číslo smlouvy objednatele: 2016/S/410/255

číslo smlouvy dodavatele:

Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism

a

Blue Bird, s.r.o.

Smlouva o dílo

1. Smlouva o dílo

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

1. Smluvní strany
   1. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

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

(dále jen „Objednatel“)

a

|  |  |
| --- | --- |
| Firma: | Blue Bird, s.r.o. |
| se sídlem: | Hornokrčská 706/9, 140 00 Praha 4 - Krč |
| IČ: | 24196142 |
| DIČ: | CZ 24196142 |
| Dodavatel je plátce DPH | ANO |
| Bankovní spojení: č. účtu | 107-1367820237/0100 |
| **Zastoupená:** | Václavem Váchou, jednatelem |

(dále jen „Dodavatel“)

1. Preambule

Podkladem pro uzavření této smlouvy je nabídka Dodavatele (dále jen „nabídka“) podaná ve veřejné zakázce malého rozsahu, nazvané: Realizace kampaně České hory formou nákupu mediálního prostoru **(dále již jen „dílo“)**.

1. Výkladová ustanovení

Při výkladu obsahu této Smlouvy budou níže uvedené pojmy vykládány takto:

* 1. Dílo – realizace kampaně České hory formou nákupu mediálního prostoru.
  2. Nabídka – nabídka Dodavatele podaná v rámci řízení k zadání veřejné zakázky malého rozsahu na zajištění prezentace České republiky za účelem podpory návštěvnosti.

1. Základní ustanovení
   1. Dodavatel se touto Smlouvou zavazuje zajistit pro Objednatele služby spojené realizací kampaně České hory formou nákupu mediálního prostoru.
   2. Objednatel se touto Smlouvou zavazuje řádně provedené služby Dodavateli zaplatit, a to ve výši a za podmínek stanovených touto Smlouvou.
2. Předmět Smlouvy

3.1. Předmětem této smlouvy je zajištění realizace kampaně České hory formou nákupu mediálního prostoru (dále také „dílo“).

Článek 4 Specifikace Díla

* 1. Dodavatel se zavazuje zajistit tyto služby:

V rámci plnění dle této smlouvy zajistí dodavatel nákup mediálního prostoru v souladu s předloženým mediaplánem, který se stane nedílnou součástí této smlouvy jako její příloha č. 1. Dále zajistí správu kampaně na trhu Česká republika a zajistí průběžnou kontrolu průběhu kampaně a finální vyhodnocení výkonu a efektivity kampaně. Úkolem dodavatele je zajistit realizaci marketingových aktivit na zdrojovém trhu Česká republika.

**Cíle kampaně**

Hlavním komunikačním cílem kampaně je profilovat image horských a podhorských oblastí Česka jako výjimečných destinací, kde mohou tuzemští turisté prožít svůj jedinečný příběh, který stojí za to sdílet s ostatními. České hory budou v rámci kampaně představeny jako místo, kde lze trávit volný čas bez ohledu na sněhovou pokrývku a na ní navázané lyžařské aktivity. Marketingovým cílem kampaně je zvýšit počet a výdaje tuzemských turistů v jednotlivých turistických regionech Česka, které budou komunikovány v kampani.

**Cílová skupina (CS)**

Dodavatel prostřednictvím kampaně zajistí zasažení cílové skupiny s následující charakteristikou:

Primární cílová skupina (B2C - Business to consumer):

* Aktivní (25-54 let, VŠ/VOŠ vzdělání, bezdětní/plné hnízdo, vyšší příjmy)
* Sportovci (18-29 let, bezdětní/plné hnízdo/singles, vyšší příjmy)

Popis chování cílové skupiny:

* Důležité jsou především **preference, zájmy a lifestyle CS**. CS vyhledává spíše autenticitu zážitku a prožitku, svým způsobem i exkluzivitu (jedinečná atmosféra, genius loci, nové znalosti, hrdost na svůj domov) a snaží se vybírat si nevšední a autentické destinace, které nabízí možnost tyto nevšední zážitky prožít.
* Podnikají **kratší několikadenní dovolené**, a to i **vícekrát do roka**. Cestují převážně automobilem a výrazně častěji než jiné segmenty.
* Při cestování využívají **internet a mobilní aplikace**, přičemž mladší turista používá moderní technologie běžněa nemá problém s aplikací do normálního života – starší generace tyto technologie **objevuje a nebrání se** jejich využití.
* Jsou to většinou **movitější turisté**, pro něž není cestování jen o počtu navštívených míst.
* Zapojují se do **sociálních aktivit** a jsou častými uživateli komunitních portálů.

**Kreativa kampaně**

Objednatel se zavazuje předat dodavateli bezprostředně po podpisu smlouvy veškeré reklamní formáty, které budou využity v kampani. Kreativa kampaně rozvíjí koncept horských a podhorských oblastí Česka, v kombinaci se zážitky v lázeňských místech, jako výjimečných destinací, kde mohou turisté prožít svůj jedinečný příběh, který stojí za to sdílet s ostatními.

**Mediální nákup a správa kampaní**

Součástí plnění dle této smlouvy je rovněž kontinuální monitoring, správa a optimalizace kampaní. Povinnosti plnění dodavatele v jednotlivých částech kampaně jsou přitom následující:

*Internet*

Dodavatel zrealizuje internetovou kampaň, která bude probíhat kontinuálně po celé realizační období integrované kampaně, bude probíhat v českém jazyce a na území ČR.

*Display reklama*

Objednatel požaduje, aby v systémech, které toto umožňují, dodavatel spravoval kampaně prostřednictvím účtu, do nějž bude mít objednatel přístup (viz níže reklama). Povinností dodavatele bude rovněž monitorování výkonu display reklamy. Navzdory platebnímu modelu CPT bude dodavatel rovněž sledovat CTR reklamy na jednotlivých serverech. V případě viditelné podprůměrné efektivity bannerů (za mezní budou považovány bounce rate vyšší než 60 %) navrhne dodavatelřešení – např. změnu textové či obrazové kreativy bannerů, cílové URL. Po schválení tohoto nového řešení objednatelem zajistí dodavatel jeho implementaci. Objednatel tímto na uchazeče nepřesouvá zodpovědnost za kreativní obsah (ten byl vytvořen externě a schválen zadavatelem), nicméně požaduje maximální a aktivní součinnost při zajištění efektivity kampaně.

*Reklama ve vyhledávačích a jejich sítích*

Objednatel požaduje, aby uchazeč spravoval kampaně prostřednictvím 1 účtu, do nějž bude mít objednatel přístup. V globálním reklamním systému má objednatel vytvořen svůj vlastní klientský účet (centrum), nové účty si proto dodavatel propojí se svým vlastním klientským centrem. To umožní objednateli sledovat všechny jím realizované kampaně na jednom místě.

*Reklama na sociálních sítích*

Inzeráty zobrazované na sociálních sítích budou zacíleny podle následujících kritérií: lokalita (bydliště), věk, zájmy. Reklamy jsou tvořeny s ohledem na to, že budou inzerovat obsah, který se nachází mimo prostředí sociální sítě. Tento typ reklamy je uchazeč povinen monitorovat.

Kampaň bude spravována prostřednictvím účtu (/ů), který bude propojen se správou profilu (business manager) objednatele.

*Reklama na serverech určených pro přehrávání videoobsahu*

Rovněž u tohoto typu reklamy je dodavatel povinen monitorovat její průběh. V případě výrazně podprůměrných výsledků na jednotlivých serverech (nízké CTR, vysoká míra přeskočení videa apod.) je dodavatel povinen objednateli navrhnout řešení, které povede k zlepšení výkonu kampaně (např. změna textového popisu, nasazení videa apod.).

*Měření internetové kampaně*

Pro část kampaně, která je nakupovaná na zobrazení, je nutné použít pro měření jeden centrální systém (AdForm nebo Gemius).

Nedílnou součástí vyhodnocení kampaně bude písemné potvrzení od navrhovaných dodavatelů o realizaci kampaně a objednaných hodnot.

Počet daných jednotek v plánu, není možné je bez souhlasu objednatele měnit. V případě, že se díky optimalizaci podaří splnit stanovený objem při nižším než původně alokovaném rozpočtu v nabídce, bude tato nevyčerpaná částka určena do posílení kampaní v daném nebo adekvátně fungujícím mediatypu, a to vždy po předchozí dohodě a písemném schválení zadavatele.

Počet jednotek a způsob auditu doručení daného objemu:

• Display nákup na zobrazení - počet impresí (auditováno systémem Adform)

• Google (mobilní zařízení – podpora webové prezentace CzT) - počet kliků na bannerové pozice (auditováno daty v rozhraní AdWords)

• Google (mobilní zařízení – podpora stažení aplikace CzT) – počet stažení mobilní aplikace (auditováno daty v rozhraní AdWords)

• Youtube – počet přehrání videa, celých 20/25 sekund (auditováno daty v rozhraní AdWords)

*Správa sociální sítě Facebook*

Součástí mediaplánu je i správa profilu Česko – země příběhů na sociální síti Facebook (<https://www.facebook.com/czechrepublic.cz>). Cílem je zachování stylu značky Česko – země příběhů a kontinuity příspěvkůna sociálních sítích. Využít plně výhod komunikace v rámci profilu CzechTourism a zaujmout kvalitním, zábavným a užitečným obsahem, ve kterém budou promítnuty komunikační cíle společnosti CzechTourism.

Najít optimální frekvenci(3-5 postů za týden) pro naši cílovou skupinu.

Sledovat efektivitu jednotlivých typů obsahu a optimalizovat publikační plány podle jejich výsledků + čísla nebudou jediným hodnocením, důležitý je i přínos stránky fanouškům.

Předpokladem pro správu facebookového profilu je zajištění podkladů (videa, fotografie, text) ze strany dodavatele.

Dodavatel se zavazuje, že dodrží minimální parametry kampaně, které jsou specifikovány v Příloze č. 3.

**Průběžné zprávy, závěrečné zprávy**

Dodavatel je povinen předkládat zadavateli:

a) Pravidelné průběžné týdenní zprávy monitoringu a vyhodnocování průběhu plnění zakázky. Dodavatel bude předkládat týdenní zprávy v českém jazyce, vždy do 4 pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období;

b) Závěrečnou zprávu, která bude předána nejpozději 10 pracovních dnů od ukončení plnění zakázky.

Všechny uvedené zprávy budou předány v elektronické podobě (doc, pdf, ppt), závěrečná zpráva shrnující průběh a vyhodnocení celé kampaně bude rovněž předána v tištěné podobě a na CD/DVD. Průběžné zprávy i závěrečnou zprávu dodá dodavatel objednateli v elektronické verzi, předání bude potvrzeno předávacím protokolem. Zprávy budou obsahovat reporty např. na bázi excel tabulek, které budou sledovat naplňování kvantitativních a kvalitativních cílů.

Objednatel má právo si také vyžádat vypracování mimořádné zprávy, pokud to bude situace vyžadovat. Zprávy budou předkládány v českém jazyce.

* 1. Dodavatel je povinen použít při realizaci Díla návrhy dodané Objednatelem.
  2. Veškeré odchylky od předmětu této Smlouvy uvedeného v čl. 3. a specifikovaného v čl. 4 této Smlouvy mohou být prováděny Dodavatelem pouze tehdy, budou-li písemně odsouhlaseny Objednatelem. Jestliže Dodavatel provede práce a jiná plnění nad tento rámec, nemá nárok na jejich zaplacení.
  3. Veškeré změny předmětu plnění musí být Objednatelem písemně uplatněny. Dodavatel se zavazuje tyto změny požadované Objednatelem akceptovat a neprodleně zahájit s Objednatelem jednání o uzavření dodatku ke smlouvě.
  4. Dodavatel není oprávněn pověřit k provedení Díla nebo jeho části třetí osobu bez výslovného písemného souhlasu Objednatele.

Článek 5 Doba plnění

* 1. Dodavatel započne s plněním zakázky bez zbytečného odkladu po uzavření smlouvy na plnění zakázky. Objednatel požaduje splnění zakázky do 31. 12. 2016.

Harmonogram činností je dán mediaplánem (příloha č. 1 této smlouvy). V případě nutnosti odchýlení se od stanoveného harmonogramu (např. při vyprodání inzerce v daném termínu) navrhne dodavatel nejbližší možný termín, v němž je možné plnění realizovat.

Změna harmonogramu podléhá schválení objednatele.

Článek 6 Místo plnění

* 1. Místem realizace předmětu plnění je Česká republika.

Článek 7 Cena Díla

* 1. Cena Díla je stanovena jako cena nejvýše přípustná, kterou není možné, s výjimkou případu uvedeného v odst. 7. 4. této Smlouvy, překročit, přičemž činí: 1 829 915,- bez DPH, 2 214 197,- včetně DPH (dále jen „Cena“).
  2. Cena Díla odpovídá celkové výši nabídkové ceny uvedené Dodavatelem v Nabídce.
  3. DPH se pro účely této Smlouvy rozumí peněžní částka, jejíž výše odpovídá výši daně z přidané hodnoty vypočtené dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.
  4. Cenu Díla je možno překročit pouze v případě, že dojde ke změnám daňových právních předpisů, které budou mít prokazatelný vliv na výši Ceny Díla, a to zejména v případě zvýšení sazby DPH.

Článek 8 Platební podmínky

* 1. Cena za Dílo bude Dodavateli uhrazena následujícím způsobem:

1. Dodavatel je oprávněn vystavit fakturu na 30 % z Ceny ve lhůtě pěti (5) dnů ode dne, co budou Objednateli doručeny závazné rezervace Dodavatelem pro nákup Mediálního prostoru v rámci online kampaně.
2. Dodavatel je oprávněn vystavit fakturu na 30 % z Ceny po podpisu předávacího protokolu čtvrté průběžné týdenní zprávy ze strany Objednatele v rámci realizace mediálního plánu na základě Mediaplánu.
3. 40 % Ceny Díla včetně příslušné DPH vypočtené z této částky bude Objednatelem uhrazeno po řádném dokončení Díla a po schválení závěrečné zprávy, a to na základě faktury, která bude Dodavatelem vystavena nejpozději do 31. 12. 2016.
   1. Cena za Dílo bude uhrazena na základě faktury vystavené Dodavatelem v souladu s touto Smlouvou. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího vystavení. Dodavatel je povinen doručit Objednateli fakturu alespoň 20 dnů přede dnem její splatnosti, jinak se přiměřeně posouvá termín splatnosti.
   2. Veškeré platby dle této Smlouvy budou probíhat výlučně bezhotovostním  
      převodem v české měně.
   3. Faktura dle této Smlouvy musí být vystavena ve lhůtě a s náležitostmi stanovenými právními předpisy, zejména zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. V případě, že faktura doručená Objednateli nebude obsahovat některou z předepsaných náležitostí, nebo ji bude obsahovat chybně, je Objednatel oprávněn vrátit tuto fakturu Dodavateli. Lhůta splatnosti se v takovém případě přerušuje a počíná znovu běžet až od vystavení opravené či doplněné faktury.
   4. Dodavatel není oprávněn započíst jakékoli pohledávky oproti nárokům Objednatele. Pohledávky a nároky Dodavatele vzniklé v souvislosti s touto Smlouvou nesmějí být postoupeny třetím osobám, zastaveny nebo s nimi jinak disponováno.
   5. V případě, že Dodavatel nebude schopen zajistit sjednané Dílo v celém rozsahu, např. z důvodu zrušení jakékoliv části akce, zavazuje se Dodavatel navrhnout Objednatel náhradu plnění, a to v co nejkratší době. Pokud Dodavatel odpovídající náhradu neposkytne nebo Objednatel nebude s nabízenou náhradou souhlasit, nevzniká Dodavateli nárok na poměrnou část odměny. Pokud již došlo k úhradě odměny, je Dodavatel povinen vrátit Objednateli poměrnou část odměny a to do 15 dnů od doručení písemné výzvy Objednatele Dodavateli. V případě, že akce nebude realizována vůbec, nemá Dodavatel nárok na žádnou část odměny.

Článek 9 Další práva a povinnosti smluvních stran

* 1. Dodavatel je povinen provádět Dílo podle této Smlouvy s odbornou péčí a v souladu s právními předpisy České republiky, touto Smlouvou a s pokyny Objednatele.
  2. Dodavatel bude provádět Dílo na své náklady, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost a nebezpečí.
  3. Objednatel je oprávněn kontrolovat způsob provádění jednotlivých činností Dodavatelem a udělovat mu kdykoliv v průběhu provádění Díla upřesňující pokyny týkající se zpracování Díla či jiných činností nezbytných k řádnému provádění Díla, nebo pokyny ke zjednání nápravy. Nevytknutí vady či nedodělku Objednatelem nezbavuje Dodavatele povinnosti k jejich neprodlenému bezplatnému odstranění.
  4. Dodavatel odpovídá za škodu vzniklou Objednateli nebo třetím osobám v souvislosti s plněním, nedodržením nebo porušením povinností vyplývajících z této Smlouvy.
  5. Dodavatel je povinen Objednateli neprodleně oznámit jakoukoliv skutečnost, která by mohla mít, byť i částečně, vliv na schopnost Dodavatele plnit své povinnosti vyplývající z této Smlouvy. Takovým oznámením však Dodavatel není zbaven povinnosti nadále plnit své závazky vyplývající z této Smlouvy.
  6. Dodavatel smí používat podklady předané mu Objednatelem pouze k provedení Díla dle této Smlouvy. Jakékoli jiné použití vyžaduje písemného souhlasu Objednatele. Veškeré podklady, které byly předány Dodavateli Objednatelem, zůstávají v majetku Objednatele a budou mu na první výzvu vydány.

Článek 10 Úprava autorských práv

* 1. Dodavatel tímto poskytuje Objednateli výhradní oprávnění k výkonu práva duševního vlastnictví (licenci) a k užití díla ve smyslu ustanovení § 2360 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb, občanský zákoník, v aktuálním znění.
  2. Na Objednatele tímto přecházejí práva užít výsledky činnosti Dodavatele vytvořené k plnění dle této Smlouvy Dodavatelem. Smluvní strany se výslovně dohodly, že Dodavatel uděluje Objednateli licence, podlicence a související práva dle tohoto článku za částku 10 000 Kč včetně DPH, která je součástí Ceny dle čl. VII. této Smlouvy. Dodavatel nemá právo v souvislosti s poskytnutím licence či podlicence dle tohoto odstavce na žádnou dodatečnou odměnu.

Článek 11 Smluvní pokuty

* 1. Smluvní pokuty jsou stanoveny následovně:

a) při porušení povinnosti Zhotovitele při monitoringu kampaně (včasné neupozornění na slabý nebo nedostačující výkon kampaně, nedodání návrhů na optimalizaci kampaně, nedostačující součinnost při optimalizaci) je Zhotovitel povinen zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 15.000,- Kč (slovy: patnáct tisíc korun českých) bez DPH za každý jednotlivý případ porušení;

b) při porušení povinnosti Zhotovitele při správě kampaně (pozdní dodání podkladů do médií, záměna kreativy oproti mediaplánu apod.) je Zhotovitel povinen zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč (slovy: deset tisíc korun českých) bez DPH za každý jednotlivý případ porušení;

* 1. V případě prodlení Zhotovitele s předáním některé ze zpráv podle této Smlouvy vzniká Objednateli nárok na smluvní pokutu ve výši 0,01 % z Ceny, a to za každý započatý den prodlení a pro prodlení s předáním každé jednotlivé zprávy.
  2. Porušení povinnosti bude pro účely uplatnění nároku na smluvní pokutu považováno za závažné, jestliže Dodavatel věděl v době uzavření Smlouvy nebo v této době bylo rozumné předvídat s přihlédnutím k účelu Smlouvy, který vyplývá z jejího obsahu nebo z okolností, za nichž byla Smlouva uzavřena, že porušení povinnosti zbaví Objednatele prospěchu, který oprávněně očekával, a zároveň bude-li ekonomická hodnota tohoto prospěchu adekvátní či vyšší ve vztahu ke stanovené výši smluvní pokuty. Za závažné porušení povinností považuje Objednatel zejména nedodržení rozsahu plnění specifikovaného v Plánu realizace, jakož i veškerá další porušení smluvních povinností Dodavatele mající za následek omezení či úplné zrušení jakékoliv části Díla.
  3. Vznikem povinnosti hradit smluvní pokutu, uplatněním nároku na zaplacení smluvní pokuty ani jejím faktickým zaplacením nezanikne povinnost Dodavatele splnit povinnost, jejíž plnění bylo zajištěno smluvní pokutou. Dodavatel tak bude i nadále povinen ke splnění takovéto povinnosti.
  4. Vznikem povinnosti hradit smluvní pokutu ani jejím faktickým zaplacením není dotčen nárok Objednatele na náhradu škody v plné výši ani na odstoupení od Smlouvy. Odstoupením od Smlouvy nárok na již uplatněnou smluvní pokutu nezaniká.
  5. Smluvní pokuta je splatná doručením písemného oznámení o jejím uplatnění Dodavateli. Objednatel je oprávněn svou pohledávku z titulu smluvní pokuty započíst oproti splatné pohledávce Dodavatele na zaplacení Ceny.
  6. Smluvní strany shodně prohlašují, že s ohledem na charakter povinností, jejichž splnění je zajištěno smluvními pokutami, jakož i s ohledem na veřejný zájem na jejich splnění, považují smluvní pokuty uvedené v tomto článku za přiměřené.

Článek 12 Ustanovení o vzniku a zániku Smlouvy

* 1. Tato Smlouva nabývá platnosti a účinnosti okamžikem jejího podpisu oběma Stranami. Účinnost smlouvy je navíc podmíněna jejím zveřejnění v registru smluv.
  2. Tato Smlouva může být zrušena dohodou smluvních stran v písemné formě, přičemž účinky zrušení této Smlouvy nastanou k okamžiku stanovenému v takovéto dohodě. Nebude-li takovýto okamžik dohodou stanoven, pak tyto účinky nastanou ke dni uzavření takovéto dohody.
  3. Objednatel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit, a to i částečně, v případě závažného porušení smluvní nebo zákonné povinnosti Dodavatelem.
  4. Za závažné porušení smluvní povinnosti se považuje zejména:

1. nedodržení závazných právních norem a ustanovení této Smlouvy,
2. prodlení s dokončením plnění dle této Smlouvy po dobu delší než 15 dnů,
3. provádění plnění v rozporu se závaznými požadavky Objednatele uvedenými v této Smlouvě či v rozporu s pokyny Objednatele.
   1. Objednatel je dále oprávněn od této Smlouvy odstoupit, a to i částečně, v případě, že:
4. nastane důvod pro odstoupení od Smlouvy dle ustanovení § 2001 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů,
5. v důsledku rozhodnutí zřizovatele, orgánu státní správy či územní samosprávy Objednatel nebude mít dostatek finančních prostředků k úhradě Ceny za plnění dle této smlouvy,
6. Dodavatel pozbude oprávnění vyžadovaného právními předpisy k činnostem, k jejichž provádění je Dodavatel povinen dle této Smlouvy,
7. Dodavatel pozbude kteréhokoliv jiného kvalifikačního předpokladu, jehož splnění bylo předpokladem pro zadání veřejné zakázky,
8. bude zjištěn úpadek Dodavatele,
9. Dodavatel vstoupí do likvidace.
   1. Objednatel je oprávněn tuto smlouvu bez udání důvodu vypovědět. Výpovědní lhůta činí sedm kalendářních dní od doručení výpovědi dodavateli.
   2. Dodavatel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit v případě, že Objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících z této Smlouvy po dobu delší než 90 dnů.
   3. Každé odstoupení od této Smlouvy musí mít písemnou formu, přičemž písemný projev vůle odstoupit od této Smlouvy musí být druhé smluvní straně řádně doručen.
   4. Účinky každého odstoupení od Smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této Smlouvy druhé smluvní straně. Odstoupení od Smlouvy se nedotýká nároku na náhradu škody vzniklé porušením této Smlouvy ani nároku na zaplacení smluvních pokut.
   5. Závazky smluvních stran vzniklé v důsledku odstoupení od Smlouvy budou vypořádány následujícím způsobem. V případě odstoupení od Smlouvy je Dodavatel povinen neprodleně předat Objednateli plnění v aktuálně rozpracovaném stavu. Pro případ odstoupení od Smlouvy z důvodů na straně Objednatele má Dodavatel nárok na poměrnou část Ceny odpovídající rozsahu jím provedeného plnění. V případě odstoupení od Smlouvy z důvodů na straně Dodavatele má Dodavatel nárok na náhradu nutných nákladů, které prokazatelně vynaložil na provedení plnění.
   6. V případě předčasného ukončení této Smlouvy je Dodavatel povinen poskytnout Objednateli nezbytnou součinnost tak, aby Objednateli nevznikla škoda.
   7. Smluvní strany se dohodly na vyloučení ustanovení § 1897 z. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník; tuto smlouvu tak nelze postoupit rubopisem listiny.

Článek 13 Kontaktní osoby

13.1 Smluvní strany se dohodly na následujících kontaktních osobách:

1. za Objednatele: Mgr. Martin Šlajchrt, tel. 221 580 481, e-mail: slajchrt@czechtourism.cz
2. za Dodavatele: Jan Fišer, tel. 602 417 634, email: honza@bluebirdcomms.com

Článek 14 Závěrečná ustanovení

* 1. Právní vztahy z této Smlouvy se řídí ustanoveními zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.
  2. Všechny spory, které vzniknou z této Smlouvy nebo v souvislosti s ní a které se nepodaří vyřešit přednostně smírnou cestou, budou rozhodovány obecnými soudy v souladu s ustanoveními zákona č. 99/1963 Sb., občanského soudního řádu, ve znění pozdějších předpisů.
  3. Právní účinky doručení jakékoli písemnosti doručované v souvislosti s touto Smlouvou či na jejím základě nastávají pouze tehdy, je-li tato písemnost odesílatelem či odesílatelem pověřeným provozovatelem poštovních služeb osobně předána jejímu adresátovi nebo je-li tato písemnost doručena jejímu adresátovi formou doporučeného psaní odeslaného prostřednictvím držitele poštovní licence nebo zvláštní poštovní licence ve smyslu zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů. Při doručování prostřednictvím osobního předání nastávají účinky doručení okamžikem písemného potvrzení adresáta o přijetí doručované písemnosti. Při doručování prostřednictvím doporučeného psaní nastávají účinky doručení okamžikem přijetí doručované písemnosti adresátem od poštovního doručovatele dle platných poštovních podmínek uveřejněných na základě zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů. Doporučené psaní adresované smluvní straně této Smlouvy je třeba adresovat vždy na adresu smluvní strany uvedenou v této Smlouvě. Tato doručovací adresa smluvní strany může být změněna pouze písemným oznámením doručeným druhé smluvní straně. Pro doručování jiných poštovních zásilek než písemností platí toto ustanovení této Smlouvy obdobně.
  4. Smluvní strany se zavazují vzájemně respektovat své oprávněné zájmy související s touto Smlouvou a poskytnout si veškerou nutnou součinnost, kterou lze spravedlivě požadovat k tomu, aby bylo dosaženo účelu této Smlouvy, zejména učinit veškeré právní a jiné úkony k tomu nezbytné.
  5. Tato Smlouva obsahuje úplnou a jedinou písemnou dohodu smluvních stran o vzájemných právech a povinnostech upravených touto Smlouvou.
  6. Tato Smlouva může být měněna pouze dohodou smluvních stran v písemné formě, přičemž změna této Smlouvy bude účinná k okamžiku stanovenému v takovéto dohodě. Nebude-li takovýto okamžik stanoven, pak změna této Smlouvy bude účinná ke dni uzavření takovéto dohody.
  7. Tato Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, přičemž každá ze smluvních stran obdrží po jednom z nich.

14.8. Skutečnosti uvedené v této Smlouvě nebudou Smluvními stranami považovány za obchodní tajemství ve smyslu ustanovení § 504 občanského zákoníku. Považuje-li Dodavatel některé skutečnosti uvedené v této smlouvě za obchodní tajemství, uvede tyto skutečnosti jako přílohu této smlouvy. Objednatel upozorňuje, že cena za plnění dle této smlouvy musí být v souladu s § 5 odst. 6 zákona o registru smluv č. 340/2015 Sb. zveřejněna.

Příloha č. 1: mediaplán

Objednatel: Dodavatel:

V Praze dne \_\_\_\_\_\_\_\_\_ V Praze dne \_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

Monika Palatková Václav Vácha

Ředitelka jednatel

České centrály cestovního ruchu - Blue Bird, s.r.o.

CzechTourism