



Smlouva o dílo

Smluvní strany

1. Agentura pro regionální rozvoj, a. s.

IČO: 47673168

DIČ: CZ47673168

zapsaná v obchodním rejstříku u Krajského soudu v Ostravě, oddíl B, vložka 609

se sídlem: Na Jízdárně 7, čp. 1245, 702 00 Ostrava

jejímž jménem jedná: Ing. Petra Chovanioková, MBA, statutární ředitelka

pracovník pověřený technickým jednáním: Ing. Hana Šandová

tel.: 595 691 231, fax: 595 691 204

e-mail: sandova@arr.cz

bankovní spojení: ČSOB, pobočka Ostrava, č. ú. 373791183/0300

(dále jen „objednatel“) na straně druhé

2. 2C Analytics s. r. o.

IČO: 49827189,

DIČ: CZ49827189

zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 34011

se sídlem: Křemencova 178, 110 00 Praha 1

jejímž jménem jedná Ing. Jiří Tošer, jednatel

kontaktní osoba: Ing. Šárka Cicvářková

tel.: 210 210 610

e-mail: sarka.cicvarkova@dataserver.cz

bankovní spojení: Komerční banka, a.s., Praha 1, č. ú. 27-9662460277/0100

(dále jen „dodavatel“) na straně druhé

uzavírají dnešního dne, měsíce a roku na základě úplného konsensu o všech níže uvedených skutečnostech v souladu s ustanoveními § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, tuto

smlouvu

Článek I.

Předmět smlouvy

1. Dodavatel se zavazuje dodat na svůj náklad a nebezpečí pro objednatele dílo, které je uvedené v čl. I odst. 2, a objednatel se zavazuje dílo převzít a zaplatit za něj smlouvenou cenu.
2. Dodavatel se pro objednatele zavazuje připravit Marketingovou strategii Regionální inovační strategie Moravskoslezského kraje v rozsahu, podobě a formou tak, jak je uvedeno v příloze č. 1 této smlouvy, která je její nedílnou součástí.
3. Dodavatel zpracuje Marketingovou strategii v období 8/2016 – 12/2016 (včetně vypořádání případných připomínek objednatele, termín předání Marketingové strategie objednateli dle čl. II. odst. 2 zůstává nedotčen). Objednatel si vyhrazuje kontrolu a konzultace dílčích podkladů, min. 1 x 14 dní.

4. Dílo je realizováno v rámci aktivit projektu Smart akcelerátor RIS3 strategie, reg. č. CZ.02.2.69/0.0/0.0/15_004/0000294, který je spolufinancován Evropskou Unií a Moravskoslezským krajem.

Článek II. Doba plnění

1. Dodavatel provede, zpracuje a předá objednateli plnění aktivit v termínech dle čl. I odst. 3.
2. Dodavatel zpracuje a předá objednateli Marketingovou strategii do 14. 11. 2016, a to v tištěné podobě (2x) a v elektronické podobě (ve formátu doc aplikace MS Word).

Článek III.

Cena za dílo

1. Objednatel se za realizaci aktivit dle článku I. odst. 2 zavazuje dodavateli zaplatit celkem cenu, která je stanovena dohodou obou smluvních stran a činí maximálně 204.500,- Kč. K ceně bude připočtena DPH v zákonné výši. Dodavatel nemá právo na úhradu nákladů vedle sjednané ceny.
2. Celková cena bude dodavateli vyplacena ve 2 platbách, následovně:
 - po podpisu smlouvy bude poskytnuta záloha ve výši 30% ceny díla na základě zálohové faktury vystavené dodavatelem.
 - Zbývajících 70% ceny bude uhrazeno na základě akceptačního protokolu stvrzeného oběma smluvními stranami.
3. Lhůta splatnosti faktur bude stanovena na 14 kalendářních dnů ode dne doručení faktury objednateli.
4. Dodavatel je povinen vystavit faktury tak, aby vyhovovaly obecně závazným právním předpisům, zejména aby měly náležitosti daňového dokladu podle zákona o DPH. V případě, že faktura nebude obsahovat náležitosti vyplývající z těchto předpisů, do doby předání řádné faktury neběží lhůta splatnosti a objednatel není povinen provést úhradu ceny díla. Objednatel se zavazuje upozornit na vadu fakturace dodavatele v době splatnosti faktury (písemně či elektronickou poštou).

Článek IV.

Úrok z prodlení a smluvní pokuta

1. V případě prodlení s úhradou ceny za dílo či její části má dodavatel právo objednateli vyúčtovat úrok z prodlení ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodlení.
2. V případě prodlení s řádným předáním díla má objednatel právo vyúčtovat dodavateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny díla za každý den prodlení; pokud prodlení přesáhne 15 dní, za každý další den prodlení činí smluvní pokuta 1 % z ceny díla.
3. Vznikem nároku na smluvní pokutu či úrok z prodlení podle této smlouvy není dotčena ani omezena povinnost dodavatele nahradit způsobenou škodu. Náhrada škody vzniklé porušením této smlouvy či v souvislosti s ním bude hrazena pouze v penězích; hradí se přitom i náhrada případné nemajetkové újmy.

4. Náhrada škody a úrok z prodlení jsou splatné na základě faktury; ustanovení čl. III odst. 3 a 4 se použijí přiměřeně.
5. Kromě důvodů stanovených zákonem jsou smluvní strany oprávněny odstoupit od této smlouvy v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem, pakliže druhá smluvní strana nezjedná nápravu ani v přiměřené době poté, co byla k nápravě vyzvána.

Článek V. Akceptace a předání

1. Akceptace plnění je souhlasné prohlášení objednatele o převzetí plnění dle čl. I odst. 2 této smlouvy poskytnutých dodavatelem, bez výhrad k jejich kvalitě a úplnosti.
2. Za převzetí plnění se považuje podepsání akceptačního protokolu po předání Marketingové strategie dodavatelem a jejím schválení objednatelem. Akceptační protokol bude stvrzen až po oboustranném vypořádání poslední připomínky. Objednatel není oprávněn podpis akceptačního protokolu odepírat bezdůvodně.
3. Celkové dílo bude ukončeno předáním Marketingové strategie ze strany dodavatele a jejich převzetím ze strany objednatele.
4. V případě, že budou vneseny připomínky či výhrady ze strany objednatele, má objednatel povinnost nejpozději do deseti pracovních dnů od předání díla písemně tyto připomínky předat dodavateli formou elektronické zprávy. Dodavatel je povinen připomínky k plnění vypořádat nejpozději do jednoho týdne od jejich obdržení.

Článek VI. Práva a povinnosti smluvních stran

1. Objednatel se zavazuje poskytovat dodavateli úplné, pravdivé a včasné informace potřebné k řádnému plnění závazků plynoucích z této smlouvy a poskytnout dodavateli nezbytnou součinnost v souladu s touto smlouvou.
2. Dodavatel se zavazuje informovat bez zbytečného odkladu objednatele o veškerých skutečnostech, které jsou významné pro plnění závazků smluvních stran a zejména o skutečnostech, které mohou být významné pro rozhodování objednatele v jednotlivých případech týkajících se plnění smlouvy. Dodavatel je povinen upozornit objednatele bez zbytečného odkladu na nepravdivost či neaktuálnost poskytnutých informací, bude-li mu známa, nebo měla-li by být dodavateli jako profesionálu známa; to platí i pro případ nevhodnosti pokynů objednatele.
3. Dodavatel je povinen poskytovat plnění dle smlouvy poctivě, s vynaložením odborné péče, profesionálním způsobem, v dobré víře a vždy dbát zájmů objednatele a nepoškozovat dobré jméno a pověst objednatele.
4. Dodavatel se zavazuje, že informace získané při plnění této smlouvy nevyužije, neumožní jejich využití, ani je nepředá jinému k využití během trvání této smlouvy, ani po jejím ukončení.

**Článek IX.
Závěrečná ustanovení**

1. Právní vztahy touto smlouvou výslovně neupravené se řídí zejména příslušnými ustanoveními občanského zákoníku a ostatními obecně závaznými právními předpisy České republiky.
2. Tato smlouva se vyhotovuje ve dvou stejnopisech, pro objednatele a zhotovitele po jednom vyhotovení.
3. Tato smlouva nabývá účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv zřízeném na základě zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv, v platném znění, jehož správcem je Ministerstvo vnitra ČR. Objednatel zavazuje k uveřejnění této smlouvy v registru smluv postupem dle § 5 zákona o registru smluv bez zbytečného dokladu po jejím uzavření.
4. Smluvní strany prohlašují, že se s obsahem smlouvy před jejím podpisem podrobně seznámily a smlouvu uzavírají za svobodné vůle a nikoli v tísní za nápadně nevýhodných podmínek a podepisují ji na důkaz souhlasu s jejím obsahem.
5. Smluvní strany prohlašují, že se žádná z nich nepovažuje za slabší smluvní stranu, že se seznámily se všemi ustanoveními této smlouvy, že všechna tato ustanovení byla dobře čitelná a srozumitelná, a že si před uzavřením smlouvy dostatečně poskytly potřebná vysvětlení. Smluvní strany prohlašují, že nepovažují žádné ustanovení této smlouvy za pro ně zvláště nevýhodné, hrubě odporující obchodním zvyklostem nebo zásadě poctivého obchodního styku.
6. Změní-li se po uzavření smlouvy okolnosti do té míry, že se plnění podle smlouvy stane pro některou ze stran obtížnější, nemění to nic na její povinnosti splnit dluh. Ustanovení druhé věty § 1764, ustanovení § 1765 a 1766 občanského zákoníku se nepoužijí.

Smluvní strany si smlouvu přečetly, souhlasí s celým jejím obsahem a na důkaz toho připojují své podpisy.

V Praze dne:

V Ostravě dne:

.....
Ing. Jiří Tošer
jednatel
2c Analytics, s.r.o.

.....
Ing. Petra Chovanioková, MBA
Statutární ředitelka
Agentura pro regionální rozvoj, a.s.

PŘÍLOHA Č. 1

Zpracování marketingové strategie pro Regionální inovační strategii Moravskoslezského kraje

Kontext: v rámci Moravskoslezského kraje dlouhodobě dochází k budování a dalšímu rozvíjení inovačního systému, tedy prostředí, ve kterém dochází k rozvoji výzkumu, vývoje a inovací ve firmách (malých, středních i velkých), škol a univerzit, podnikatelských inkubátorů, klastrů a výzkumných ústavů. Tento systém vychází a je zakotven v tzv. Regionální inovační strategii, která je schválena Moravskoslezským krajem a je platná pro území tohoto kraje. V rámci této inovační strategie jsou definovány priority (vertikální i horizontální) a v rámci nich jsou navrženy podpůrné nástroje, díky jejichž realizaci dochází k podpoře, posílení a dalšímu rozvoji regionálního inovačního partnerství a celého systému Moravskoslezského kraje. Koordinací aktivit pro Regionální inovační strategii je pověřena Agentura pro regionální rozvoj (zadavatel).

Aktuální znění regionální inovační strategie je k dispozici na uvedeném odkazu: <http://www.risnsk.cz/cz/ke-stazeni/21-inovacni-strategie/> v členění:

- Regionální inovační strategie Moravskoslezského kraje
 - RIS3_MSK_krajská příloha - aktualizace květen 2016
 - Průběžná zpráva za r. 2015 k Akčnímu plánu RIS3 MSK 2015 – 2016
 - Příloha 1 k Průběžné zprávě o AP RIS3 MSK 2015 - 2016 za r. 2015
 - Brožura RIS3 2014 – 2020
 - Akční plán RIS3 MSK 2015 – 2016
 - Akční plán RIS3 MSK 2015 - 2016_stručně

Pro aktivity vycházející z regionální inovační strategie bude zpracovávána Marketingová strategie¹.

Cíl: cílem je zpracování marketingové strategie pro podporu rozvoje inovačního partnerství a systému Moravskoslezského kraje. Podstatou strategie bude navržení marketingové kampaně pro aktivity související s regionální inovační strategií jako celku. Vytvořená marketingová strategie bude založená na podkladech, které vyplynou v rámci workshopů marketingové platformy, dále na oficiálních dokumentech týkajících se inovační strategie a podkladech, které poskytne zadavatel.

Marketingová strategie bude zpracována pro tyto etapy:

- 1. etapa) marketingová strategie pro období 5/ 2017 do 12/2018.
- 2. etapa) návazná marketingová strategie pro období 2019 – 2022

¹ Zpracování bude financováno prostřednictvím projektu Smart Akcelerátor ([bližší informace o projektu](#)). Projekt však dává pouze realizační podmínky, samotná strategie bude vycházet z již zmíněné regionální inovační strategie.

Zpracování samotné marketingové strategie proběhne v období 8/2016 – 12/2016. Kampaně, které budou v rámci strategie navrženy, budou realizovány ve výše uvedených dvou etapách s tímto finančním rámcem:

- 1. etapa) předpokládaná realizace kampaní bude od května 2017 do prosince 2018. Na počátku roku 2019 proběhne evaluace účinnosti marketingových kampaní. Finanční rámec na realizaci kampaní v této první etapě je 7,5 mil. Kč.
- 2. etapa) předpokládaná realizace kampaní navazujících na první etapu, a to v období 2019 – 2022. Finanční rámec na realizaci kampaní není určen.

Postup realizace zpracování marketingové strategie: tvorba marketingové strategie Moravskoslezského kraje pro oblast inovací bude probíhat v úzké spolupráci s vytvořenou marketingovou platformou, facilitátorem marketingové platformy a zadavatelem.

Marketingová platforma (pracovní skupina) – skládá se z max. 20 významných zástupců inovační infrastruktury MSK. Jedná se o zástupce veřejného sektoru (Krajský úřad MSK, Agentura pro regionální rozvoj), univerzit (Vysoká škola báňská – Technická univerzita, Ostravská univerzita, Slezská univerzita), středních škol, podnikatelských inkubátorů a firem (malých, středních i velkých). Tato marketingová platforma se sejde cca 4 x pro účely tvorby podkladů marketingové strategie a její následné oponentury a bude facilitována vybraným facilitátorem (členy platformy a facilitátora vybere zadavatel, facilitátora vybere zadavatel také). Seznam členů platformy je k nahlédnutí [na webu](#). Zpracovatel marketingové strategie by se bude účastnit setkání marketingové platformy (3 x platforma po max. 4 hodinách). V úvodní fázi budou workshopy realizovány k definování vize marketingové strategie Moravskoslezského kraje pro oblast inovací, vč. návrhu podstaty sdělení a cílových skupin. V průběhu zpracování této strategie bude marketingová platforma sloužit jako oponent a bude připomínkovat obsah strategie. Samotné zpracování strategie bude úkolem zpracovatele.

Obsah marketingové strategie:

1. Úvod – zadání a celkové shrnutí (účel, cíle, výstup), použitá metodologie
2. Analytická část marketingové strategie (max. 15 stran)
 - a. Popis výchozí situace
 - b. SWOT analýza
3. Návrhová část marketingové strategie
 - a. Vize
 - b. Strategické (marketingové) cíle/priority
 - c. Akční plán realizace a harmonogram (témata sdělení, komunikační kanály, cílové skupiny, předběžný harmonogram) v členění na uvedené etapy.
 - d. Návrh marketingového mixu v členění na uvedené etapy.
 - e. Návrh rozpočtu v členění na uvedené etapy.
 - f. Evaluace a monitoring – nastavení systému vyhodnocení kampaně