Smlouva o poskytnutí služeb

České centrála cestovního ruchu – CzechTourism

a

Magnas Media s.r.o.

Číslo smlouvy Objednatele:

Číslo smlouvy Dodavatele:

**Smlouva o poskytnutí služeb**

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

(dále jen „**Smlouva**“)

mezi

**Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism**

|  |  |
| --- | --- |
| se sídlem: | Vinohradská 46, 120 41 Praha 2 |
| IČ:  | 49 27 76 00 |
| DIČ: | CZ 49 27 76 00 |
| Bankovní spojení: č. účtu | 87637011/0710 |
| Zastoupené: | Ing. Janem Hergetem Ph.D., ředitelem ČCCR – CzechTourism |

(dále jen „Objednatel“)

a

|  |  |
| --- | --- |
| Firma: | Magnas Media s.r.o. |
| zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl C vložka 190399 *(v případě, že je dodavatel zapsán v obchodním rejstříku)* |  |
| se sídlem: | Příkrá 271/16, 147 00 Praha 4 |
| IČ:  | 242 25 584 |
| DIČ: | CZ24225584 *(bylo-li přiděleno)* |
| Dodavatel je plátce DPH  | ANO |
| Bankovní spojení: č. účtu | XXX |
| Zastoupená: | XXX, jednatel |

(dále jen „Dodavatel“)

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

se dohodly na následujícím:

**Preambule**

1. Objednatel je státní příspěvkovou organizací, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a jež vyvíjí svou činnost v souladu s cíli zřizovatele, zřizovací listinou a platným statutem. Základním cílem Objednatele je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.
2. Předmětem plnění této smlouvy je zajištění a nákup mediálního prostoru Dodavatelem pro realizaci kampaně s heslem „Online PPC kampaň svět 21“.
3. Cílem kampaní je oslovit cílovou skupinu pomocí komunikačních témat a tím zvýšit jejich zájem o strávení dovolené v ČR a o nákup zboží a služeb souvisejících se segmenty cestovního ruchu a horeca. Jmenovitě přivést maximálně kvalitní návštěvu na stránky visitczechrepublic.com ze zemí: Nizozemsko, Francie, Dánsko, Švédsko, Itálie, Maďarsko, Španělsko, UK, Švýcarsko, Ukrajina, USA, Kanada, Rusko, Japonsko, Tchaj-wan, Hongkong, Mexiko, Brazílie, Indie, Izrael, Saudská Arábie, Spojené arabské emiráty, Katar, Kuvajt.
4. Definice a výklad pojmů
	1. Členění této Smlouvy do článků a odstavců a zařazení nadpisů je prováděno pouze pro účely usnadnění orientace a nemá vliv na význam nebo výklad této Smlouvy. Výrazy "tato Smlouva", "této Smlouvy", "podle této Smlouvy" a výrazy jim obdobné se týkají této Smlouvy, a nikoliv jakéhokoliv konkrétního článku či odstavce či jiné části této Smlouvy, a zahrnují i jakoukoliv dohodu nebo dokument doplňující či rozšiřující tuto Smlouvu. Pokud to není v rozporu s předmětem či kontextem této Smlouvy, odkazy v této Smlouvě na články a odstavce představují odkazy na články a odstavce této Smlouvy.
	2. Slova vyjadřující pouze jednotné číslo zahrnují i množné číslo a naopak, slova vyjadřující mužský rod zahrnují i ženský a střední rod a naopak, a výrazy vyjadřující osoby zahrnují fyzické i právnické osoby a naopak.
	3. Všechny odkazy v této Smlouvě na zákony budou vykládány jako odkazy na zákony v platném a účinném znění a všechny odkazy v této Smlouvě na části, články, odstavce a Přílohy budou vykládány jako odkazy na části, články, odstavce a Přílohy této Smlouvy a Přílohy zadávací dokumentace k veřejné zakázce.
	4. Pokud z kontextu této Smlouvy jednoznačně neplyne něco jiného, mají níže uvedené pojmy užívané v této Smlouvě následující význam:
5. „Marketingová kampaň“ je ucelený soubor marketingových aktivit s cílem oslovit cílovou skupinu s určitým sdělením propagujícím služby nebo zboží podle zadání Objednatele. Jedna z činností propagace je reklama včetně jejího kreativního zpracování. Na Dodavateli je realizace této kampaně a související činnosti. Hlavním cílem kampaně je oslovit cílovou skupinu pomocí komunikačních témat a tím zvýšit jejich zájem o strávení dovolené v ČR a o nákup služeb a zboží souvisejících se segmenty cestovního ruchu a horeca.
6. „Mediální prostor“ znamená inzertní prostor v jednotlivých typech médií tvořících Objednatelem požadovaný mix médií, jehož objem, rozsah a mix je definován v zadávací dokumentaci Zadávacího řízení.
7. „Mediaplán“ nebo “Mediální plán“ obsahuje podrobnou specifikaci jednotlivých typů médií, formátů a frekvence inzerátů tvořících požadovaný mix, rozsah a objem mediálního prostoru požadovaného Objednatelem. Mediaplán tvoří Přílohu č. 1 této smlouvy.
8. Předmět a plnění smlouvy
	1. Předmětem této Smlouvy je zajištění on-line inzertní kampaně na podporu návštěvnosti webu visticzechrepublic.com včetně nákupu mediálního prostoru a kreativního zpracování kampaně, jmenovitě v těchto zemích: Nizozemsko, Francie, Dánsko, Švédsko, Itálie, Maďarsko, Španělsko, UK, Švýcarsko, Ukrajina, USA, Kanada, Rusko, Japonsko, Tchaj-wan, Hongkong, Mexiko, Brazílie, Indie, Izrael, Saudská Arábie, Spojené arabské emiráty, Katar a Kuvajt.
	2. Cílovou skupinou jsou uživatelé internetu.
	3. Cílovou skupinou jsou:
	* Mileniálové (mladí lidé bez dětí) Zpravidla solidně zajištění mladí lidé ve věku cca. 25 – 35 let se zájmem o cestování, moderní technologie, hudbu, návštěvy barů, festivalů a trendy akcí. Cílem cestování je užít si a bavit se. Často vyhledávají i lokální zážitek. Dávají pozor na budget, ale zároveň mohou již investovat, pokud vidí přidanou hodnotu. Rádi sdílí své cesty na sociálních sítích. Často plánují cestování po vlastní ose,
	* Rodiny s dětmi, prarodiče s dětmi (všichni, kdo cestují s dětmi) Aktivní lidé ve věku cca. 35 – 54 let, vysokoškolsky vzdělaní, vyšší střední třída (bonitní klientela), mají informační přehled, jsou zcestovalí a hlavním zdrojem informací je internet. Na dovolené hledají především pasivní odpočinek (ne v případě aktivní dovolené) s cílem dopřát si a nešetřit. Nejčastěji cestují s rodinou nebo s přáteli,
	* Lidé cestující bez dětí Aktivní lidé ve věku cca. 35 – 54 let, vysokoškolsky vzdělaní, vyšší střední třída, bonitní klientela, mají informační přehled, jsou zcestovalí a hlavním zdrojem informací je internet. Na dovolené hledají především pasivní odpočinek (ne v případě aktivní dovolené, sportovců a nature lovers) s cílem dopřát si a nešetřit. Nejčastěji cestují s rodinou, sami nebo s přáteli,

**Aktivní senioři** Lidé ve věku 55+ let, většinou movitější turisté, pro něž není cestování otázkou počtu navštívených míst. Vyhledávají spíše autenticitu zážitku a prožitku. Vybírají si nevšední, autentické destinace, které jim nabízejí nevšední zážitky.

Pro kategorii lázně:

* + zájem o lázně a wellness,

**Lidé cestující bez dětí** Aktivní lidé ve věku cca. 35 – 54 let, vysokoškolsky vzdělaní, vyšší střední třída, bonitní klientela, mají informační přehled, jsou zcestovalí a hlavním zdrojem informací je internet. Na dovolené hledají především pasivní odpočinek s cílem dopřát si a nešetřit. Nejčastěji cestují s rodinou, sami nebo s přáteli,

**Aktivní senioři** Lidé ve věku 55+ let, většinou movitější turisté, pro něž není cestování otázkou počtu navštívených míst. Vyhledávají spíše autenticitu zážitku a prožitku. Vybírají si nevšední, autentické destinace, které jim nabízejí nevšední zážitky

* 1. Dodavatel zajistí inzerci v souladu s mediálním plánem (Příloha č. 1).
	2. Dodavatel zajistí, aby inzerce po kliknutí směřovala na URL kampaně, tedy na jednotlivé podstránky pro dané aktivity v příslušných jazykových mutacích na visitczechrepublic.com.
	3. Objednatel poskytne Dodavateli grafické podklady kampaně.
	4. Pro zajištění maximálního výkonu kampaně může Dodavatel navrhnout úpravy kampaně, vždy však tak, že Objednatel úpravy schvaluje před publikací.
	5. Dodavatel rozhoduje o rozdělení objemu inzerce mezi sítěmi Google, případně Yandex a Yahoo přičemž Objednatel výslovně umožňuje po předchozím souhlasu nabídnout rovnocenné řešení.
	6. Reklama ve vyhledávacích sítích a v síti Google Display Network:

 Dodavatel zajišťuje správu kampaně, zejména tyto činnosti:

* 1. Dodavatel vypracuje reklamní sestavy, přehled klíčových slov a reklamních inzerátů a jejich překlady do jazyků daných trhů. Na základě podkladu Objednatele obsahu stránky visitczechrepublic.com (např. URL, textů a fotografií) vytváří Dodavatel inzeráty v inzertním systému Google Display Network. Dodavatel předloží veškeré navržené reklamní sestavy před jejich nasazením do nákupního reklamního systému ke schválení Objednateli.
	2. Dodavatel je povinen v rámci brand safety zajistit, aby se inzerce neobjevovala na webech s nevhodným obsahem, především s tématem: násilí, sex, nebo drogy.
	3. Spravuje kampaň prostřednictvím svých účtů propojených s profilem Objednatele, přičemž Objednatel výslovně umožňuje nabídnout rovnocenné řešení, tzn. využití jiných typů nástrojů pro správu, a to v souladu s ustanovením § 89 odst. 5,6 zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů. Do užitých účtů bude mít Objednatel zajištěný přístup po dobu tří let po ukončení kampaně pro případné plánování jiných kampaní, a to bez dalších podmínek či plateb.
	4. V případě viditelné podprůměrné efektivity reklamy ve výsledcích vyhledávání bude Dodavatel kampaň průběžně optimalizovat podle vzájemně odsouhlasených metodik s ohledem na maximalizaci výkonu. V případě nižšího objemu doručených návštěv lze reklamu ve výsledcích vyhledávání kombinovat i s reklamou v obsahové síti obou systémů, a to za předpokladu, že výsledky budou dosahovat minimálně srovnatelných hodnot ve většině měřených parametrů.
	5. Dodavatel nastaví měřící parametry kampaně, které umožní monitorovacímu systému (Google Analytics, nebo podobnému) vyhodnocovat výkon kampaně, tj. odkud návštěvníci na stránku přišli, např. ze sociálních sítí či přirozeně nebo výsledkem inzerce. To může zahrnovat označení inzerce automatickými značkami či manuálně parametry *Urchin Tracking Module*, přičemž Objednatel výslovně umožňuje nabídnout rovnocenné řešení. Užití značek podléhá schválení objednatelem.
	6. Objednatel požaduje, aby Dodavatel byl součinný při nastavení potřebných kódů řídících na portálu visitczechrepublic.com funkce opakovaného marketingu a další měření potřebná k monitorování průběhu, optimalizaci a zajištění chodu kampaně.
	7. Dodavatel zajistí nastavení měřítka výkonu/metriky a referenční hodnoty (*benchmarks*) kampaně, průběžně monitoruje výkon a vyhodnocuje parametry. Pro zvýšení účinnosti reklamní kampaně (optimalizace), zejména s cílem zajistit plánovaný výkon, dodavatel průběžně navrhuje operativní změny v nastavení kampaně a inzerci Objednateli ke schválení.
* Dodavatel operativně optimalizuje kampaně pomocí výkonu měřeného alespoň podle těchto parametrů: počet kliknutí, míra prokliku (*click-through rate*, CTR), doba pobytu na stránce, průměrná platba za proklik (*cost per click*, CPC), % návštěvníků vstupujících na stránky opakovaně.

Minimální požadované parametry kampaně přitom jsou:

* Minimálně 620.000 kliků (kvalitní a relevantní návštěvnost) na webu visitczechrepublic.com – viz příloha č. 1.
* Dodavatel vyvine max. úsilí k tomu, aby byla přivedená návštěvnost dostatečně kvalitní z hlediska soft metrik webu.
	+ Kvalitním návštěvníkem z reklamy ve vyhledávání se rozumí takový návštěvník, který:
		- stráví na webu > 45 s
		- podíl vracejících se návštěvníků > 5 %
		- těchto hodnot je nutné dosáhnout alespoň v 50 % kampaňových zemí.
	+ Kvalitním návštěvníkem ze sítě Google Display Network se rozumí takový návštěvník, který:
		- stráví na webu > 30 s
		- podíl vracejících se návštěvníků > 10 %
		- těchto hodnot je nutné dosáhnout alespoň v 50 % kampaňových zemí.
* Maximální podíl nákladů za správu a nastavení analytiky kampaně činí 30 % nabídkové ceny.
	1. Dodavatel bude pracovat i s vyhodnocením přínosu komunikace v rámci jednotlivých produktů Objednatele (aktivní dovolená, lázně, poznávací cestovní ruch) a regionů – detailnější podklady k tomuto rozdělení dodá průběžně Objednatel. V případě zavedení nových regionálních produktů/projektů v průběhu trvání této kampaně připraví Dodavatel nové reklamní sestavy na komunikaci těchto regionálních produktů, přičemž podklady a informace ke zpracování předá Objednatel.
	2. Dodavatel předkládá Objednateli tyto zprávy o výkonu kampaní:
	3. Pravidelné průběžné týdenní zprávy o týdenním výkonu kampaně včetně návrhů optimalizace během prvních 4 týdnů kampaně. Dále pak pravidelné průběžné dvoutýdenní zprávy výkonu kampaně včetně návrhů optimalizace. Vybraný dodavatel bude předkládat týdenní, resp. dvoutýdenní zprávy v českém jazyce, vždy do 2 pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období.
	4. Pravidelné průběžné zprávy po ukončeném měsíci plnění (kalendářním měsíci) včetně monitoringu a vyhodnocení průběhu plnění, obsahující mimo jiné hodnocení parametrů kvality návštěvnosti definované v 2.13, vždy do 4 pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období.
	5. Po ukončení kampaně Dodavatel vypracuje a předá do dvanácti pracovních dnů závěrečnou zprávu, ve které vyhodnotí celou kampaň, zejména její průběh, dopady, přínosy a návrhy na zlepšení, a také navrhne jednostránkovou tiskovou zprávu o přínosech kampaně pro užití ve zpravodajských médiích. Objednatel má právo k závěrečné zprávě vznést připomínky, přičemž Dodavatel je povinen tyto připomínky vypořádat nejpozději do tří pracovních dnů.
	6. Objednatel má právo vyžádat si vypracování mimořádné stručné zprávy zejména s ohledem na dopady nepředvídaných skutečností na inzertní kampaň.
	7. Všechny uvedené zprávy budou předány v elektronické podobě (doporučujeme formáty \*.doc, \*.ppt a \*.pdf), závěrečná zpráva navíc i v tištěné podobě, předání bude potvrzeno předávacím protokolem. Zprávy budou předkládány v českém jazyce.
	8. Objednatel každou zprávu o výkonu kampaní odsouhlasuje. Objednatel má právo ke každé zprávě o výkonu zaslat Dodavateli připomínky nejpozději do tří pracovních dnů s tím, že Dodavatel je povinen připomínky vypořádat nejpozději do třech pracovních dnů. Objednatel má právo podmínit schválení zprávy o výkonu vypořádáním svých připomínek dodavatelem.
	9. Dodavatel zajistí inzerci v rozsahu alespoň garantovaných počtů jednotek (CPC) dle termínů a specifikací podle mediálního plánu vyplněného v rámci podané nabídky veřejné zakázky s názvem „Online PPC kampaň svět 21“ v Příloze č. 1, jež tvoří závazný rozsah plnění.
	10. V odůvodněných případech lze změnit mediální plán např. v části harmonogramu, a to po předchozím schválení objednatelem. Důvodem změny kreativy a mediálního plánu může být rovněž zhoršení dostupnosti vybraných turistických cílů v České republice v souvislosti s onemocněním COVID-19. Přednost má nejbližší možný termín, v němž je možné inzerci realizovat.
	11. Dalšími specifickými důvody pro úpravu mediálního plánu v průběhu kampaně může být například zánik média či změna zaměření média, typu média nebo zařazení inzerátu, Dodavatel v tomto případě navrhne vhodnou alternativu s obdobným dopadem za stejnou cenu.
	12. Objednatel si vymiňuje, že žádné změny v mediálních plánech nemohou vést k navýšení nabídkové ceny.
	13. Dodavatel zajistí rovněž správu inzertních kampaní včetně monitorování průběhu a vyhodnocení. Mezi tyto povinnosti patří například:
	14. Jednání s vlastníkem inzertního prostoru.
	15. Doložení plnění dodáním snímků obrazovky z reklamních sestav.
	16. Průběžná optimalizace mediálních plánů s cílem zvýšit dopady.
1. Trvání smlouvy a místo plnění
	1. Dodavatel se zavazuje provést plnění této Smlouvy v souladu s časovým harmonogramem a termíny stanovenými v Mediaplánu, který je součástí této Smlouvy jako Příloha č. 1, případně v jeho písemně schválených úpravách.
	2. Dodavatel je povinen zahájit plnění smlouvy od účinnosti smlouvy, tj. od jejího zveřejnění v registru smluv, nejdříve však 1.9.2021.
	3. Dodavatel je dále povinen dokončit inzertní kampaň do 31.12. 2021.
	4. Smluvní strany se výslovně dohodly, že práva a povinnosti Smluvních stran obsažené v ustanoveních článku 5 a v ustanoveních odstavců 5.4 a 9.1 trvají i po ukončení účinnosti této Smlouvy.
	5. Místem plnění této Smlouvy je: Nizozemsko, Francie, Dánsko, Švédsko, Itálie, Maďarsko, Španělsko, UK, Švýcarsko, Ukrajina, USA, Kanada, Rusko, Japonsko, Tchaj-wan, Hongkong, Mexiko, Brazílie, Indie, Izrael, Saudská Arábie, Spojené arabské emiráty, Katar a Kuvajt.
	6. Objednatel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit:
2. v případě nesplnění jakékoliv povinnosti Dodavatele podle této Smlouvy, pokud Dodavatel nesjedná nápravu ani do 10 dnů od doručení písemné výzvy Objednatele s upozorněním na neplnění konkrétní povinnosti; a/nebo
3. v případě, že z důvodu porušení povinnosti Dodavatele hrozí nebo vzniká Objednateli újma a Dodavatel neprovede nápravu (tj. neodstraní hrozbu újmy či nenahradí vzniklou újmu) do 3 dnů od doručení písemné, e-mailové, ústní a/nebo telefonické výzvy Objednatele s upozorněním na neplnění konkrétní povinnosti a s upozorněním na hrozící nebo vzniklou újmu; a/nebo
4. z jiných zákonných důvodů opravňujících Objednatele k odstoupení od této Smlouvy.
	1. Objednatel si vyhrazuje právo na pozastavení, zrušení částí, nebo zrušení celé kampaně v případě, že dojde ke změně situace v souvislosti s COVID-19 v České republice a v zemích kampaně: Nizozemsko, Francie, Dánsko, Švédsko, Itálie, Maďarsko, Španělsko, UK, Švýcarsko, Ukrajina, USA, Kanada, Rusko, Japonsko, Tchaj-wan, Hongkong, Mexiko, Brazílie, Indie, Izrael, Saudská Arábie, Spojené arabské emiráty, Katar a Kuvajt, tedy ke zhoršení dostupnosti turistických cílů České republiky.
	2. Dodavatel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit pouze v případě, kdy se Objednatel ocitne v prodlení se zaplacením jakékoli splátky Ceny a neprovede-li úhradu ani v náhradní lhůtě mu Dodavatelem poskytnuté, která nebude kratší než 60 dní.
5. Úprava autorských práv
	1. Pro případ, že budou v souvislosti s plněním této Smlouvy Objednatelem Dodavateli předány jakékoliv podklady (např. texty, fotografie, grafické návrhy, vizuály, spoty apod.), které budou mít charakter autorského díla (dále jen „Autorské dílo“) ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, budou vztahy mezi smluvními stranami týkající se těchto Autorských děl upraveny níže.
	2. Objednatel prohlašuje a garantuje, že je nositelem autorských práv k takovémuto předávanému Autorskému dílu, a že je oprávněn s tímto Autorským dílem disponovat v rozsahu sjednaném v této Smlouvě a že toto Autorské dílo bude nedotčeno právy jiných osob. Objednatel se dále pro případ, že bude předáváno Autorské dílo vytvořené třetí osobou, zavazuje, že zajistí souhlas autora k poskytnutí práva. Dodavateli k užívání Autorského díla v rozsahu uvedeném v této Smlouvě (a to zejména formou licence dle ustanovení § 2371 Občanského zákoníku).
	3. Obdobně i Dodavatel garantuje, že v případě, že bude využito Autorské dílo vytvořené třetí osobou, zajistí souhlas autora k poskytnutí práva pro využití díla.
	4. Objednatel poskytuje Dodavateli oprávnění k výkonu práva předané Autorské dílo užít ode dne uzavření této smlouvy do 31.12.2021, a to pouze v souvislosti s plněním této Smlouvy.
	5. Dodavatel není oprávněn do předaného Autorského díla zasahovat a upravovat si ho bez předchozího souhlasu Objednatele.
	6. Dodavatel je oprávněn práva na užití Autorského díla specifikovaná shora postoupit zcela nebo zčásti na třetí osoby jen s písemným souhlasem Objednatele.
	7. Dodavatel se zavazuje, že neužije grafická zpracování ani jakékoliv jiné podklady, které obdrží od Objednatele, k jiným účelům, než ke splnění svých povinností z této Smlouvy a neposkytne grafická zpracování nebo jakékoli jeho části k užití žádné třetí osobě bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
6. Další práva a povinnosti smluvních stran
	1. Dodavatel se zavazuje při plnění předmětu Smlouvy aktivně spolupracovat s Objednatelem, jakož i dalšími subjekty určenými Objednatelem.
	2. Dodavatel je povinen zajistit, aby v souvislosti s realizací plnění nebylo jakkoli poškozeno dobré jméno Objednatele.
	3. Dodavatel je vázán mlčenlivostí o všech skutečnostech, s nimiž se při plnění závazků z této Smlouvy seznámí. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na osoby, které Dodavatel užije k plnění této Smlouvy je však povinen je mlčenlivostí zavázat, přičemž za porušení této povinnosti je odpovědný, jako by ji porušil sám.
	4. Skutečnosti uvedené v této Smlouvě nebudou Smluvními stranami považovány za obchodní tajemství ve smyslu ustanovení občanského zákoníku.
	5. Dodavatel se při plnění této Smlouvy zavazuje dodržovat veškeré obecně závazné právní předpisy, zejména se zavazuje, že se svým jednáním nedopustí nekalé soutěže a že činností dle této Smlouvy nebude zasahováno do práv třetích osob.
	6. Dodavatel se zavazuje řídit se pokyny, které mu budou průběžně udělovány Objednatelem v souladu s touto Smlouvou, ledaže jsou takové pokyny v rozporu se zákonem nebo nevhodné; v takovém případě je Dodavatel povinen na jejich nezákonnost či nevhodnost Objednatele neprodleně písemně upozornit. Dodavatel je povinen se řídit nevhodnými pokyny Objednatele pouze v případě, že Objednatel na takových pokynech i přes písemné upozornění Dodavatele na jejich nevhodnost trvá; v takovém případě Dodavatel neodpovídá za škodu vzniklou v souvislosti s realizací pokynů Objednatele, na jejichž nevhodnost Objednatele upozornil.
	7. Objednatel je kdykoliv v průběhu trvání této Smlouvy oprávněn kontrolovat provádění plnění předmětu této Smlouvy a plnění povinností Dodavatele vyplývajících z této Smlouvy. Za tímto účelem je Dodavatel povinen na základě předchozí výzvy poskytnout Objednateli veškerou požadovanou součinnost, poskytnout požadované informace atp. Oprávněným výkonem těchto práv ze strany Objednatele nesmí dojít k nadměrnému zásahu do práv a oprávněných zájmů Dodavatele.
7. Cena a platební podmínky
	1. Celková cena plnění za celý předmět plnění v rozsahu této Smlouvy se sjednává ve výši **3.447.192,-Kč bez DPH** (slovy: tři milióny čtyřistačtyřicetsedm tisíc stodevadesátdva korun českých) bez DPH (dále jen "Cena"). Tato Cena zahrnuje veškeré náklady Dodavatele vzniklé v souvislosti s plněním dle této Smlouvy. K této částce bude připočteno DPH v zákonné výši.
	2. Překročení Ceny je možné pouze za předpokladu, že v průběhu realizace dojde ke změnám sazeb daně z přidané hodnoty. V takovém případě bude Cena upravena podle sazeb daně z přidané hodnoty platných v době vzniku zdanitelného plnění. Překročení Ceny v jiných případech je nepřípustné.
	3. Objednatel uhradí Cenu nebo její část v české měně, a to bezhotovostním převodem na základě faktur vystavených Dodavatelem.
	4. Cena za realizaci Mediaplánu bude Dodavateli uhrazena bezhotovostním převodem na základě faktur – daňových dokladů vystavených následovně:
8. dílčí fakturou po dvou měsících kampaně dle skutečně vynaložených nákladů zaslanou Objednateli a po předložení průběžné zprávy;
9. vyúčtovací závěrečnou fakturou ve výši zbývající části celého plnění vystavenou a zaslanou k 20.12. 2021 a po předložení průběžné zprávy;
10. v případě, že vyúčtovací faktura bude vyšší než skutečné plnění na konci kampaně, je Dodavatel povinen rozdíl vrátit do 14 dnů od obdržení výzvy na bankovní účet Objednatele a současně vystavit opravný daňový doklad.
	1. Rozhodným okamžikem pro vystavení faktur je podpis předávacího protokolu na základě doloženého plnění a zároveň potvrzení a schválení průběžné nebo závěrečné zprávy Objednatelem.
	2. Faktury musí obsahovat veškeré náležitosti stanovené zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.
	3. V případě, že faktury doručené Objednateli nebudou obsahovat některou z předepsaných náležitostí nebo ji bude obsahovat chybně, je Objednatel oprávněn vrátit takové faktury Dodavateli. Lhůta splatnosti v takovémto případě neběží, přičemž nová lhůta splatnosti počíná běžet až od doručení opravené či doplněné faktury.
	4. Označení Objednatele jako odběratele ve fakturách bude: Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, Vinohradská 46, Praha 2, PSČ: 120 41, IČ: 492 77 600.
	5. Dodavatel zašle faktury Objednateli pouze elektronicky na e-mail: XXX@czechtourism.cz a kontaktní osobě Objednatele.
11. Smluvní pokuty
	1. V případě, že Dodavatel poruší některou z povinností souvisejících se zajištěním plnění této Smlouvy, jsou smluvní pokuty stanoveny následovně.
	2. Při nedodání garantovaných počtů jednotek uvedených v podané nabídce Dodavatele veřejné zakázky s názvem „Online PPC kampaň svět 21“ má Objednatel právo na smluvní pokutu v poměrné výši odpovídající ceně nedodaných jednotek.
	3. V případě jakéhokoli závažného porušení povinnosti Dodavatele vyplývající ze Smlouvy je dodavatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 1 % Ceny, a to za každý jednotlivý případ takového porušení povinnosti.
	4. V případě, že Dodavatel bude v prodlení s dodáním služby, má Objednatel právo na smluvní pokutu ve výši 0,5 % z Ceny za každý den prodlení s plněním této smlouvy.
	5. Při porušení parametrů kampaně zejména v oblasti kvality návštěvnosti definované v 2.13, monitorované v měsíčních cyklech je za každý takový doložený případ Dodavatel povinen zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 20 000,- Kč (slovy dvacet tisíc korun českých) bez DPH za každý jednotlivý případ porušení.
	6. 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.
	7. 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.
	8. 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.
12. Doručování a kontaktní osoby
	1. Jakékoliv oznámení nebo dokument, který má být doručen podle této Smlouvy, může být doručen osobně nebo zaslán doporučenou poštovní zásilkou nebo prostřednictvím datové schránky Smluvní straně, které má být doručen, na její adresu uvedenou v záhlaví této Smlouvy, nebo na jakoukoliv jinou adresu, kterou sdělila druhé Smluvní straně ve shodě s tímto článkem.
	2. Při prokazování doručení prostřednictvím držitele poštovní licence bude stačit prokázat, že doručení bylo uskutečněno, že obálka obsahující oznámení nebo dokument byla řádně adresována a předána poště jako předem placená doporučená poštovní zásilka.
	3. Smluvní strany se dohodly na následujících kontaktních osobách:
13. za Objednatele: XXX, XXX@czechtourism.cz
14. za Dodavatele: XXX, XXX@magnas.cz
	1. Změna kontaktní osoby je možná notifikací druhé strany.
15. Ostatní ujednání
	1. Skutečnosti uvedené v této Smlouvě nebudou smluvními stranami považovány za obchodní tajemství ve smyslu ustanovení § 504 občanského zákoníku.
	2. Jakákoliv ústní ujednání, která nejsou písemně potvrzena oprávněnými zástupci obou smluvních stran, jsou právně neúčinná.
	3. 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.
	4. Smluvní strany prohlašují, že si Smlouvu přečetly, s obsahem souhlasí, prohlašují, že tato Smlouva nebyla uzavřena v tísni nebo na základě nevýhodných podmínek, kdy na důkaz jejich svobodné, pravé a vážné vůle připojují své podpisy.
	5. Dodavatel není oprávněn postoupit jakákoli svá práva z této Smlouvy na třetí osobu nebo postoupit Smlouvu bez předchozího písemného souhlasu Objednatele, a to ani částečně.
	6. Pokud se jakékoli ustanovení této Smlouvy stane neplatným či nevymahatelným, nebude to mít vliv na platnost a vymahatelnost ostatních ustanovení této Smlouvy. Smluvní strany se zavazují nahradit neplatné nebo nevymahatelné ustanovení novým ustanovením, jehož znění bude odpovídat úmyslu vyjádřenému původním ustanovením a touto Smlouvou jako celkem.
	7. Tato Smlouva obsahuje úplnou dohodu Smluvních stran ve věci předmětu této Smlouvy a nahrazuje veškeré ostatní písemné či ústní dohody učiněné ve věci předmětu této Smlouvy.
	8. Jestliže kterákoliv ze Smluvních stran přehlédne nebo promine jakékoliv neplnění, porušení, prodlení nebo nedodržení nějaké povinnosti vyplývající z této Smlouvy, pak takové jednání nezakládá vzdání se takové povinnosti s ohledem na její trvající nebo následné neplnění, porušení nebo nedodržení a žádné takové vzdání se práva nebude považováno za účinné, pokud nebude pro každý jednotlivý případ vyjádřeno písemně.
	9. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího zveřejnění v registru smluv.
	10. Tato Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech s platností originálu, přičemž každá ze stran obdrží jeden z nich.
	11. Tato Smlouva a vztahy z ní vyplývající se řídí právním řádem České republiky, zejména zákonem č.89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění.
	12. Veškeré změny, kromě změn v souladu s odst. 2.17, 8 a 8.4 této Smlouvy, musí být vyhotoveny písemně formou číslovaných dodatků podepsaných oběma Smluvními stranami.
	13. Zadávací dokumentace Zadávacího řízení je součástí této Smlouvy.
	14. Veškeré přílohy této smlouvy tvoří její nedílnou součást.

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

V Praze dne \_\_\_\_\_\_\_\_\_ V Praze dne 17.8.2021

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

XXX XXX, jednatel
ředitel
České centrály cestovního ruchu-
CzechTourism

**Přílohy:**

Příloha č. 1: Mediální plán.