

Hrazeno z projektu Nákup mediálního prostoru pro kampaň Finanční nástroj IROP;
reg. č. CZ.06.5.125/0.0/0.0/15_009/0013859
Hrazeno ze státního rozpočtu;

Č.j.:69633/2020-26
Číslo v CES: 6020
Číslo úkolu:
3691/5169/598/26 – EU zdroje IROP;
3691/5169/599/26 – SR ČR IROP;
Poskytovatel je plátce DPH

SMLOUVA O ZAJIŠTĚNÍ MEDIÁLNÍHO PROSTORU

Článek I. Smluvní strany

Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj

Se sídlem: Praha 1, Staroměstské náměstí 6, PSČ 110 15
Zastoupená: Ing. Rostislavem Mazalem, ředitelem Odboru řízení operačních programů
IČO: 660 02 222
DIČ: neplátce DPH
Bankovní spojení: ČNB, Praha 1, Na Příkopě 28
č. účtu: 629001/0710

(dále jen „**objednatel**“), na straně jedné

a

REMMARK, a. s.

zaps. v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, v odd. B, vl. 5258
se sídlem: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
IČO: 256 52 869
DIČ: CZ25652869
bank. spojení: XXXXXXXXXX
za níž jedná: Ing. Roman Heřman, člen představenstva

(dále jen „**poskytovatel**“), na straně druhé

Smluvní strany uzavřely níže uvedeného dne, měsíce a roku na základě výsledků zadávacího řízení veřejné zakázky zadávané v rámci dynamického nákupního systému (dále jen „DNS“) na zajištění mediálního prostoru dle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZV“) a v souladu s § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“), ve znění pozdějších změn a předpisů, v návaznosti na, a za podmínek dále uvedených tuto

smlouvu o zajištění mediálního prostoru

(dále jen „smlouva“)

Tato smlouva se uzavírá na základě Nabídky Poskytovatele, jež byla vybrána jako nejvhodnější a byla učiněna na základě písemné výzvy Objednatele k podání nabídek v rámci Dynamického nákupního systému (dále jen „Výzva“).

Článek II.

Předmět smlouvy

1. Účelem smlouvy je realizace mediální kampaně prostřednictvím nákupu mediálního prostoru a plánu realizace kampaně pro objednatele, mj. také v kontextu témat Evropských strukturálních a investičních fondů Evropské unie nebo Integrovaného regionálního operačního programu v rámci zavedeného DNS s názvem „Dynamický nákupní systém na nákup mediálního prostoru pro MMR a pro evropské fondy“ vedeném ve Věstníku veřejných zakázek pod ev. číslem zakázky Z2019-003920 a minitendru s názvem Minitendr 7/2388 **Nákup mediálního prostoru pro kampaň Finanční nástroj IROP, etapa I** (dále „předmětný minitendr“).
2. Předmětem smlouvy je závazek poskytovatele zajistit pro objednatele mediální prostor pro komunikační aktivity a kampaně objednatele a evropských fondů zejména v souladu s přílohou č. XII Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a z něho vyplývajících strategických dokumentů (dále také jako „služby“). Podrobná specifikace předmětu smlouvy je uvedena v příloze č. 1, která je její nedílnou součástí.
3. Předmětem smlouvy je rovněž závazek objednatele zaplatit poskytovateli za řádně a včas poskytnuté služby cenu sjednanou v čl. IV. odst. 1 smlouvy.

Článek III.

Předání podrobného mediaplánu k realizaci předmětu smlouvy, připomínkové řízení k mediaplánu

1. Poskytovatel je při plnění smlouvy povinen postupovat s odbornou péčí, podle svých nejlepších znalostí a schopností, přičemž je při své činnosti povinen chránit zájmy a dobré jméno objednatele a postupovat v souladu s jeho pokyny.
2. Smluvní strany se zavazují komunikovat prostřednictvím kontaktní osob uvedených v čl. X odst. 5 smlouvy (dále jen „kontaktní osoby“).
3. Není-li mediaplán součástí nabídky k předmětnému minitendru, poskytovatel se zavazuje předat kontaktní osobě objednatele první měsíční mediaplán a to nejpozději do 3 pracovních dnů ode dne uveřejnění smlouvy v registru smluv dle článku VIII smlouvy. Mediaplán na další měsíce předloží poskytovatel vždy 5 pracovních dní před začátkem dalšího měsíce, ke kterému se mediaplán vztahuje.
4. Objednatel si vyhrazuje právo vznést k obsahu mediaplánu dle odst. 2 připomínku, a to nejpozději do 5 pracovních dnů od doručení mediaplánu. Práva k připomínkám se objednatel může písemně vzdát e-mailem směřovaném kontaktní osobě.
5. Pokud v tomto časovém úseku poskytovatel neobdrží od objednatele žádnou připomínku, má se za to, že objednatel neuplatnil žádné připomínky. Pokud připomínky objednatel má, stanoví poskytovateli přiměřenou lhůtu k vypořádání připomínek, min. však 24 hodin od doručení e-mailu.
6. Poskytovatel se zavazuje reflektovat veškeré připomínky objednatele. Připomínkové řízení k mediaplánu může probíhat vícekolově, vždy ovšem musí proběhnout tak, aby požadované plnění bylo poskytnuto v termínu uvedeném v následujícím článku.

7. Poskytovatel se zavazuje realizovat plnění dle schváleného mediaplánu v termínu od 5 (pěti) pracovních dní od schválení prvního mediaplánu do 6 měsíců od zahájení kampaně. Předání a převzetí předmětu smlouvy dle článku II. bude probíhat v sídle objednatele, a to písemným protokolem o předání a převzetí dokončeného plnění odpovídajícího v předcházející větě uvedených termínech. Předávací protokol podle tohoto odstavce vypracovává poskytovatel a podepisují jej kontaktní osoby obou smluvních stran.
8. Nestanoví-li objednatel jinak, veškeré doložení plnění poskytnuté na základě smlouvy bude poskytovatelem předáno objednateli na multimedialních nosičích.

Článek IV.

Cena plnění a platební podmínky

1. Smluvní strany se dohodly, že objednatel zaplatí poskytovateli za plnění specifikované v článku II. smlouvy cenu v souladu s cenovým listem dle přílohy č. 2 smlouvy. Smluvní strany se zároveň dohodly, že celková cena uhrazená objednatelem poskytovateli za plnění podle smlouvy nepřekročí částku **1 500 000,-** v Kč bez DPH (slovy **jedemmiliónpětsettisíc**), tj. **1 815 000,-** Kč včetně DPH (slovy **jedemmiliónosmsetpatnácttisíc**), DPH ve výši 21%, tj. **315 000,-** Kč (slovy **třístapatnácttisíc**).
2. Poskytovatel prohlašuje, že výše sjednaná cena předmětu smlouvy zahrnuje veškeré související náklady vzniklé v souvislosti s poskytnutím předmětu smlouvy (např. dopravu, balné, nosiče dat) a že jde o cenu nejvýše přípustnou, nepřekročitelnou a platnou po celou dobu trvání smlouvy. Uvedená cena zahrnuje také licenční odměnu. Úprava ceny uvedené v smlouvě je možná pouze v případě úpravy daňových nebo jiných legislativních předpisů, které mají vliv na cenu, nebo v případě, že se druhá smluvní strana stane za doby trvání smlouvy plátcem DPH.
3. DPH je účtována vždy v aktuální sazbě dle platných právních předpisů. Dojde-li během plnění smlouvy ke změně sazby daně z přidané hodnoty, bude poskytovatel účtovat k ceně plnění daň podle aktuální sazby. K těmto změnám není nutno uzavírat dodatek.
4. Cena za předmět plnění odpovídající konkrétní výzvě k plnění bude zaplacená na základě dílčích faktur vystavených poskytovatelem po řádném dodání předmětu smlouvy a jeho převzetí objednatelem, což bude potvrzeno podpisem předávacího protokolu kontaktní osobou objednatele, jehož kopie bude přílohou faktury. Obsah předávacího protokolu je uveden v Příloze č. 1 Specifikace předmětu smlouvy. Faktura (daňový doklad) vystavená poskytovatelem musí obsahovat náležitosti stanovené právními předpisy a popř. povinnosti vyplývající z režimu spolufinancování projektu z ESIF. Na faktuře musí být uvedena věta „Hrazeno z projektu Technické pomoci Integrovaného regionálního operačního programu CZ.06.5.125/0.0/0.0/15_009/0013859 – Nákup mediálního prostoru pro kampaň Finanční nástroj IROP. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího doručení objednateli. Faktura musí být zaslána na adresu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, odbor řízení operačních programů, Staroměstské nám. 6, Praha 1, 110 15. Na faktuře musí být podpis kontaktní osoby a číslo smlouvy v CES objednatele. Kopie předávacího protokolu bude přílohou faktury (daňového dokladu). V případě, že faktura nebude obsahovat zákonem předepsané a výše uvedené náležitosti, je objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že poskytovatel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není objednatel v prodlení s úhradou faktury. Změna označení projektu uvedeného ve smlouvě je účinná dnem doručení písemného oznámení o změně poskytovateli; změna může být provedena také formou e-mailu.
5. V případě fakturace za prosinec, musí být objednateli faktura doručena nejpozději do 15. 12. daného roku, aby mohla být proplacena v tomtéž kalendářním roce. V případě nedoručení v uvedeném termínu bude faktura proplacena až v roce následujícím.

6. Smluvní strany se dohodly, že dlužná částka je uhrazena okamžikem jejího odepsání z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele.
7. Smluvní strany se dohodly, že objednatel je oprávněn započíst jakoukoli svou peněžitou pohledávku za poskytovatelem oproti jakékoli peněžitě pohledávce poskytovatele za objednatelem.
8. Objednatel nebude poskytovat poskytovateli jakékoliv zálohy na úhradu ceny předmětu smlouvy nebo její části.

Článek V.

Přechod vlastnického práva a licence

1. Vlastnické právo k předmětu smlouvy přechází z poskytovatele na objednatele v okamžiku, kdy byl podepsán předávací protokol kontaktními osobami obou smluvních stran. Tímto okamžikem přechází na objednatele nebezpečí škody na věci.
2. Objednateli vzniká převzetím plnění podle smlouvy (pokud se bude jednat o autorské dílo) časově a místně neomezené výhradní oprávnění plnění užívat ke všem způsobům užití pro sjednaný účel smlouvy (dále též „licence“). Součástí licence je i souhlas se zveřejněním díla.
3. Poskytovatel dává tímto souhlas s úpravou či zpracováním předmětu plnění podle smlouvy, či jeho části, jiným autorem.
4. Součástí licence jsou též následující oprávnění:
 - a) užití předmět plnění v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru, nebo ve spojení s jiným dílem či prvky,
 - b) užití jen část předmětu plnění nebo některé jeho části.
5. Objednatel není povinen licenci využít.
6. Objednatel může oprávnění tvořící součást licence zcela nebo zčásti poskytnout třetí osobě, a to i bezúplatně. Smluvní strany se výslovně dohodly na vyloučení použití ustanovení § 2364 odst. 2, § 2377 a § 2378 občanského zákoníku.
7. Poskytovatel se zavazuje, že neudělí oprávnění užití předmět plnění smlouvy jiným osobám a že bez předchozího písemného souhlasu objednatele sám předmět plnění neužije. Poskytovatel se zavazuje zajistit, že autor/autoři předmětu plnění neudělí oprávnění užití předmět plnění jiným osobám a že sám neužije předmět plnění bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
8. Poskytovatel prohlašuje, že práva, která touto smlouvou poskytuje (včetně práv k doprovodné hudbě, mluvenému slovu apod.), mu náleží bez jakéhokoliv omezení, a odpovídá za škodu, která by objednateli vznikla, pokud by toto prohlášení bylo nepravdivé.

Článek VI.

Práva a povinnosti smluvních stran

1. Kontrola průběhu prací na předmětu smlouvy bude vykonávána dle potřeb objednatele. Poskytovatel se zavazuje předkládat objednateli na jeho žádost písemné informace (včetně multimediálních nosičů) o průběhu a obsahu mediální kampaně, a to nejpozději do tří (3) pracovních dnů od doručení žádosti objednatele, která může být učiněna a doručena i prostřednictvím e-mailu kontaktní osobě.
2. Objednatel je oprávněn nařídit v rámci kontroly průběhu prací na předmětu smlouvy kontrolní den, který se bude konat v místě a době určené objednatelem, a poskytovatel je povinen se kontrolního dne účastnit a předložit veškeré požadované informace a dokumenty. Objednatel

je povinen poskytovateli oznámit termín kontrolního dne nejméně pět (5) pracovních dnů předem, a to prostřednictvím e-mailu na adresu kontaktní osoby poskytovatele.

3. Poskytovatel vyhotoví k realizované mediální kampani Závěrečnou zprávu o realizaci mediální kampaně, která bude dokládat naplnění cílů a obsahu předmětu smlouvy dle smlouvy. Přílohou Zprávy budou kopie realizovaných výstupů (popř. nosiče s kopiemi inzertních výstupů). Pro každý realizovaný inzertní výstup bude uveden zásah v cílové skupině v jednotkách TRP s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. U internetu, bude-li předmětem smlouvy, bude zásah doložen počtem zhlédnutí (videoreklamy, bannerů, reklamy na sociálních sítích atp.) a počtem kliků u reklamních systémů PPC. Případně mohou být uvedeny jiné jednotky, relevantní k danému mediatypu a reklamnímu formátu. Zpráva bude vyhotovena ve dvou (2) výtiscích, které budou podepsány kontaktními osobami smluvních stran, kdy každá ze smluvních stran obdrží po jednom (1) vyhotovení.
4. Poskytovatel není oprávněn postoupit pohledávky vyplývající ze smlouvy bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany.
5. Poskytovatel se zavazuje během realizace předmětu smlouvy i po jeho předání objednateli zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatele v souvislosti s realizací předmětu smlouvy a které nejsou veřejně dostupné (dále jen „důvěrné informace“).
6. Poskytovatel se zavazuje, že důvěrné informace nezveřejní, neposkytne či jinak nezpřístupní ani neumožní zpřístupnit a nesdělí je přímo ani nepřímo třetí osobě, pokud k tomu neexistuje právní důvod, a ani je nepoužije v rozporu s jejich účelem a pro své potřeby.
7. Poskytovatel odpovídá za to, že mlčenlivost budou zachovávat i jeho zaměstnanci, jiné jím pověřené osoby a případní externí spolupracovníci; poskytování důvěrných informací těmto osobám může být provedeno pouze v míře nezbytně potřebné pro realizaci smlouvy a tyto osoby musí být poskytovatelem zavázány k povinnosti ochrany důvěrných informací minimálně ve stejném rozsahu, v jakém je zavázán sám poskytovatel dle smlouvy.
8. Poskytovatel je povinen uchovávat veškeré originální dokumenty související s realizací veřejné zakázky po dobu uvedenou v závazných právních předpisech upravujících oblast zadávání veřejných zakázek, nejméně však po dobu 10 let od finančního ukončení projektu, zároveň však alespoň do 31. 12. 2029. Po tuto dobu je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s realizací veřejné zakázky.
9. Po dobu uvedenou v odst. 8 je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním smlouvy.
10. Poskytovatel je povinen opatřit každý výstup z veřejné zakázky, pokud je určen pro informování široké veřejnosti nebo pro cílové skupiny o podpořené operaci včetně jakéhokoliv potvrzení účasti nebo jiného potvrzení, znakem EU spolu s názvem fondu a programu. Podklady pro splnění pravidel dodá objednatel.
11. Poskytovatel prohlašuje, že ke dni nabytí účinnosti smlouvy je s výše uvedenými povinnostmi seznámen. V případě, že v průběhu plnění smlouvy dojde ke změně těchto pravidel, je objednatel povinen o skutečnosti poskytovatele bezodkladně informovat.
12. Poskytovatel není oprávněn postoupit práva, povinnosti a závazky smlouvy třetí osobě nebo jiným osobám bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
13. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli umožní přístup k aktuálním datům vyplývajícím ze smluv uzavřených se subjekty poskytujícími níže uvedený typ služeb, které poskytovateli poskytnou průběžný, přímý přístup a využívání aktuálních dat v oblastech:
 - a. internetu, četnosti tisku
 - b. monitoringu reklamních investic,a to po celou dobu trvání smlouvy.

14. Poskytovatel ke splnění předmětu smlouvy použije realizační tým složený z minimálně 3 osob, který splňuje požadavky DNS a které uvedl ve své nabídce a je vymezen v příloze č. 2 smlouvy. Poskytovatel má právo realizační tým rozšířit o nového člena týmu, popř. nahradit stávajícího člena týmu o člena týmu splňující veškeré požadavky objednatele, a to s odpovídající kvalifikací dle požadavků DNS.
15. Objednatel si vyhrazuje právo požadovat výměnu členů realizačního týmu, u kterých i v průběhu plnění smlouvy vznikne podezření na střet zájmů, přičemž poskytovatel má povinnost příslušného člena nahradit ekvivalentním expertem splňující veškeré požadavky objednatele na členy týmu, a to nejpozději do 1 měsíce od oznámení poskytovateli, nestanovili objednatel lhůtu delší.
16. Případnou písemnou žádost o souhlas s doplněním/výměnou člena realizačního týmu je poskytovatel povinen objednateli doručit nejpozději do 10 kalendářních dnů před požadovaným termínem této změny.
17. Objednatel je povinen posoudit splnění požadavků nového či náhradního člena týmu.
18. Probíhá-li komunikace smluvních stran e-mailem, považuje se za okamžik doručení obdržení e-mailu na server druhé smluvní strany, nikoliv okamžik přečtení e-mailu.
19. Poskytovatel se zavazuje mít po celou dobu platnosti a účinnosti této smlouvy sjednáno pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou Poskytovatelem jinému (dále jen „Pojistná smlouva“), a to s limitem pojistného plnění ve výši minimálně 2 000 000,- Kč (slovy: dvě miliony korun českých). Poskytovatel je povinen doložit objednateli ke dni podpisu této smlouvy alespoň kopii Pojistné smlouvy. Objednatel je zároveň oprávněn nahlédnout do originálu Pojistné smlouvy, a to kdykoliv po celou dobu trvání účinnosti této smlouvy. Poskytovatel je povinen objednatele bezodkladně informovat o změně Pojistné smlouvy.

Článek VII.

Odpovědnost za vady

1. Poskytovatel se zavazuje, že předmět plnění bude mít vlastnosti stanovené ve specifikaci předmětu smlouvy po dobu plnění smlouvy.
2. Poskytovatel neodpovídá za vady a nedodělky na předmětu smlouvy, které byly po jeho převzetí způsobeny objednatelem, neoprávněným zásahem třetí osoby či neodvratitelnými událostmi.
3. V případě, že předané plnění vykazuje vady, musí tyto vady objednatel písemně u poskytovatele reklamovat, a to na adresu uvedenou v záhlaví smlouvy nebo e-mailem kontaktní osobě. Písemná forma je podmínkou platnosti reklamace. V reklamaci musí objednatel uvést, jak se zjištěné vady projevují.
4. V případě, že se jedná o vadu, kterou lze odstranit opravou, má objednatel právo na bezplatné odstranění vad nebo nedodělků. Poskytovatel se vady plnění zavazuje odstranit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 5 dnů ode dne oznámení vady, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě jinak.
5. Za vadu je dále mj. považován stav, kdy je plnění dle smlouvy zobrazováno na tzv. dezinformačních webech, které jsou uvedeny pod následujícím odkazem: <http://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/webu-list/>. Vyskytne-li se plnění na dezinformačním webu, zavazuje se jej poskytovatel z daného dezinformačního webu odstranit bez zbytečného odkladu po oznámení objednatelem, upravit formát plnění tak, aby se již nadále nezobrazovalo na dezinformačním webu, nejpozději do 7 pracovních dnů od nahlášení závady. Poskytovatel rovněž nebude „zásah“ z dezinformačního webu započítávat do výkonu kampaně TRPů.

6. Jestliže jde o vady, které nelze odstranit a vady či nedodělky jsou takového charakteru, že podstatně ztěžují užívání předmětu smlouvy či dokonce brání v jeho užívání, platí, že objednatel má právo od smlouvy odstoupit.
7. Reklamace vad musí být doručena poskytovateli nejpozději poslední den záruční doby, jinak práva objednatele z odpovědnosti za vady zanikají. Záruční doba v délce 12 měsíců začíná běžet datem podpisu předávacího protokolu. Záruka však neběží po dobu, kdy je oznámení vad doručeno poskytovateli, a to až do odstranění vad.

Článek VIII.

Smluvní pokuty, odstoupení od smlouvy a výpověď

1. V případě prodlení poskytovatele ve lhůtách pro předání řádně vypracovaného mediaplánu nebo předmětu smlouvy podle čl. II. nebo III. smlouvy je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 5 000,- Kč (slovy pět tisíc korun českých) za každý i započatý den prodlení.
2. V případě prodlení poskytovatele s odstraněním vad předmětu smlouvy dle čl. VII. je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 1 000,- Kč (slovy tisíc korun českých) za každý i započatý den prodlení, a to za každou vadu zvlášť.
3. V případě, že na základě kontroly garantovaných minimálních hodnot Target Rating Point (TRP) dle Přílohy č. 1 smlouvy bude objednatelem zjištěno, že některé hodnoty TRP's nebyly naplněny, zavazuje se poskytovatel uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 000,- Kč (slovy deset tisíc korun českých) za každý jeden nedodaný bod TRP.
4. Jestliže poskytovatel poruší povinnost mlčenlivosti podle čl. VI. smlouvy, zavazuje se uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 000,- Kč (slovy deset tisíc korun českých) a každé jednotlivé porušení této povinnosti.
5. Smluvní strany se dohodly, že Poskytovatel je povinen Objednateli uhradit nároky vyplývající z titulu porušení smlouvy na základě smluvních pokut nejvýše do částky 200 000,- Kč (slovy: dvě stě tisíc korun českých).
6. Objednatel je povinen zaplatit poskytovateli za prodlení s úhradou faktury po sjednané lhůtě splatnosti úrok z prodlení ve výši dané zákonným úrokem z prodlení stanoveným nařízením vlády č. 351/2013 Sb., kterým se určuje výše úroků z prodlení, a to z dlužné částky bez DPH za každý i započatý den prodlení.
7. Poskytovatel bere na vědomí, že objednatel není v prvních dvou měsících daného roku v prodlení s úhradou fakturované částky, pokud nedošlo ke schválení státního rozpočtu (včetně rozpočtů projektů, které se podílí na úhradě faktur) a objednatel tak není schopen proplácet daňové doklady – faktury v souladu se stanovenou splatností.
8. Smluvní pokuta a úrok z prodlení jsou splatné do 30 kalendářních dnů ode dne doručení dokladu k jejich úhradě.
9. Zaplacením smluvní pokuty a úroku z prodlení není dotčen nárok smluvních stran na náhradu škody nebo odškodnění v plném rozsahu ani povinnost poskytovatele řádně dodat předmět plnění.
10. Za podstatné porušení smlouvy poskytovatelem, které zakládá právo objednatele na odstoupení od smlouvy, se považuje zejména:
 - a) prodlení poskytovatele s vypracováním a předáním řádně zpracovaného předmětu smlouvy o více než sedm (7) kalendářních dnů;
 - b) neodstranění vad předmětu smlouvy ve lhůtě stanovené podle čl. VII. odst. 4);
 - c) nezpracování připomínek objednatele do předmětu smlouvy v souladu s čl. III smlouvy

11. Objednatel je dále oprávněn od smlouvy odstoupit v případě, že
 - a) vůči majetku poskytovatele probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku, pokud to právní předpisy umožňují;
 - b) insolvenční návrh na poskytovatele byl zamítnut proto, že majetek poskytovatele nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení;
 - c) poskytovatel nezajistil nahrazení člena týmu osobou, která odpovídá požadavkům pro DNS nebo minitendr;
 - d) poskytovatel porušil některou ze smluvních povinností, a to opakovaně;
 - e) poskytovatel vstoupí do likvidace.
12. Poskytovatel je oprávněn od smlouvy odstoupit v případě, že objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících ze smlouvy po dobu delší než šedesát (60) kalendářních dní.
13. Účinky každého odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od smlouvy druhé smluvní straně. Odstoupení od smlouvy se nedotýká zejména nároku na náhradu škody, smluvní pokuty a povinnosti mlčenlivosti.
14. Objednatel je rovněž oprávněn odstoupit od smlouvy pouze v částečném rozsahu.
15. Smluvní strany se dohodly, že objednatel je od této smlouvy oprávněn odstoupit bez jakýchkoliv sankcí, pokud nebude schválena částka ze státního rozpočtu následujícího roku, která je potřebná k úhradě za plnění poskytované podle této smlouvy v konkrétním následujícím roce. Nebude-li schválena částka ze státního rozpočtu konkrétního následujícího roku, která je potřebná k úhradě za plnění poskytované podle této smlouvy v konkrétním roce, vyrozumí o této skutečnosti objednatel poskytovatele do třiceti (30) dnů od vyhlášení zákona o státním rozpočtu ve Sbírce zákonů.
16. Každá ze smluvních stran je oprávněna vypovědět tuto smlouvu, přičemž 3měsíční výpovědní doba počíná běžet prvním dnem kalendářního měsíce následujícím po měsíci, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně. V případě, že během výpovědní doby bude probíhat plnění některé výzvy k plnění, zavazuje se poskytovatel dokončit provádění tohoto plnění bez ohledu na uplynutí výpovědní doby.
17. Tímto článkem není dotčeno ustanovení § 223 ZZVZ.

Článek IX.

Uveřejnění smlouvy a výše skutečně uhrazené ceny

1. Poskytovatel si je vědom zákonné povinnosti objednatele uvedeného v § 219 ZZVZ uveřejnit na vlastním profilu zadavatele tuto smlouvu včetně všech jejích případných změn a dodatků a výši skutečně uhrazené ceny za plnění smlouvy.
2. Profilem objednatele je elektronický nástroj, prostřednictvím kterého objednatel, jako veřejný zadavatel dle zákona uveřejňuje informace a dokumenty ke svým veřejným zakázkám způsobem, který umožňuje neomezený a přímý dálkový přístup, přičemž profilem objednatele v době uzavření smlouvy je <https://nen.nipez.cz>.
3. Smluvní strany se dohodly, že v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), tuto smlouvu v registru smluv uveřejní objednatel.
4. Poskytovatel je seznámen se skutečností, že poskytnutí informací dle čl. IX nepovažuje za porušení obchodního tajemství a s jejich zveřejněním souhlasí.

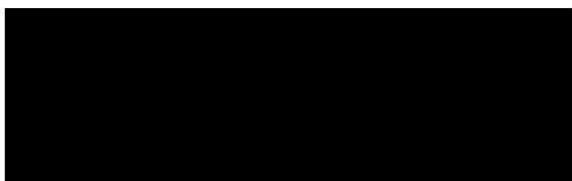
5. Smluvní strany souhlasí s tím, že tato smlouva může být bez jakéhokoliv omezení zveřejněna na oficiálních internetových stránkách Ministerstva pro místní rozvoj (www.mmr.cz).

Článek X. Závěrečná ujednání

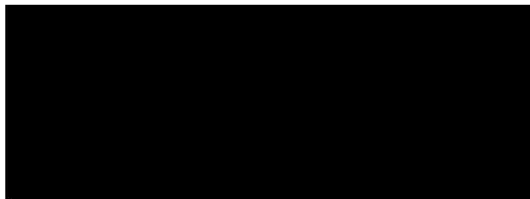
1. Smluvní strany se dohodly, že jejich závazkový vztah se řídí občanským zákoníkem.
2. V případě změny identifikačních údajů uvedených v záhlaví a v přílohách smlouvy je objednatel a poskytovatel povinen bez zbytečného odkladu tuto skutečnost oznámit kontaktní osobě druhé smluvní strany, včetně nových identifikačních údajů.
3. V případě, že některé ustanovení smlouvy bude v budoucnosti posouzeno z důvodu nesrozumitelnosti nebo neurčitosti jako zdánlivé (nicotné), a nepodaří-li se tuto nesrozumitelnost či neurčitost ujednání dodatečně mezi stranami vyjasnit, pak se posoudí vliv takové vady na smlouvu analogicky podle ustanovení § 576 občanského zákoníku.
4. Smluvní strany se dohodly, že vylučují aplikaci ustanovení § 557 občanského zákoníku.
5. Kontaktními osobami pro účely smlouvy jsou:
 - za objednatele: [REDACTED], tel: [REDACTED] e-mail: [REDACTED]
 - za objednatele: [REDACTED], tel: [REDACTED] e-mail: [REDACTED]
 - za poskytovatele: [REDACTED], tel: [REDACTED] e-mail: [REDACTED]
6. Poskytovatel je ve smyslu ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále „ZFK“), osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů nebo z veřejné finanční podpory, tj. dodavatel je povinen dle § 13 ZFK poskytnout požadované informace a dokumentaci kontrolním orgánům (např. Centrum pro regionální rozvoj, Ministerstvo pro místní rozvoj, Řídicí orgán Operačního programu Technická pomoc, Ministerstvu financí, Evropské komisi, Evropskému účetnímu dvoru, Evropskému úřadu pro boj proti podvodům, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu, příslušnému finančnímu úřadu a dalším oprávněným orgánům správy) a vytvořit kontrolním orgánům podmínky k provedení kontroly vztahující se k předmětu smlouvy a poskytnout jim součinnost.
7. Veškeré změny smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků ke smlouvě odsouhlasených oběma smluvními stranami. Ustanovení předchozí věty se neuplatní na změnu kontaktních osob uvedených v odst. 5 tohoto článku a komunikaci s těmito osobami uvedenou ve smlouvě; Změna kontaktních osob je účinná dnem jejího písemného oznámení druhé smluvní straně. Objednavatel má právo na změnu závazku ze smlouvy v souladu s § 222 odst. 4 ZZVZ.
8. Tato smlouva je vyhotovena pouze v 1 elektronickém vyhotovení s pravostí originálu.
9. Smluvní strany prohlašují, že skutečnosti uvedené ve smlouvě nepovažují za obchodní tajemství ve smyslu § 504 občanského zákoníku, a udělují svolení k jejich užití a zveřejnění bez stanovení jakýchkoliv dalších podmínek, pokud se nedohodnou jinak.
10. Tato smlouva obsahuje úplné ujednání o předmětu smlouvy a všech náležitostech, které strany měly a chtěly ujednat, a které považují za důležité pro závaznost smlouvy. Žádný projev stran učiněný při jednání o smlouvě ani projev učiněný po uzavření smlouvy nesmí být vykládán v rozporu s výslovným ustanovením smlouvy a nezakládá žádný závazek žádné ze stran.
11. Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv.

12. Smluvní strany prohlašují, že je jim znám celý obsah smlouvy a že smlouvu uzavřely na základě své svobodné a vážné vůle. Na důkaz této skutečnosti připojují své podpisy.

V Praze dne



Ing. Rostislav Mazal
ředitel Odboru řízení operačních programů
objednatel



Ing. Roman Heřman
člen představenstva
poskytovatel

Příloha č. 1: Specifikace předmětu smlouvy

Příloha č. 2: Seznam členů realizačního týmu, který je součástí nabídky poskytovatele

Příloha č. 3: Cenový list (samostatný dokument)

Příloha č. 1: Specifikace předmětu smlouvy

Předmětem smlouvy je plán, realizace a nákup mediálního prostoru pro kampaň Finanční nástroj IROP, etapa I v délce trvání 6 měsíců.

Kampaň bude realizována on-line (zpravodajské weby – sekce bydlení a reality, odborné weby, sociální sítě) a v odborném tisku. Objednatel níže uvádí seznam vhodných webů a odborného tisku, který slouží pouze jako vodítko pro uchazeče pro zvolení vhodných inzertních nosičů.

Kampaň bude dle možností rozložena rovnoměrně do všech 6 měsíců v uvedeném období.

Poskytovatel se v rámci svého plnění zavazuje, že mediální zásah cílové skupiny u jednotlivých komunikačních kanálů minimálně naplní následující hodnoty Target Rating Point (TRP):

Typ média a specifikace předmětu smlouvy (souhrnně za všechny navržené v mediaplánu)	Nabízená garantovaná hodnota TRP/zobrazení/prokliků/počet inzerátů v tisku
Bannery – zpravodajské weby	12.200.000
Mobilní bannery	8.200.000
Bannery – odborné weby ze seznamu zadavatele	3.050.000
Bannery – retargeting	3.050.000
Pre-roll videoreklama	2.606.000
Rotující formát	2.550.000
PPC	15.000
Inzerce v odborném tisku	8
Advertorial v odborném tisku	8

Z těchto hodnot vychází mediaplán kampaně.

Specifikace předávacího protokolu k faktuře:

- obsahem předávacího protokolu budou informace o zásahu v cílové skupině v jednotkách TRPs (pokud relevantní) doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá za fakturované období ve srovnání s plánovanými hodnotami pro stejné období. U internetu bude zásah doložen počtem zhlédnutí (videoreklamy, bannerů, reklamy na sociálních sítích atp.) a počtem kliků u reklamních systémů PPC za fakturované období ve srovnání s plánovanými hodnotami pro stejné období. Případně mohou být uvedeny jiné jednotky, relevantní k danému mediatypu a reklamnímu formátu.

Cíle kampaně:

- Podpořit čerpání bezúročných úvěrů na energetickou modernizaci a energetické úspory v bytových domech mimo hl. m. Prahu
- Sekundárním cílem čerpajícím ze synergického efektu webové stránky www.jdetozateplit.cz je podpořit předkládání žádosti o dotaci z výzvy IROP č. 78 Energetické úspory v bytových domech III

Cílová skupina kampaně:

- bytová družstva, sdružení vlastníků jednotek (SVJ) nebo vlastníci bytových domů **mimo hl. m. Prahu**

Bytových družstev je v ČR 8 400 a spravují 431 000 bytů.

SVJ je necelých 65 000 a spravují 1,6 mil. bytů.

Uvedené informace nezahrnují hl. m. Prahu.

Koncept kampaně:

Permanentní komunikace směřovaná na cílovou skupinu, se záměrem je přesvědčit k tomu, aby se začali zajímat o podmínky nabízených forem financování a v konečném důsledku si zažádali o úvěr, dotaci či kombinaci. Komunikace by měla probíhat v těchto médiích:

- Tisk (B2B tituly) - relevantní pro cílovou skupinu (seznam vytvořen zadavatelem),
- Internet - velkoformátové bannerové formáty na informačních portálech, relevantních pro cílovou skupinu (seznam vytvořen zadavatelem),
- Retargetting v bannerových formátech a pre-roll videoformátech - na uživatele, kteří se dostali na stránku www.jdetozateplit.cz, v RTB systémech (DSP) jako například Adform. V případě příliš nízkého počtu takto získaných uživatelů doplnit publikum pomocí lookalike modelování a dalších vstupních parametrů ze systémů jako například CPEX (DMP),
- PPC systémy pro získání uživatelů, kteří budou vyhledávat více informací ve vyhledávacích Google nebo Seznam.
- Odborná tištěná periodika určená pro cílovou skupinu

Předpoklady: Vzhledem k relativně úzké cílové skupině a vyšší frekvenci zásahu (cca 10+) bude vytvořeno větší množství digitálních kreativ, které budou na uživatele postupně použity tak, aby je komunikace příliš neobtěžovala a zároveň, aby postupně dostali přehled o všech výhodách těchto způsobů financování.

Struktura kampaně:**On-line**

- Podíl na celkovém rozpočtu je stanoven na 80 %

A. Bannery – zpravodajské weby

- především ve formátu 300x600 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz
- zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR):
- maximální podíl investice 30% na jeden web,
- maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 3
- podíl reklamního formátu: 35 %
- min. 12 mil. impresí

B. Mobilní bannery

- především ve formátech 300x250, 480x480 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz.
- zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR):
- maximální podíl investice 30% na jeden web,
- maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 3
- podíl reklamního formátu: 25 %
- min. 8 mil. impresí

C. Bannery – odborné weby ze seznamu zadavatele

- především ve formátu 250x250, 300x250, 300x300, 300x600, 320x100, 336x280, 480x300, 480x480, 970x210, 970x250, 970x310 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz
- Odborné weby ze seznamu zadavatele:
- maximální podíl investice 30% na jeden web
- podíl reklamního formátu: 8 %
- min. 3 mil. impresí

D. Bannery – retargeting

- především ve formátech 300x250, 300x600, 480x480 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz.
- zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR):
- cílení retargeting návštěvníků webu www.jdetozateplit.cz,
- v případě nižší návštěvnosti doplnit pomocí lookalike modelování,
- maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 1
- podíl reklamního formátu: 10 %
- min. 3 mil. impresí

E. Pre-roll videoreklama

- prokliky na www.jdetozateplit.cz
- zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR), YouTube:
- cílení retargeting návštěvníků webu www.jdetozateplit.cz,
- v případě nižší návštěvnosti doplnit pomocí lookalike modelování,
- maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 1
- podíl reklamního formátu: 10 %
- min. 2,5 mil. impresí

F. Rotující formát

- prokliky na www.jdetozateplit.cz
- Sociální sítě - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV):
- cílení retargeting návštěvníků webu www.jdetozateplit.cz,
- v případě nižší návštěvnosti doplnit pomocí lookalike modelování,
- maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 1

- podíl reklamního formátu: 10 %
- min. 2,5 mil. impresí

G. PPC

- prokliky na www.jdetozateplit.cz
- maximální podíl investice 60% do jednoho reklamního systému
- podíl reklamního formátu: 2 %
- min. 5 000 prokliků

Tisk

Podíl na celkovém rozpočtu je stanoven na 20 %

H. Inzerce v odborném tisku, seznam titulů specifikován zadavatelem:

- inzerce celostrana ve formátu 1/1, CMYK
- maximálně 1 inzerát na vydání
- minimálně 5 inzerátů

I. Advertorial v odborném tisku, seznam titulů specifikován zadavatelem:

- inzerce celostrana ve formátu 1/1, CMYK
- maximálně 1 inzerát na vydání
- minimálně 5 inzerátů

Doporučené weby a tištěná periodika:

Jedná se o doporučující a neúplný výčet sloužící jako vodítko. Uvedené zdroje využívá cílová skupina.

Weby

www.scmbd.cz

www.portalsvj.cz

www.portalobydleni.cz

www.osmd.cz

www.son.cz

www.csrb.cz

<http://www.bytovadruzstva.cz>

<http://www.bytova-druzstva.cz>

<http://cmssvj.cz/>

www.tzb-info.cz

<https://www.radceprosvj.cz/>

www.bydletvpanelu.cz

www.jakbydlet.cz

www.bydleni.cz

www.modernipanelak.cz

www.dumabyt.cz

www.okolobytu.cz

<http://www.akademiebd.cz/>

www.dumplynyspor.cz/bd/newsletter/

<https://www.idnes.cz/bydleni>

<https://www.novinky.cz/bydleni>

Tištěná periodika

<http://www.casopisstavebnictvi.cz/>

<https://www.cka.cz/cs/cka/cinnost-komory/bulletin-CKA>

<http://www.smocr.cz/cz/tiskovy-servis/ins-informacni-servis/default.aspx>

<https://ceskydomov.cz/tituly>

<http://www.panelplus.cz/cz/inzerce>

<https://send.cz/casopis/353/bydleni-mezi-panely>

<https://send.cz/casopisy-tema/5/casopisy-bytove-kultury-a-stavebni>

[Praktický rádce pro SVJ - https://www.radceprosvj.cz/](https://www.radceprosvj.cz/)

Co je Finanční nástroj IROP:

Finanční nástroj IROP (FN IROP) je typ finančního produktu, který je financován **z prostředků Evropské unie**, konkrétně Integrovaného regionálního operačního programu.

Jedná se o podporu na energeticky úsporná opatření poskytována formou **bezúročných úvěrů**. Úvěr je poskytován bezúročně na dobu nejvýše 20 let a je splácen pravidelným konstantními splátkami. Úvěr lze kdykoli bezplatně splatit předčasně.

Konkrétně lze úvěr čerpat např. na zateplení pláště domu a vnitřních konstrukcí, pořízení a instalaci stínění v exteriéru, rekuperaci, výměnu hlavního zdroje tepla, pořízení a instalaci solárních termických kolektorů, solárních soustav nebo akumulčních nádrží, výměnu oken a dveří, výměnu výtahu.

Úvěr mohou získat vlastníci nebo spoluvlastníci bytových domů nacházejících se **mimo území Hlavního města Prahy bez ohledu na právní subjektivitu**, tedy fyzické osoby i právnické osoby včetně společenství vlastníků jednotek a bytových družstev.

Úvěry rozděljuje a poskytuje Státní fond rozvoje bydlení (SFRB <http://www.sfrb.cz/programy-a-podpory/program-zateplovani/>), pod názvem **Program Zateplování** se zdůrazněním bezúročného úvěru. Tj. označení FN IROP je oficiální název, vůči veřejnosti komunikujeme srozumitelnější název Program Zateplování/Bezúročný úvěr.

Minimální výše úvěru může činit 500 000 Kč a maximální výše pak 90 000 000 Kč. Úvěr je poskytován ve dvou režimech veřejné podpory, přičemž v režimu de minimis lze úvěrem pokrýt nejvýše 90 % způsobilých nákladů a v případě režimu blokované výjimky lze úvěr poskytnout do takové výše, aby vlastní zdroje příjemce úvěru použité na krytí nákladů energetické modernizace domu činily alespoň 30 % poskytnutého úvěru. **Úvěr lze kombinovat s dotací z jiných programů, zejména s dotací z IROP, avšak celková podpora (součet úvěru a dotace) může být poskytnuta dle procent uvedených v předchozí větě.**

V celé České republice je dle údajů Českého statistického úřadu mimo Prahu 179 tis. bytových domů se 1,9 mil. bytů. Z toho je zrekonstruováno zhruba 40 % bytových domů. Dle analýz prováděných v letech 2009 – 2013 lze považovat 60 % bytového fondu v České republice za zanedbaný. Pro dokončení kompletní renovace všech bytových domů by bylo třeba do roku 2050 vynaložit každoročně investice ve výši 50 mld. Kč.

Aktuální situace:

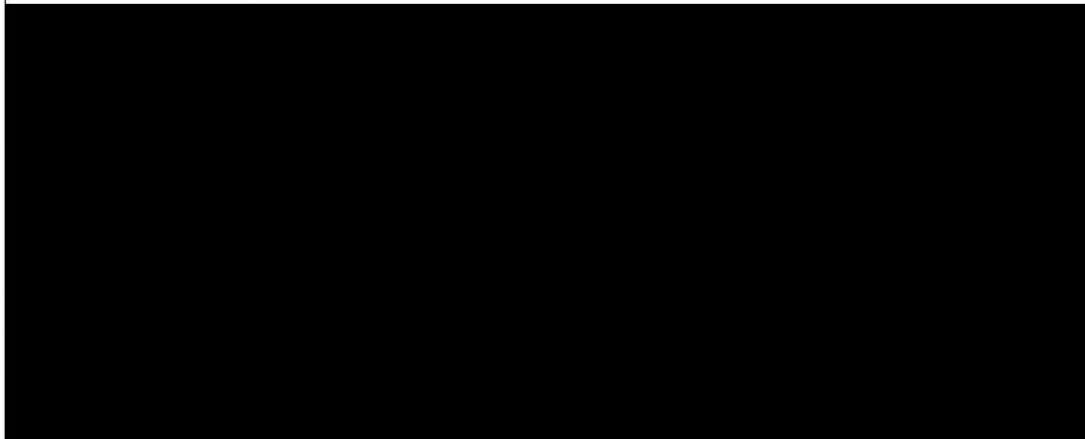
Program Zateplování byl vyhlášen v únoru 2020, přičemž do konce dubna bylo podáno 19 žádostí o půjčku, které zatím nebyly schváleny z důvodů interních administrativních úkonů. Veškeré informace potřebné k předložení žádosti o úvěr jsou uvedeny na webu SFRB, viz odkaz výše.

Jako landing page pro Kampaň FN IROP bude použita microsite www.jdetozateplit.cz která byla vytvořena pro kampaň Zateplování bytových domů z IROP v roce 2019. Jedná se o jednoduchou a přehlednou microsite, která obsahuje základní informace o Programu Zateplování, jejímž cílem je zaujmout uživatele a poskytnout základní informace nenásilnou formou, nezahlit technikáliemi. V případě zájmu, je pak uživatel přesměrován na stránku SFRB již s technicistním obsahem.

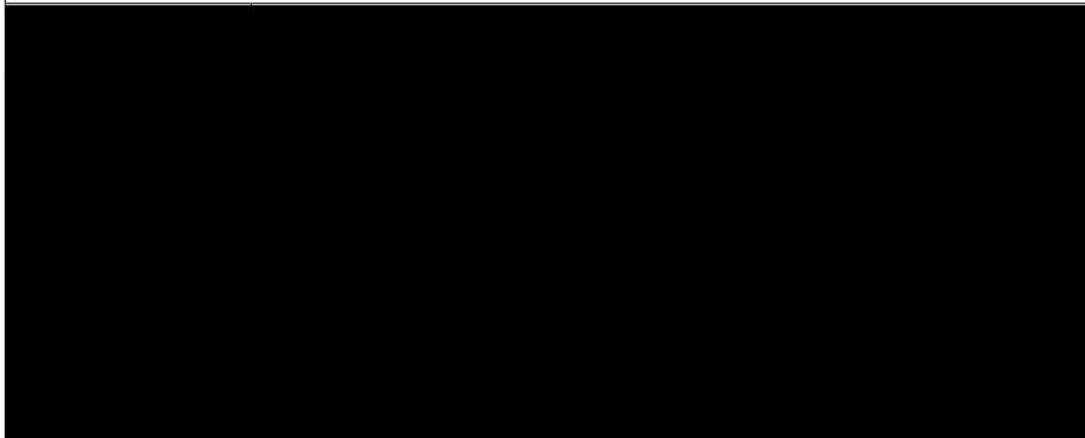
Kromě informací o Bezúročném úvěru obsahuje microsite informace o výzvě č. 78 Energetické úspory v bytových domech III určené na dotace pro zateplování bytových domů z Integrovaného regionálního operačního programu (IROP). **Vzhledem k tomu, že lze zkombinovat bezúročnou půjčku a dotaci, očekáváme jako synergický efekt této kampaně také určitý nárůst žádostí o dotaci.**

Seznam členů realizačního týmu

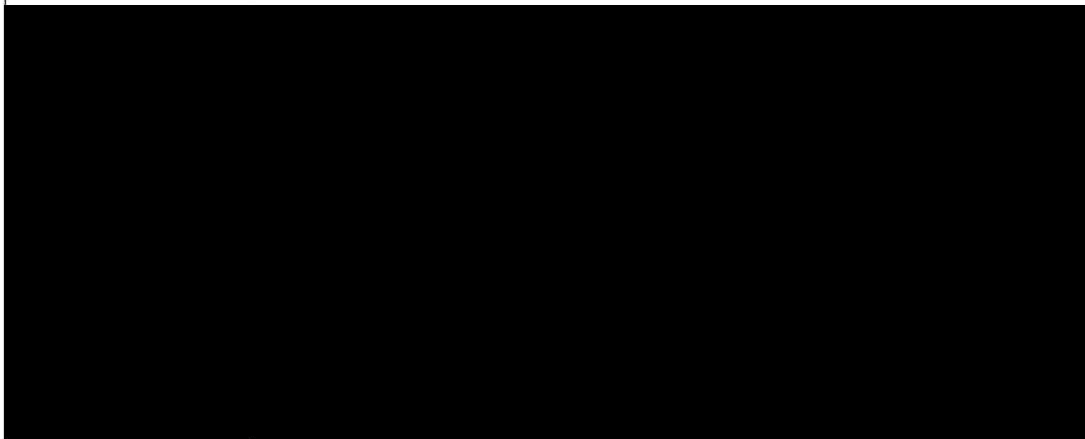
Člen č. 1



Člen č. 2



Člen č. 3



Váha mediotypu (I)	Mediotyp	Popis	Podíl reklamního formátu (m)	Reklamní formát	Podmínka	Kritérium	Hodnota 1 (množství)	Hodnota 2 (Průměrné ceny v Kč bez DPH za jednotku)	Celková hodnota v Kč bez DPH	Hodnota DPH v %	Hodnota DPH v Kč	Celková hodnota v Kč včetně DPH
80%	Internet Podmínka platná pro všechny reklamní formáty mediotypu Internet: z webových stránek, na kterých se mají zobrazovat, musí být vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny pod odkazem http://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/weby_list/ .	Zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR): - maximální podíl investice 30% na jeden web, - maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 3.	35%	Bannery především ve formátu 300x600 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz .	Minimální požadované množství 12 mil impresí	Průměrná CPT	12 200 000	6,00	73 200	21%	15 372	88 572
		Zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR): - maximální podíl investice 30% na jeden web, - maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 3.	25%	Mobilní bannery především ve formátech 300x250, 480x480 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz .	Minimální požadované množství 8 mil impresí	Průměrná CPT	8 200 000	8,00	65 600	21%	13 776	79 376
		Odborné weby ze seznamu zadavatele: - maximální podíl investice 30% na jeden web.	8%	Bannery především ve formátu 250x250, 300x250, 300x300, 300x600, 320x100, 336x280, 480x300, 480x480, 970x210, 970x250, 970x310 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz .	Minimální požadované množství 3 mil impresí	Průměrná CPT	3 050 000	160,00	488 000	21%	102 480	590 480
		Zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR): - cílení retargeting návštěvníků webu www.jdetozateplit.cz , - v případě nižší návštěvnosti doplnit pomocí lookalike modelování, - maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 1.	10%	Bannery především ve formátech 300x250, 300x600, 480x480 a jiné; prokliky na www.jdetozateplit.cz .	Minimální požadované množství 3 mil impresí	Průměrná CPT	3 050 000	6,00	18 300	21%	3 843	22 143
		Zpravodajské weby, sekce Bydlení a reality - obsah (definice SPIR), YouTube: - cílení retargeting návštěvníků webu www.jdetozateplit.cz , - v případě nižší návštěvnosti doplnit pomocí lookalike modelování, - maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 1.	10%	Pre-roll videoreklama, prokliky na www.jdetozateplit.cz	Minimální požadované množství 2,5 mil impresí	Průměrná CPT	2 606 000	25,00	65 150	21%	13 682	78 832
		Sociální síť - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV): - cílení retargeting návštěvníků webu www.jdetozateplit.cz , - v případě nižší návštěvnosti doplnit pomocí lookalike modelování, - maximální týdenní počet zobrazení na jednoho uživatele 1.	10%	Rotující formát, prokliky na www.jdetozateplit.cz	Minimální požadované množství 2,5 mil impresí	Průměrná CPT	2 550 000	45,00	114 750	21%	24 098	138 848
		PPC systémy: - maximální podíl investice 60% do jednoho reklamního systému.	2%	PPC, prokliky na www.jdetozateplit.cz	Minimální požadované množství 5.000 prokliků	Průměrná CPC	15 000	25,00	375 000	21%	78 750	453 750
20%	Tisk	Inzerce v odborném tisku: - seznam titulů specifikován zadavatelem (jedná se o doporučující a neúplný výčet titulů, je možné využít také další obdobné tituly), - maximálně 1 inzerát na vydání.	50%	Inzerce celostrana ve formátu 1/1, CMYK	Minimálně 5 inzerátů	Průměrná cena inzerce	8	18 750,00	150 000	21%	31 500	181 500
		50%	Advertorial ve formátu 1/1, CMYK	Minimálně 5 advertorialů	Průměrná cena advertorialu	8	18 750,00	150 000	21%	31 500	181 500	
CELKEM ZA VŠECHNY REKLAMNÍ FORMÁTY									1 500 000		315 000	1 815 000

Zpravodajský web sekce Bydlení a reality 300x600	Počet zobrazení	CPT	Podíl
blesk.cz	3 050 000	6,00	25%
idnes.cz	3 050 000	6,00	25%
lidovky.cz	3 050 000	6,00	25%
reflex.cz	3 050 000	6,00	25%

Zpravodajský web sekce Bydlení a reality, mobilní formáty	Počet zobrazení	CPT	Podíl
blesk.cz	2 050 000	8,00	25%
idnes.cz	2 050 000	8,00	25%
lidovky.cz	2 050 000	8,00	25%
reflex.cz	2 050 000	8,00	25%

Odborné weby ze seznamu zadavatele	Počet zobrazení	CPT	Podíl
tzb-info.cz	610 000	160,00	20%
dumabyt.cz	610 000	160,00	20%
Dumazahrada.cz	610 000	160,00	20%
Chytre-bydleni.cz	610 000	160,00	20%
bydleni.cz	610 000	160,00	20%

PPC systémy	Prokliky	CPC	Podíl
Google Ads	9 000	25,00	60%
Sklik	6 000	25,00	40%