu dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc, nebo
  - b) pokud bude dosažený počet zobrazení v on-line prostoru nižší než 95 % (slovy: devadesát pět procent) ale vyšší než (nebo rovna) 90 % (slovy: devadesát procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovaným dosaženým počtem zobrazení v on-line prostoru stanoveným v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k on-line prostoru, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v on-line prostoru jen takovou částku, která odpovídá ceně dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru u jednotlivých poskytovatelů on-line prostoru, a zároveň objednatel

poskytne dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc ve výši 5 % (slovy: pět procent) předpokládané odměny dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc, nebo

- c) pokud bude dosažený počet zobrazení v on-line prostoru nižší než 90 % (slovy: devadesát procent) ale vyšší než (nebo rovna) 80 % (slovy: osmdesát procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovaným dosaženým počtem zobrazení v on-line prostoru stanoveným v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k on-line prostoru, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v on-line prostoru jen takovou částku, která odpovídá ceně dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru u jednotlivých poskytovatelů o-line prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc ve výši 50 % (slovy: padesát procent) předpokládané odměny dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc, nebo
  - d) pokud bude dosažený počet zobrazení v on-line prostoru nižší než 80 % (slovy: osmdesát procent) v konkrétním kalendářním měsíci v porovnání s garantovaným dosaženým počtem zobrazení v on-line prostoru stanoveným v měsíčním závazném plánu na příslušný kalendářní měsíc ve vztahu k on-line prostoru, je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za využití mediálního prostoru v on-line prostoru jen takovou částku, která odpovídá ceně dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru za konkrétní kalendářní měsíc, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosaženého počtu zobrazení v on-line prostoru u jednotlivých poskytovatelů o-line prostoru, a zároveň objednatel poskytne dodavateli slevu z předpokládané odměny dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc ve výši 100 % (slovy: sto procent) předpokládané odměny dodavatele za on-line prostor na příslušný kalendářní měsíc.
4. Smluvní strany tímto sjednávají, že každý dodaný mediální prostor (výkon) bude ve vztahu k uplatnění příslušných slev v souladu s odst. 1, 2, a 3 tohoto článku v rámci akceptace předmětu akceptace za jednotlivý měsíc vždy hodnocen zvlášť, tj. zvlášť splnění kumulované sledovanosti v komerční TV, zvlášť splnění kumulované sledovanosti ve veřejnoprávní TV, zvlášť splnění realizace produktového balíčku v rozhlase a zvlášť dosažený počet zobrazení v on-line prostoru.
5. Smluvní strany tímto výslovně sjednávají, že pokud to bude účelné s ohledem na komunikační, marketingovou a PR kampaň pro SLDB 2021 a pokud se na tom smluvní strany výslovně písemně dohodnou, lze jednotlivé jednotky kumulované sledovanosti (TRP) v komerční TV, které nebyly dosaženy v příslušném kalendářním měsíci, převést do jiného kalendářního měsíce v rámci mediální kampaně s tím, že v takovém případě je dodavatel oprávněn objednateli vyúčtovat za převedené jednotky kumulované sledovanosti jen takovou částku, která odpovídá ceně převedených jednotek TRP, které byly dosaženy v kalendářním měsíci, do kterého byly tyto jednotky převedeny, a to v souladu s doloženou fakturací za cenu dosažených TRP u poskytovatele TV mediálního prostoru. Za dodání takto převedených jednotek však dodavateli nenáleží zvláštní odměna za dodání mediálního prostoru v komerční TV. Nárok objednatele na slevu z odměny dodavatele za TV mediální prostor z důvodu nedodržení garantované výše kumulované sledovanosti ve smyslu odst. 1 tohoto článku za příslušný měsíc, kdy nedošlo k dosažení garantované kumulované sledovanosti, tím není dotčen.
6. V případě, že akceptační řízení ve vztahu ke konkrétní části předmětu akceptace bude ukončeno s výsledkem „neakceptováno“, nemá dodavatel nárok na cenu za předmět plnění (za příslušný kalendářní měsíc) ani na žádné jiné finanční plnění ze strany objednatele ve vztahu k příslušnému typu mediálního prostoru, neboť v takovém případě nemá takto vadné plnění s ohledem na povahu předmětu plnění podle této smlouvy pro objednatele žádný význam.

7. V případě, že se dodavatel dostane do prodlení s dodáním potvrzení o zajištění mediálního prostoru, závazného měsíčního plánu, měsíční závěrečné zprávy nebo závěrečného vyhodnocení, je objednatel oprávněn požadovat po dodavateli zaplacení a dodavatel je povinen objednateli zaplatit smluvní pokutu ve výši 5 000 Kč (slovy: pět tisíc korun českých) za každý den prodlení s dodáním příslušného dokumentu.
8. V případě porušení jakýchkoli jiných smluvních povinností dodavatele podle této smlouvy je objednatel oprávněn požadovat po dodavateli zaplacení a dodavatel je povinen objednateli zaplatit smluvní pokuty:
  - a) ve výši 100 000 Kč (slovy: jedno sto tisíc korun českých) za každý jednotlivý případ porušení závazku podle článku VIII odst. 1 písm. i) nebo j) této smlouvy nebo podle článku XIII této smlouvy;
  - b) ve výši 100 000 Kč (slovy: jedno sto tisíc korun českých) za každý jednotlivý případ porušení závazku podle článku VIII odst. 1 písm. c) této smlouvy, resp. za každý započatý měsíc, v němž nemá dodavatel sjednanou platnou a účinnou pojistnou smlouvu s požadovanými parametry;
  - c) ve výši 50 000 Kč (slovy: padesát tisíc korun českých) za každý jednotlivý případ porušení jakékoli jiné povinnosti plynoucí z této smlouvy, pokud takovou povinnost dodavatel nesplní ani v dodatečně přiměřené lhůtě poskytnuté objednatel (nevylučuje-li to charakter porušené povinnosti s tím, že v pochybnostech se má za to, že dodatečná lhůta pro splnění povinnosti je přiměřená, pokud činí alespoň 5 (slovy: pět) kalendářních dnů).
9. Smluvní pokuty jsou splatné dnem porušení příslušné smluvní povinnosti. Objednatel je oprávněn jednostranně započíst pohledávku z titulu smluvní pokuty proti jakékoli splatné pohledávce dodavatele za objednatel.
10. Dodavatel výslovně prohlašuje, že výše smluvních pokut podle tohoto článku smlouvy je přiměřená a odpovídá charakteru zajišťovaných povinností.
11. Vedle smluvní pokuty je objednatel oprávněn požadovat po dodavateli zaplacení náhrady škody případně vzniklé porušením smluvní povinnosti dodavatele, a to v plné výši.
12. V případě prodlení objednatel s uhrazením ceny předmětu plnění je dodavatel oprávněn požadovat zaplacení úroků z prodlení ve výši podle platných právních předpisů k prvnímu dni prodlení.

## **Článek X Vyšší moc**

1. Jestliže některá ze smluvních stran není schopna dostát svým závazkům podle této smlouvy anebo je v prodlení v důsledku mimořádné nepředvídatelné a nepřekonatelné překážky nebo okolnosti, které nemůže ovlivnit a zároveň které nemohla předvídat v okamžiku uzavření této smlouvy, nebude tato smluvní strana považována za smluvní stranu, která je v prodlení anebo která jiným způsobem porušila své smluvní závazky a nebude po dobu trvání působení vyšší moci povinna k plnění těchto závazků ani nebude povinna hradit smluvní pokutu za porušení smluvní povinnosti, a to za předpokladu, že taková překážka nebo okolnost nevznikla z osobních poměrů této smluvní strany, že nevznikla až v době, kdy byla tato smluvní strana s plněním smlouvené povinnosti v prodlení a že nejde o překážku, kterou byla smluvní strana podle smlouvy povinna překonat.
2. Působení vyšší moci je dotčená smluvní strana povinna bez zbytečného odkladu po vzniku překážky vyšší moci písemně oznámit druhé smluvní straně a zároveň tvrzené okolnosti prokázat.
3. V případě, že působení vyšší moci trvá déle než 30 (slovy: třicet) kalendářních dní, je smluvní strana, u které není dáno působení vyšší moci, oprávněna ukončit tuto smlouvu písemným odstoupením od smlouvy.

## **Článek XI**

### **Kontaktní a oprávněné osoby**

1. Smluvní strany tímto prohlašují, že jména kontaktních osob ve věcech administrativních a technických a jména oprávněných osob ve věcech smluvních a akceptace, které budou odpovědné za řádnou koordinaci činností souvisejících s poskytnutím předmětu plnění podle této smlouvy, a to včetně e-mailového a telefonického spojení na tyto osoby, jsou obsaženy v příloze č. 2 této smlouvy.
2. Jakoukoli změnu v kontaktních a oprávněných osobách je každá ze smluvních stran povinna oznámit druhé smluvní straně písemnou formou bez zbytečného odkladu.

## **Článek XII**

### **Ujednání o nakládání s osobními údaji**

1. Smluvní strany se zavazují zajistit povinnost mlčenlivosti všech svých pracovníků či jiných osob, jež budou přicházet do styku s osobními údaji, a to v tomto rozsahu:
  - a) zachovávat mlčenlivosti o poskytnutých osobních údajích i o způsobu jejich zabezpečení;
  - b) nezneužít osobní údaje ve prospěch svůj ani třetích osob;
  - c) nevystavit osobní údaje přístupu neoprávněných osob ani nebezpečí jejich ztráty;
  - d) zajistit povinnosti mlčenlivosti ohledně osobních údajů i po skončení plnění podle této smlouvy.
2. Smluvní strany berou na vědomí, že
  - a) každá ze smluvních stran je správcem osobních údajů (dále jen „správce“) získaných od pracovníků smluvních stran v souvislosti s uzavřením této smlouvy;
  - b) subjektem údajů se pro účely této smlouvy rozumí zaměstnanci ČSÚ, osoby podílející se za dodavatele na plnění předmětu smlouvy a kontaktní a oprávněné osoby uvedené v příloze č. 3 této smlouvy, jejichž osobní údaje si strany poskytují v souvislosti s uzavřením této smlouvy;
  - c) osobní údaje získané v souvislosti s uzavřením této smlouvy budou zpracovány v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a rady (EU) 2016/679 ze dne 27. 4. 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, dále také jen „GDPR“) a souvisejícími právními předpisy, výhradně za účelem realizace závazků z této smlouvy;
  - d) osobní údaje získané v souvislosti s uzavřením této smlouvy nebudou poskytovány třetím osobám (příjemcem osobních údajů jsou výlučně smluvní strany navzájem a nebudou předávány třetím osobám ani příjemci ve třetí zemi nebo mezinárodní organizaci);
  - e) osobní údaje získané v souvislosti s uzavřením této smlouvy budou správcem uloženy po dobu nezbytně nutnou pro realizaci závazků z této smlouvy a pro splnění povinností správce plynoucích v souvislosti s uzavřením této smlouvy z platných právních předpisů.
3. Smluvní strany prohlašují a nesou odpovědnost za to, že jejich pracovníci stanovení smluvními stranami jako kontaktní a oprávněné osoby a pracovníci dodavatele podílející se na plnění předmětu smlouvy, byli poučeni:
  - a) o tom, že smluvní strany si vzájemně předávají jejich osobní údaje v rozsahu: titul, příp. vědecká hodnost, jméno, příjmení, adresa elektronické pošty a telefonní číslo v rámci plnění této smlouvy, a to za účelem realizace závazků z této smlouvy;
  - b) o veškerých právech subjektu údajů, která mohou uplatnit vůči druhé smluvní straně, zejména právo na přístup k osobním údajům, které jsou o nich zpracovávány, právo na jejich opravu nebo výmaz nebo omezení zpracování, vznést námitku proti zpracování, jakož i uplatňovat další práva v mezích GDPR a právo podat stížnost k Úřadu pro ochranu osobních údajů.

### **Článek XIII Poddodavatelé**

1. Dodavatel je oprávněn zajistit předmět plnění této smlouvy anebo jeho dílčích částí prostřednictvím poddodavatelů, jejichž specifikace, včetně specifikace dílčích částí předmětu plnění, které budou těmito poddodavateli poskytovány, je obsažena v příloze č. 3 této smlouvy.
2. Dodavatel se zavazuje zajistit, že poddodavatelé budou jimi prováděné části předmětu plnění provádět v souladu se všemi podmínkami této smlouvy. Tím není dotčena výlučná odpovědnost dodavatele za poskytování řádného plnění podle této smlouvy. Dodavatel tedy odpovídá objednateli za řádné plnění této smlouvy, které svěřil poddodavateli, ve stejném rozsahu, jako by jej poskytoval sám.
3. Dodavatel se zavazuje nezměnit poddodavatele bez předchozího písemného souhlasu objednatele. Dodavatel je oprávněn změnit poddodavatele pouze z vážných objektivních důvodů a s předchozím písemným souhlasem objednatele, objednatel se zavazuje souhlas se změnou poddodavatele bezdůvodně neodpírat.

### **Článek XIV Ukončení smlouvy**

1. Před uplynutím sjednané doby trvání může být tato smlouva ukončena písemnou dohodou smluvních stran nebo odstoupením od smlouvy v níže uvedených případech.
2. Objednatel je oprávněn od této smlouvy odstoupit s účinky do budoucna v případě neschválení finančních prostředků ze státního rozpočtu na plnění poskytované na základě této smlouvy pro příslušný kalendářní rok. Případné neschválení finančních prostředků ze státního rozpočtu je objednatel povinen bezodkladně písemnou formou oznámit dodavateli.
3. Smluvní strany jsou oprávněny od této smlouvy odstoupit s účinky do budoucna v případě jejich podstatného porušení druhou smluvní stranou s tím, že za podstatné porušení smlouvy se pro účely tohoto ujednání pokládá zejména:
  - a) závažné nedodržení očekávané kvality předmětu plnění, kdy výsledkem akceptačního řízení bude u některé části předmětu akceptace „neakceptováno“;
  - b) prodlení s dodáním potvrzení o rezervaci mediálního prostoru, závazného měsíčního plánu, měsíční závěrečné zprávy nebo závěrečného vyhodnocení o více než 5 (slovy: pět) kalendářních dní;
  - c) dodání potvrzení o rezervaci mediálního prostoru, které je v rozporu s mediaplánem;
  - d) porušení kterékoli z povinností dodavatele podle článku VIII odst. 1 písm. c), i) nebo j) této smlouvy nebo podle článku XIII této smlouvy;
  - e) prodlení objednatele s uhrazením ceny předmětu plnění po dobu delší než 60 (slovy: šedesát) kalendářních dnů.
4. Odstoupení od smlouvy musí být písemné, jinak je neplatné, a musí obsahovat vymezení důvodu odstoupení. Odstoupení je účinné ode dne, kdy bylo prokazatelně doručeno druhé smluvní straně, nevylývá-li z textu odstoupení něco jiného.
5. Odstoupení od smlouvy podle předchozích odstavců nebo jiné ukončení smlouvy se nedotýká práva na zaplacení smluvních pokut anebo úroků z prodlení, povinnosti mlčenlivosti a dalších závazků, z jejichž charakteru vyplývá, že mají trvat i po skončení smlouvy.
6. Smluvní strany jsou povinny poskytnout si v případě předčasného ukončení této smlouvy veškerou potřebnou součinnost tak, aby žádné ze smluvních stran nevznikla škoda.

### **Článek XV**



## **Závěrečná ustanovení**

1. Smluvní strany se dohodly, že jejich právní vztahy založené touto smlouvou se řídí právním řádem České republiky, zejména občanským zákoníkem, zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským o změně některých zákonů, v platném znění (dále jen „autorský zákon“), zákonem o veřejných zakázkách, jakož i některými dalšími zvláštními právními předpisy upravujícími závazné podmínky ve vztahu k předmětu plnění této smlouvy.
2. Neplatnost nebo neúčinnost některého ustanovení této smlouvy nezpůsobuje neplatnost celé smlouvy. V případě, že některé ustanovení této smlouvy bude neplatné nebo neúčinné, zavazují se smluvní strany nahradit takové neplatné nebo neúčinné ustanovení platným a účinným ustanovením, které bude co do obsahu a významu neplatnému nebo neúčinnému ustanovení co nejbližší.
3. Veškerá oznámení podle této smlouvy musí být učiněna písemně a zaslána všem kontaktním osobám druhé smluvní strany, a to současně prostřednictvím datové schránky a elektronické pošty, nebo současně prostřednictvím elektronické pošty a doporučenou poštou, případně osobně do podatelny v sídle objednatele, není-li ve smlouvě výslovně uvedeno jinak.
4. Smluvní strany se dohodly, že veškeré sporné záležitosti, které se vyskytnou a budou se týkat závazků vyplývajících z této smlouvy, budou přednostně řešeny dohodou. Případnému soudnímu sporu z této smlouvy bude vždy předcházet snaha smluvních stran o řešení sporu smírem.
5. Jakékoli změny či doplnění této smlouvy, s výjimkou personálních změn v kontaktních a oprávněných osobách, je možné činit výhradně formou písemných, vzestupně číslovaných dodatků podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran. Smluvní strany výslovně sjednávají, že pro případné personální změny v kontaktních a oprávněných osobách není třeba uzavírat dodatek ke smlouvě.
6. Dodavatel je povinen bez zbytečného odkladu písemně oznámit objednateli veškeré skutečnosti, které mohou mít vliv na povahu nebo na podmínky plnění této smlouvy, zejména je povinen oznámit objednateli změny svého majetkoprávního postavení jako je např. přeměna společnosti, vstup do likvidace, úpadek, prohlášení konkursu apod.
7. Jednací jazykem mezi dodavatelem a objednatelům bude pro veškerá plnění vyplývající z této smlouvy výhradně jazyk český, a to včetně veškeré dokumentace vztahující se k předmětu této smlouvy a veřejné zakázce.
8. Dodavatel není oprávněn postoupit ani převést jakákoli práva či povinnosti vyplývající z této smlouvy na třetí osobu bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
9. Dodavatel uděluje bezvýhradný souhlas s uveřejněním plného znění (s výjimkou údajů, které ve své nabídce k veřejné zakázce označil jako neuveřejnitelné) této smlouvy a všech údajů souvisejících s plněním veřejné zakázky v souladu s povinnostmi objednatele podle zákona o veřejných zakázkách, zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (dále jen „zákon o registru smluv“), zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů a dalších právních předpisů.
10. Dodavatel souhlasí s tím, aby subjekty oprávněné podle zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, provedly finanční kontrolu závazkového vztahu vyplývajícího z této smlouvy s tím, že se dodavatel podrobí této kontrole a bude působit jako osoba povinná ve smyslu ust. § 2 písm. e) uvedeného zákona.
11. Smluvní strany se dohodly, že uveřejnění této smlouvy v registru smluv podle zákona o registru smluv zajistí objednatel.
12. Smluvní strany prohlašují, že si tuto smlouvu přečetly a že byla uzavřena po vzájemném projednání všech smluvních podmínek. Veškerá ujednání smluvních stran v jakékoli formě neobsažená v textu

smlouvy jsou zcela nahrazena ujednáními této smlouvy. Autentičnost této smlouvy potvrzují svými podpisy.

13. Tato smlouva je uzavřena a nabývá platnosti dnem jejího podpisu oprávněnými zástupci obou smluvních stran a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv podle zákona o registru smluv.
14. Nedílnou součástí této smlouvy jsou tyto přílohy:
  - příloha č. 1 – Mediaplán
  - příloha č. 2 – Kontaktní a oprávněné osoby
  - příloha č. 3 – Specifikace poddodavatelů
15. Tato smlouva byla vyhotovena ve třech stejnopisech, z nichž dva obdrží objednatel a jedno vyhotovení dodavatel.
16. Smluvní strany prohlašují, že tato smlouva byla uzavřena podle jejich pravé a svobodné vůle, vážně, určitě a srozumitelně, že si ji přečetly a s jejím obsahem souhlasí.

V Praze dne 24. 11. 2020

V Praze dne 9. 11. 2020

.....  
Česká republika – Český statistický úřad  
Ing. Michal Novotný  
ředitel odboru komunikace

.....  
Knowlimits s.r.o.  
Luboš Bechyně  
jednatel

## Příloha č. 1

Smlouvy o poskytnutí mediálního prostoru v rámci komunikační, marketingové a PR kampaně pro SLDB 2021

### Mediaplán

Skupina TV stanic / Název TV balíčku	Media Club Total /TV Bundle Exclusive dle OP*			ČESKÁ TELEVIZE	Nova / Nova Bundle dle OP**	
Nákupní cílová skupina	ALL 15 – 69			ALL 15+	ALL 15-54	
Plánovací skupina	Populace 12+ viz segmentaci v Zadávací dokumentaci			Populace 12+ viz segmentaci v Zadávací dokumentaci	Populace 12+ viz segmentaci v Zadávací dokumentaci	
Daypart split***	PRIME 50% x OFF 50%				SUPER PRIME 10% x PRIME 40% x OFF 50%	
Stopáž spotu	30 sec					
				Zvolená skupina stanic****:	Media Club Total/TV Bundle Exclusive dle OP*	
Komerční TV*****	Nákupní jednotka *****	Maximální jednotková cena (cena za 1 TRP ve skupině D12+) v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET****- agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Počet jednotek	Cena za Komerční TV celkem v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET****- agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Samostatně DPH v Kč	Cena za Komerční TV celkem v Kč včetně DPH
Únor	TRPs D12+	4500	450	2 025 000,00	425 250,00	2 450 250,00
Březen		6800	429	2 917 200,00	612 612,00	3 529 812,00
Duben		7850	364	2 853 574,17	599 250,58	3 452 824,75
Květen		7850	168	1 318 800,00	276 948,00	1 595 748,00
<b>Total Komerční TV</b>			<b>1 411</b>	<b>9 114 574,17</b>	<b>1 914 060,58</b>	<b>11 028 634,75</b>
Česká televize	Nákupní jednotka *****	Maximální jednotková cena (cena za 1 TRP ve skupině D12+) v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET****- agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Počet jednotek	Cena za ČT v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET****- agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Samostatně DPH v Kč	Cena za ČT v Kč včetně DPH
Březen	TRPs D12+	8 800,00	58	510 400,00	107 184,00	617 584,00
<b>Total ČT</b>			<b>58</b>	<b>510 400,00</b>	<b>107 184,00</b>	<b>617 584,00</b>
*TV Exclusive Total (dle OP; Prima 42 %, Prima COOL 11 %, Prima LOVE 6,5 %, Prima ZOOM 6,1 %, Prima MAX 10 %, Prima KRIMI 7,5 %, CNN Prima News 1,5%, skupina Barrandov 3% a ostatní zastupované stanice 12,4 %).						
** Nova Bundle (dle OP; 70% GRPs TV NOVA, TV NOVA CINEMA 12% a ostatní 18%)						
*** Podíl na GRPs						
****Media NET NET - finální cena po všech slevách před agenturní odměnou						
*****Dodavatel vyplní jen jednu komerční TV, dle svého uvážení a výběru (NELZE VYPLNIT SOUČASNĚ PODMÍNKY pro Media Club a TV Nova)						
***** Jeden ratingový bod ve skupině D12+ (TRP - target rating point) na základě oficiálních dat z TV měření ATO - Nielsen-Admosphere.						

Fáze 2 (25.1 - 21.3)**	Detail formátu	Nákupní jednotka	Maximální jednotková cena v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET* – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET* – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Samostatně DPH v Kč	Cena celkem v Kč včetně DPH
YouTube Masthead	<a href="https://support.google.com/displayspecs/answer/9709826?hl=cs">https://support.google.com/displayspecs/answer/9709826?hl=cs</a>	1000 zobrazení (CPT)	80,00	10 600	848 000,00	178 080,00	1 026 080,00
YouTube Trueview for reach	<a href="https://support.google.com/displayvideo/answer/9173684?hl=cs">https://support.google.com/displayvideo/answer/9173684?hl=cs</a>	1000 zobrazení (CPT)	74,00	8 050	595 700,00	125 097,00	720 797,00
YouTube Bumper ad	<a href="https://support.google.com/google-ads/answer/7159363?hl=en">https://support.google.com/google-ads/answer/7159363?hl=en</a>	1000 zobrazení (CPT)	47,00	4 520	212 440,00	44 612,40	257 052,40
Seznam video	<a href="https://napoveda.sklik.cz/reklamy/videoreklama/#videospot">https://napoveda.sklik.cz/reklamy/videoreklama/#videospot</a>	1000 zobrazení (CPT)	170,00	440	74 800,00	15 708,00	90 508,00
Seznam bumper video	<a href="https://napoveda.sklik.cz/reklamy/videoreklama/#videospot">https://napoveda.sklik.cz/reklamy/videoreklama/#videospot</a>	1000 zobrazení (CPT)	170,00	430	73 100,00	15 351,00	88 451,00
Facebook Link Ads/Instagram image ads	<a href="https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-feed/traffic">https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-feed/traffic</a>	1000 zobrazení (CPT)	55,00	775	42 625,00	8 951,25	51 576,25
Google Display Network banner	<a href="https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?hl=en">https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?hl=en</a>	1000 zobrazení (CPT)	17,00	22 600	384 200,00	80 682,00	464 882,00
Seznam Sklik banner	<a href="https://napoveda.sklik.cz/pravidla/bannery/">https://napoveda.sklik.cz/pravidla/bannery/</a>	1000 zobrazení (CPT)	17,00	28 250	480 250,00	100 852,50	581 102,50
Seznam Sklik branding (desktop)	<a href="https://napoveda.sklik.cz/pravidla/branding/">https://napoveda.sklik.cz/pravidla/branding/</a>	1000 zobrazení (CPT)	150,00	1 540	231 000,00	48 510,00	279 510,00
<b>Fáze 3 (26.3 - 10.5)**</b>	<b>Detail formátu</b>	<b>Nákupní jednotka</b>	<b>Maximální jednotková cena v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET* – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)</b>	<b>Počet jednotek</b>	<b>Cena celkem v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET* – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)</b>	<b>Samostatně DPH v Kč</b>	<b>Cena celkem v Kč včetně DPH</b>
YouTube Trueview for Action	<a href="https://support.google.com/google-ads/answer/7671017?hl=cs">https://support.google.com/google-ads/answer/7671017?hl=cs</a>	1000 zobrazení (CPT)	95,00	5 930	563 350,00	118 303,50	681 653,50
Seznam video	<a href="https://napoveda.sklik.cz/reklamy/videoreklama/#videospot">https://napoveda.sklik.cz/reklamy/videoreklama/#videospot</a>	1000 zobrazení (CPT)	170,00	200	34 000,00	7 140,00	41 140,00
LinkedIn single image ad	<a href="https://www.linkedin.com/help/lms/answer/111093/single-image-ads-advertising-specifications?lang=en">https://www.linkedin.com/help/lms/answer/111093/single-image-ads-advertising-specifications?lang=en</a>	1000 zobrazení (CPT)	600,00	50	30 000,00	6 300,00	36 300,00
Facebook/Instagram carousel prospecting	<a href="https://www.facebook.com/business/ads-guide/carousel">https://www.facebook.com/business/ads-guide/carousel</a>	1000 zobrazení (CPT)	50,00	19 310	965 500,00	202 755,00	1 168 255,00
Twitter website cards	<a href="https://business.twitter.com/en/help/campaign-setup/advertiser-card-specifications.html">https://business.twitter.com/en/help/campaign-setup/advertiser-card-specifications.html</a>	1000 zobrazení (CPT)	210,00	1 000	210 000,00	44 100,00	254 100,00
Google Smart display ads prospecting (vyloučení fáze 2)	<a href="https://support.google.com/google-ads/answer/7020281?hl=cs">https://support.google.com/google-ads/answer/7020281?hl=cs</a>	1000 zobrazení (CPT)	22,00	10 000	220 000,00	46 200,00	266 200,00
Google Smart display ads retargeting z fáze 2	<a href="https://support.google.com/google-ads/answer/7020281?hl=cs">https://support.google.com/google-ads/answer/7020281?hl=cs</a>	1000 zobrazení (CPT)	30,00	3 000	90 000,00	18 900,00	108 900,00
Seznam Sklik Kombinovaná reklama prospecting	<a href="https://napoveda.sklik.cz/pravidla/kombinovana-reklama/">https://napoveda.sklik.cz/pravidla/kombinovana-reklama/</a>	1000 zobrazení (CPT)	22,00	10 000	220 000,00	46 200,00	266 200,00
<b>Fáze 4 (11.5 - 16.5)**</b>	<b>Detail formátu</b>	<b>Nákupní jednotka</b>	<b>Maximální jednotková cena v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET* – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)</b>	<b>Počet jednotek</b>	<b>Cena celkem v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET* – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)</b>	<b>Samostatně DPH v Kč</b>	<b>Cena celkem v Kč včetně DPH</b>
Facebook Link Ads/Instagram image ads	<a href="https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-feed/traffic">https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-feed/traffic</a>	1000 zobrazení (CPT)	55,00	1 400	77 000,00	16 170,00	93 170,00
Google Display Network banner - prospecting + retargeting	<a href="https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?hl=en">https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?hl=en</a>	1000 zobrazení (CPT)	19,00	6 000	114 000,00	23 940,00	137 940,00
Seznam Sklik banner	<a href="https://napoveda.sklik.cz/pravidla/bannery/">https://napoveda.sklik.cz/pravidla/bannery/</a>	1000 zobrazení (CPT)	19,00	5 240	99 560,00	20 907,60	120 467,60
<b>Celkem On-line a Social média</b>							
<b>Cena za Fáze 2-4 celkem v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET*** – agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)</b>			<b>5 565 525,00</b>				
<b>Samostatně DPH v Kč</b>			<b>1 168 760,25</b>				
<b>Cena za Fáze 2- 4 celkem v Kč včetně DPH</b>			<b>6 734 285,25</b>				
*Media NET NET - finální cena po všech slevách před agenturní odměnou, přičemž se jedná o CPM/CPT, tedy cenu za tisíc zobrazení							
** Fáze jsou výsledkem interního projektového plánu ČSÚ, přičemž Fáze 1 běží od zahajující tiskové konference ke Sčítání v srpnu 2020							

Český Rozhlas Top Select	Nákupní jednotka	Maximální jednotková cena (cena za produktový balíček) v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET*– agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Počet jednotek	Cena za rozhlas v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET*– agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Samostatně DPH v Kč	Cena za Rozhlas v Kč včetně DPH
Březen 2021 (dva týdny)**	Produktový balíček Top Select	377 000,00	1	377 000,00	79 170,00	456 170,00
<b>Total rozhlas</b>				<b>377 000,00</b>	<b>79 170,00</b>	<b>456 170,00</b>
Týdny, ve kterých kampaň běží	10-11					
Stopáž spotu 30"						
*Media NET NET - finální cena po všech slevách před agenturní odměnou						
** Jedná se o jeden balíček Top Select rozložený do dvou týdnů						

Mediatyp	Cena za média v Kč bez DPH a agenturní odměny (Media NET NET*– agenturní odměna a DPH nejsou zahrnuty)	Samostatně DPH v Kč	Cena za média v Kč včetně DPH	Agenturní odměna v % z částky Media NET NET	Agenturní odměna v Kč bez DPH	Samostatně DPH v Kč z agenturní odměny	Agenturní odměna v Kč včetně DPH
Cena za komerční TV celkem	9 114 574,17	1 914 060,58	11 028 634,75	1,00%	91 145,74	19 140,61	110 286,35
Cena za ČT celkem	510 400,00	107 184,00	617 584,00	1,00%	5 104,00	1 071,84	6 175,84
Cena za on-line a sociální sítě celkem	5 565 525,00	1 168 760,25	6 734 285,25	1,00%	55 655,25	11 687,60	67 342,85
Cena za rozhlas celkem	377 000,00	79 170,00	456 170,00	1,00%	3 770,00	791,70	4 561,70
<b>Celkem</b>	<b>15 567 499,17</b>	<b>3 269 174,83</b>	<b>18 836 674,00</b>		<b>155 674,99</b>	<b>32 691,75</b>	<b>188 366,74</b>
<b>Celková nabídková cena v Kč bez DPH (za nákup médií včetně agenturní odměny)</b>	<b>15 723 174,17</b>						
<b>Samostatně DPH v Kč</b>	<b>3 301 866,57</b>						
<b>Celková nabídková cena v Kč s DPH (za nákup médií včetně agenturní odměny)</b>	<b>19 025 040,74</b>						
*Media NET NET - finální cena po všech slevách před agenturní odměnou							



**Příloha č. 2**

Smlouvy o poskytnutí mediálního prostoru v rámci komunikační, marketingové a PR kampaně pro SLDB 2021

**Kontaktní a oprávněné osoby**

Za účelem řádné realizace této smlouvy jmenují smluvní strany kontaktní a oprávněné osoby:

**ČSÚ:**

	<b>jméno</b>	<b>telefon</b>	<b>e-mail</b>
<b>kontaktní osoba ve věcech administrativních</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
<b>kontaktní osoba ve věcech technických</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
<b>oprávněná osoba ve věcech převzetí plnění</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
<b>oprávněná osoba ve věcech smluvních</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX

**Knowlimits s.r.o.:**

	<b>jméno</b>	<b>telefon</b>	<b>e-mail</b>
<b>kontaktní osoby ve věcech administrativních</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
<b>kontaktní osoby ve věcech technických</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
<b>oprávněné osoby ve věcech akceptace plnění</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX
<b>oprávněné osoby ve věcech smluvních</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXX





**Příloha č. 3**

Smlouvy o poskytnutí mediálního prostoru v rámci komunikační, marketingové a PR kampaně pro SLDB 2021

**Specifikace poddodavatelů**

Dodavatel pro plnění této veřejné zakázky nebude využívat poddodavatele