

Rámcová smlouva na zajištění reklamních kampaní pro Český rozhlas

(uzavřená podle § 536 a násl. zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a § 11 a § 89 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů)

Smluvní strany:

Český rozhlas

zřízen zákonem č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

Se sídlem: Vinohradská 12, 120 99 Praha 2, Česká republika

Jednající:

Kontaktní osoba:

Kontaktní e-mailová adresa:

Bankovní spojení:

Číslo účtu:

IČ: 45245053

DIČ: CZ45245053

(dále jen "klient")

na straně jedné

a

Obchodní firma:

Ogilvy & Mather spol. s r.o.

zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 11330

Se sídlem: Přívozní 2A, č.p. 1064, 170 00 Praha 7

Jednající:

společnosti

Kontaktní osoba:

Kontaktní e-mailová adresa.

Bankovní spojení:

Číslo účtu:

IČ: 45794511

DIČ: CZ 45794511

a

Obchodní firma:

Nydrle Digital s.r.o.

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 99365

Se sídlem: Vyšehradská 1349/2, 128 00 Praha 2

Jednající:

Kontaktní osoba

Kontaktní e-mailová adresa:

Bankovní spojení:

Číslo účtu:

IČ: 271 408 49

DIČ: CZ271 408 49

Obchodní firma:

Proximity Prague s.r.o

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 17442

Se sídlem: Křížíkova 34. 186 00 Praha 8

Jednatel:

Kontaktní osoba

Kontaktní e-mailová adresa:

Bankovní spojení:

Číslo účtu:

IČ: 48582085

DIČ: CZ48582085

(dále společně jen „agentury“ nebo každý samostatně jen „agentura“)

na straně druhé

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto rámcovou smlouvu na zajištění reklamních kampaní pro klienta.

Preambule

Tato rámcová smlouva upravuje podmínky týkající se zadání nadlimitní veřejné zakázky č. j. VZ017/2012 a jednotlivých dílčích veřejných zakázek (minitendrů) na zajištění reklamních služeb a rámcově upravuje vzájemné vztahy mezi klientem a agenturami.

Účelem uzavření této rámcové smlouvy je průběžné zajišťování komplexních reklamních služeb v rámci reklamních kampaní pro klienta podle jeho aktuálních potřeb. Jednotlivé reklamní služby realizované na základě této Smlouvy budou sloužit k propagaci klienta, který je rozhlasovým vysílatelem. Agentura bere na vědomí, že jednotlivé reklamní služby budou realizovány za účelem propagace klienta u jeho cílových skupin a zajištění nekvalitních nebo jinak nestandardně realizovaných činností či kampaní může způsobit poškození dobrého jména klienta a vznik škody.

1. Předmět smlouvy

1.1. Předmětem této smlouvy je v souladu s § 11 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, úprava podmínek týkajících se jednotlivých dílčích smluv o zajišťování reklamních kampaní uzavřených na základě této smlouvy mezi klientem a jednou z agentur, která bude vždy vybrána postupem podle čl. 3 této smlouvy.

1.2. Na základě jednotlivých dílčích zakázek bude vybraná agentura povinna zajistit klientovi řádně a včas a za podmínek uvedených v této smlouvě požadované plnění a klient bude povinen uhradit agentuře za realizované plnění dohodnutou cenu.

1.3. Reklamními službami, které se na základě této rámcové smlouvy a dílčí smlouvy zavazuje pro klienta agentura v rámci realizace reklamní kampaně poskytnout, se rozumí:

- a) **příprava a realizace marketingových strategií** ve spolupráci s klientem
- b) **vytvoření koncepce a následná implementace prvků corporate identity k jednotlivým projektům** (vytvoření koncepce a následná implementace corporate prvků do následného manuálu – polepy vozů, branding interiéru a exteriéru budov; vytvoření koncepce nové značky k danému projektu; vytvoření nového loga značky

- vč. grafického manuálu; tvorba brand positioningu vzhledem k cílové skupině a cílům projektu, apod.)
- c) **komplexní kreativní grafický návrh komunikačního vizuálu kampaně**, vč. originálního nosného sdělení kampaně
 - d) **návrh a realizace kompletního mediamixu** (seznam všech médií, v nichž bude kampaň realizována, vč. formy a rozsahu konkrétní části reklamní kampaně (mediaplány pro každé jednotlivé médium), vč. **nákupu reklamních ploch a nosičů**, s ohledem na cílovou skupinu a samotné zadání definované pro jednotlivé kampaně v samostatných briefech. Agentura dále zajistí výrobu a předání všech formátů inzerce do příslušných mediatypů a koordinaci celé reklamní kampaně v součinnosti se zadavatelem reklamní kampaně / klientem, vč. zajištění předání podkladů pro inzerci výrobcům nosičů a jednotlivým médiím
 - e) **tvorba reklamní strategie a kompletní výroba všech forem reklamy** (reklama televizní, rozhlasová, tištěná, virální formy marketingu, vč. buzz marketingu, guerilla marketingu, apod., dále různé formy internetové reklamy vč. multimediálních projektů, digitálních aplikací, webových stránek, tvorby mikrosite pro jednotlivé projekty, hry, apod.)
 - f) **příprava a realizace digital marketingových kampaní** (příprava a vývoj internetových a mobilních aplikací, virální marketing atd.)
 - g) **příprava a realizace marketingových akcí či jiných doprovodných eventů** (agentura zajistí vše, co nebude realizovat sám klient, např. produkční práce k jednotlivým akcím, tzn. ozvučení, výzdobu, catering, hostesky a ostrahu, práva OSA, doprovodný program, propagaci akce, apod.)
 - h) **příprava a realizace direct marketingových kampaní** – návrh, tvorba, a distribuce newsletterů, nabídek, Rozhlasových novin, apod. s náležitostmi obchodního sdělení, resp. v souladu s platnými právními předpisy
 - i) **příprava a realizace akcí na podporu poslechovosti** (např. pořádání marketingových soutěží pro klienta včetně přípravy jejich pravidel), **včetně merchandisingu apod.**
 - j) **správa a budování CRM systému** (vč. případného zpracování osobních údajů),
 - k) **příprava a předávání podkladů pro mediatypy domluvené klientem v režimu barterové spolupráce**
 - l) **průběžný monitoring médií v průběhu trvání reklamní kampaně**, který bude klientovi předkládán vždy nejpozději do 7 pracovních dnů od zahájení kampaně v daném media typu (netýká se barterových titulů klienta – tiskové tituly, internetové servery)

2. Pojmosloví

2.1. **Reklamní kampaní** se pro účely této smlouvy rozumí realizace reklamních služeb výše uvedených v odst. 1.3., přičemž reklamní kampaň mohou tvořit pouze jednotlivé dílčí reklamní služby (např. dílčí nákup mediálního prostoru pro danou stanici, zajištění grafických prací a brand marketingu) nebo ucelený soubor jednotlivých reklamních služeb směřujících k dosažení cíle definovaného klientem zpravidla prostřednictvím klientského briefu, který bude součástí výzvy k podání nabídek.

2.2. **Klientský brief** je písemný dokument vytvořený klientem, jehož účelem je podat agentuře ucelenou informaci o výchozí situaci, zadání a cíli zamýšlené reklamní kampaně. V klientském briefu bude stanoven zejména rozpočet reklamní kampaně, doba plnění, předmět plnění, apod. Klient může klientský brief vytvořit i v případě reklamních kampaní, které jsou tvořeny jednotlivými reklamními činnostmi. Vytvoření klientského briefu je právem klienta, kterého klient využije, jestliže to klient v souvislosti se zamýšlenou reklamní kampaní považuje za vhodné.

2.3. **Dílčí zakázka nebo minitendr** je zakázka zadávaná na základě a v souladu s touto rámcovou smlouvou, která se realizuje na základě dílčí smlouvy uzavřené mezi agenturou a klientem.

2.4. **Dílčí smlouva** je smlouva uzavřená mezi klientem a agenturou na jednotlivou dílčí veřejnou zakázku zadávanou na základě této rámcové smlouvy. Text dílčí smlouvy bude vždy přílohou Výzvy k podání nabídek a v případě, že v rámci realizace reklamní kampaně bude docházet k vytváření autorských děl, může obsahovat i licenční ustanovení.

2.5. **Poskytnutí plnění** je řádné zajištění reklamních služeb agenturou klientovi na základě dílčí smlouvy uzavřené v rámci jednotlivých dílčích zakázek.

2.6. **Výzva k podání nabídek** je dokument obsahující obecný popis požadovaného plnění, informace o předmětu dílčí zakázky, identifikační údaje klienta, lhůtu a místo pro podání nabídek a údaje o hodnotících kritériích podle § 78 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách. V případě zaslání výzvy k podání nabídek prostřednictvím elektronického nástroje Proe.biz, popř. jiného elektronického nástroje, který klient určí, se výzvou k podání nabídek rozumí i Výzva k účasti v elektronické aukci, popř. obdobně nazvaná Výzva. Ve Výzvě k účasti v elektronické aukci budou kromě výše uvedených náležitostí uvedeny i veškeré informace týkající se průběhu e-aukce a jejího nastavení.

2.7. **Realizací reklamní kampaně** se rozumí zajištění požadovaných reklamních služeb v místě plnění ve stanoveném čase v rozsahu a kvalitě definované dílčí smlouvou.

2.8. **Oprávněnou osobou** se rozumí statutární orgán nebo osoba pověřená k jednání statutárním orgánem.

2.9. **Zaručený elektronický podpis** je platný kvalifikovaný elektronický podpis (certifikát), jenž splňuje požadavky zákona č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu, ve znění pozdějších předpisů a byl vydaný akreditovaným poskytovatelem certifikačních služeb.

3. Zadávání a realizace dílčích zakázek

3.1. Jednotlivé dílčí zakázky na základě této rámcové smlouvy budou klientem zadávány agenturám způsobem uvedeným v této smlouvě.

3.2. Klient bude jednotlivé dílčí zakázky na základě rámcové smlouvy zadávat v souladu s ustanovením § 92 odst. 3) a 4) zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, a v souladu s níže popsányými fázemi minitendru následujícím způsobem:

- a) Jednotlivé dílčí minitendry se budou konat průběžně po dobu platnosti rámcové smlouvy.
- b) Klient je oprávněn rozdělit zakázku (minitendr) na jednotlivé části podle vlastního uvážení – každá část může mít nastaveny specifické podmínky, např. hodnotící kritéria.
- c) Bude-li tak uvedeno ve výzvě k podání nabídek, budou agentury moci podávat nabídky na celou zakázku (minitendr), na její jednotlivou/é část/i nebo i jen na jednotlivé položky v rámci minitendru nebo jeho jednotlivých částí.

- d) Klient je oprávněn využít jako prostředek pro hodnocení nabídek elektronickou aukci (dále též jen e-aukce) realizovanou na elektronickém aukčním portálu Proe.biz, popř. jiném, který klient určí.
- e) Klient je oprávněn uskutečnit informativní schůzku, na které budou prezentovány požadavky klienta vztahující se k předmětu dílčí zakázky. Termín této schůzky bude uveden ve výzvě k podání nabídek. Klient je rovněž oprávněn uskutečnit informativní schůzku v případě, že ani jedna z předložených nabídek v rámci minitendru nebude odpovídat představě klienta a bude tudíž nutné, aby klient podal agenturám další detailní informace.
- f) Klient je oprávněn vyzvat agenturu k osobní prezentaci reklamních služeb, které navrhla (např. kampaň, vizuální styl).
- g) Klient je oprávněn v rámci jednotlivých minitendrů stanovit max. cenovou hladinu, kterou budou agentury v rámci minitendru povinny respektovat (dodržet).
- h) Klient je oprávněn se odchýlit od způsobu výběru agentury dle odst. 3.2. (tj. neuskutečnit minitendr a realizovat reklamní kampaň s jednou z výše uvedených agentur) v následujících případech:
- existuje návaznost požadovaného plnění na plnění, které již některá z agentur klientovi dříve poskytla; v takovém případě bude k realizaci reklamní kampaně a uzavření dílčí smlouvy vyzvána tato agentura,
 - realizaci dílčí veřejné zakázky jinou agenturou brání existence práv z duševního vlastnictví či platné licenční podmínky.
- i) Průběh a jednotlivé fáze minitendru:
- **Zahájení minitendru:**
 - I. Klient vyzve agentury k podání nabídek, a to elektronickými prostředky prostřednictvím datové zprávy, e-mailu s elektronickým podpisem nebo elektronického nástroje Proe.biz, popř. jiného elektronického nástroje, který Klient určí.
 - II. Výzvu k podání nabídek zašle Klient agenturám v dostatečném časovém předstihu před stanovenou lhůtou pro podání nabídek. Délku lhůty pro podání nabídek určí klient s ohledem na složitost předmětu dílčí zakázky. Min. lhůta pro podání nabídek bude **5 pracovních dní**.
 - **Obsah Výzvy k podání nabídek (dále i „výzva“):**
 - I. Výzva bude obsahovat informace uvedené v čl. 2.6. této smlouvy a případně další informace specifické pro tu kterou dílčí zakázku.
 - II. Součástí výzvy bude dále místo a datum plnění.
 - III. Výzva bude obsahovat rovněž informaci o způsobu podání nabídek – písemně nebo elektronicky (např. prostřednictvím elektronického nástroje Proe.biz).
 - IV. V případě zaslání výzvy prostřednictvím elektronického nástroje Proe.biz se výzvou k podání nabídek rozumí i Výzva k účasti v elektronické aukci, Ve Výzvě k účasti v elektronické aukci budou uvedeny veškeré informace týkající se průběhu e-aukce a jejího nastavení včetně všech výše uvedených náležitostí výzvy.

- **Předložení nabídek:**

- I. Agentura předloží nabídku v souladu s výzvou.
- II. Součástí nabídky bude textový popis nabízeného plnění a cenová nabídka včetně případných grafických návrhů a dalších náležitostí podle požadavků klienta uvedených ve výzvě.
- III. Nabídka musí být doručena agenturou klientovi ve lhůtě pro podání nabídky stanovené ve výzvě.
- IV. V případě, že bude nabídka požadována elektronicky, je agentura povinna tuto zaslat v dostatečném předstihu tak, aby klientovi byla doručena ve lhůtě stanovené ve výzvě.
- V. V případě, že bude požadováno předložení nabídky prostřednictvím elektronického nástroje Proe.biz, je agentura povinna doručit (vložit) ve lhůtě stanovené ve výzvě svou nabídku (dokumenty i nabídkové ceny) do prostředí tohoto elektronického nástroje.

- **Posouzení nabídek:**

- I. Nabídku doručitou agenturou ve stanovené lhůtě pro podání nabídek klient posoudí z hlediska splnění požadavků klienta na nabízené plnění.

- **Hodnocení nabídek:**

- I. Klient vyhodnotí nabídky podle hodnotících kritérií stanovených ve výzvě k podání nabídek.
- II. Klient bude pro hodnocení nabídek při zadávání dílčích zakázek využívat hodnotící kritéria, kterou budou stanovena vždy ve výzvě k podání nabídek. Základními hodnotícími kritérii budou:
 - *nejnižší nabídková cena* nebo
 - *ekonomická výhodnost nabídky* - s dílčími hodnotícími kritérii:
 - Cena
 - Originalita
 - Realizovatelnost/ praktičnost
 - Odkaz /message
 - Odlišnost od konkurence
 - Vhodnost pojetí
 - Zapamatovatelnost
 - Forma a obsah
 - Líbivost
 - Nápaditost
 - Termín plnění

V dílčí zakázce mohou být uvedena dílčí hodnotící kritéria libovolně nakombinována a využita i jen některá z nich. Bližší specifikace hodnotících kritérií včetně jejich vah bude uvedena ve výzvě.

- III. Výsledek hodnocení nabídek klient agentuře oznámí elektronickými prostředky na kontaktní adresu agentury nejpozději do 10 pracovních dní od ukončení lhůty pro podání nabídek s výjimkou minutendů, kdy hodnocení proběhne prostřednictvím e-aukce a agentuře tak bude výsledek hodnocení znám již v době ukončení e-aukce.

- **Uzavírání dílčí smlouvy:**

- i. Agentura, která se stane vítězem v minitendru, uzavře dílčí smlouvu s klientem v rozsahu a za podmínek daných výzvou k podání nabídek a výsledkem hodnocení nabídek, příp. e-aukce.
- j) Klient je oprávněn v dílčí zakázce požadovat jak zajištění komplexních reklamních služeb tzv. „na klíč“, tak i zajištění jednotlivých reklamních činností, které jsou rámcově uvedeny v odst. 1.3. této smlouvy.
- k) Klient je oprávněn v dílčí zakázce požadovat i zajištění dalších reklamních služeb, které nejsou uvedeny výše v odst. 1.3. této smlouvy, a to do maximální výše 30 % z celkové hodnoty veřejné zakázky a s dobou využití do konce platnosti této rámcové smlouvy.

4. Místo a čas plnění, uzavírání dílčí smlouvy, náležitosti dílčí smlouvy

- 4.1. Zajištění a realizace reklamních kampaní bude probíhat na základě podmínek plnění stanovených v dílčí smlouvě uzavřené mezi klientem a agenturou, přičemž podmínky plnění uvedené v dílčí smlouvě budou odpovídat podmínkám stanoveným ve výzvě k podání nabídek.
- 4.2. Dílčí smlouva musí obsahovat tyto náležitosti:
 - Místo a čas plnění
 - Specifikace plnění
 - Cena plnění
- 4.3. Lhůta realizace plnění bude upřesněna ve výzvě k podání nabídek a může být stanovena prostřednictvím harmonogramu plnění.
- 4.4. V závislosti na předmětu reklamní kampaně si smluvní strany stanoví v dílčí smlouvě podmínky plnění reklamní kampaně, zejména pak mohou stanovit způsob realizace reklamní kampaně, kontrolní mechanismy, způsob komunikace mezi klientem a agenturou, způsob schvalování materiálů vytvářených agenturou v průběhu reklamní kampaně (např. mediaplán, grafický náhled vizuálu, grafický návrh loga), podmínky poskytování součinnosti klienta a agentury, způsob řešení práv k užití autorských děl vzniklých v průběhu realizace reklamní kampaně, sankční ustanovení, podmínky odstoupení od smlouvy, záruční podmínky apod.
- 4.5. V případě, že v rámci reklamní kampaně dojde ke zpracování osobních údajů třetích osob, je agentura povinna uzavřít s klientem smlouvu o zpracování osobních údajů příp. podniknout veškeré potřebné kroky tak, aby byla reklamní kampaň realizována v souladu s platnými právními předpisy. Znění smlouvy o zpracování osobních údajů bude v takovém případě přílohou dílčí smlouvy.
- 4.6. Agentura bude zajišťovat reklamní kampaně dle požadavků klienta na základě zadání klienta v rámci jednotlivých minitendrů.
- 4.7. Uzavření dílčí smlouvy proběhne následujícím způsobem:
 - Klient po vyhodnocení nabídek, popř. po skončení e-aukce, vyhotoví text dílčí smlouvy tak, aby byl v souladu s výsledky hodnocení, příp. e-aukce, a zašle jej elektronickou poštou z kontaktní adresy klienta nejpozději pět pracovních dní po oznámení výsledku hodnocení nabídek na kontaktní e-mailovou adresu vítězné agentury. E-mailová zpráva obsahující závazný text dílčí smlouvy bude opatřena zaručeným elektronickým podpisem Klienta.
 - Agentura je povinna nejpozději třetí pracovní den ode dne doručení e-mailové zprávy s textem dílčí smlouvy (počítáno včetně dne doručení e-mailové zprávy) doručit klientovi na jeho kontaktní adresu dílčí smlouvu podepsanou oprávněnou osobou v listinné podobě.

- Klient je povinen nejpozději třetí pracovní den ode dne doručení dílčí smlouvy v listinné podobě (počítáno včetně dne doručení) doručit podepsanou dílčí smlouvu ze strany klienta agentuře.

4.8. V případě, že bude agentura v prodlení s doručením dílčí smlouvy dle předchozího odstavce odrážky druhé, ztrácí právo na uzavření dílčí smlouvy a toto právo na uzavření dílčí smlouvy přechází na agenturu, jejíž nabídka se při hodnocení umístila jako další v pořadí, příp. účastníka e-aukce, který se umístil jako další v pořadí. Postup uzavření dílčí smlouvy uvedený v čl. 4. 6. se pro tyto případy použije obdobně.

5. Práva a povinnosti smluvních stran

5.1. Klient si vyhrazuje právo požadovat změnu nabídky vítězné agentury a agentura je povinna požadované změny nabídky provést v případě, že provedení těchto změn

- by nemělo vliv na pořadí nabídek hodnocených v rámci minitendru,
- nemá vliv na cenu plnění agentury, a
- je proveditelné.

V takovém případě je agentura povinna nabídku upravit požadovaným způsobem bez zbytečného prodlení před podpisem dílčí smlouvy.

5.2. Klient si vyhrazuje právo požadovat změnu kreativních částí plnění vítězné agentury, které byly součástí nabídky a které neznamenají podstatnou změnu předložených kreativních návrhů (drobné změny grafických návrhů, změny textů apod.). Agentura je povinna změny požadované klientem provést, přičemž tyto změny nebudou mít vliv na cenu, která bude uvedena v dílčí smlouvě jako cena konečná a nepřekročitelná. Úprava procesu navrhování a schvalování těchto změn bude předmětem dílčí smlouvy.

5.3. V případě, že by klient požadoval změnu, která by zásadním způsobem měnila v rámci minitendru agenturou dodané plnění popř. změnu, která by směřovala k rozšíření předmětu plnění požadovaného klientem (využití dalšího mediatypu, vytvoření nového grafického motivu, souhlas s nákupem dalšího mediálního prostoru nad rámec původně požadovaného apod.), může na základě dohody smluvních stran dojít k úpravě ceny za realizaci reklamní kampaně. Žádná změna dohodnutého plnění agentury způsobující zvýšení nebo snížení dohodnuté ceny, prodloužení dohodnuté doby plnění případně jiné podstatné změny se nesmí uskutečnit bez předchozího písemného potvrzení změny podepsané agenturou a klientem formou písemného dodatku k uzavřené dílčí smlouvě.

5.4. Při přípravě návrhů a realizaci jednotlivých reklamních kampaní musí agentura dbát efektivního zaměření na specifikovanou cílovou skupinu v kombinaci s maximálně efektivní frekvencí zásahu. Současně se musí agentura snažit v maximální možné míře přenést požadované sdělení reklamní kampaně na definovanou cílovou skupinu.

5.5. Dílčí smlouva může stanovit povinnost agentury předat klientovi jako součást závazku k realizaci reklamní kampaně veškerá otevřená zdrojová data finálního grafického návrhu k celé reklamní kampani tak, aby klient mohl tato data sám užívat a editovat.

5.6. Nestanoví-li dílčí smlouva jinak, nejpozději do 2 týdnů po ukončení jednotlivých reklamních kampaní bude agentura povinna předat klientovi písemnou zprávu o průběhu celé reklamní kampaně a jejím vyhodnocení. Zpráva bude obsahovat zejména informace o průběhu kampaně, jejím dopadu na mínění u cílové skupiny i samotné vyhodnocení efektivity reklamní kampaně, apod. Klient je oprávněn vznést k předložené písemné zprávě připomínky a žádat její úpravy a doplnění.

5.7. Smluvní strany neodpovídají za prodlení či vady plnění podle této smlouvy či škodu způsobenou druhé smluvní straně, pokud bude způsobeno okolnostmi uvedenými v ustanovení § 374 obchodního zákoníku, a pokud příslušná smluvní strana bez zbytečného odkladu písemně oznámí druhé smluvní straně, že nastala některá z okolností uvedených v ustanovení § 374 obchodního zákoníku a pokud učiní veškeré přiměřené kroky a opatření ke zmírnění či odstranění škodlivých následků.

6. Předpokládaná hodnota plnění, platební a sankční podmínky

6.1. Předpokládaná hodnota plnění poskytnutého na základě rámcové smlouvy byla stanovena na 160.000.000,-Kč bez DPH (slovy: sto šedesát miliónů korun českých). Jedná se o celkovou maximální a nepřekročitelnou výši plateb na základě všech dílčích smluv, které je klient oprávněn po dobu trvání této smlouvy všem agenturám zaplatit.

6.2. Cena za realizaci reklamní kampaně bude u dílčích zakázek nabídnuta agenturou v minutendru v její nabídce, příp. v e-aukci a bude tak stanovena vždy pro každou jednotlivou dílčí zakázku (smlouvu). Klient má právo s cenou navrženou agenturou nesouhlasit a v takovém případě k uzavření smlouvy nedojde. Cena za realizaci reklamní kampaně zahrnuje veškeré náklady agentury spojené s kompletním předmětem plnění, vč. nákupu médií, agenturních provizí, apod.

6.3. Klient je oprávněn stanovit kompletní částku (rozpočet) pro jednotlivé činnosti s tím, že agentura předloží návrh jednotlivých činností a alokuje na ně finanční částky z přiděleného rozpočtu. Návrh rozpočtu jako celku s naceněním jednotlivých položek bude agentura předkládat klientovi v rámci nabídky.

6.4. Případné poskytnutí zálohy klientem na plnění poskytované agenturou na základě dílčí smlouvy bude klientem uvedeno ve výzvě k podání nabídek. Rovněž harmonogram vyplácení úhrad dílčích plnění upřesní klient ve výzvě k podání nabídek.

6.5. Klient se zavazuje uhradit platbu za poskytnutí plnění ze strany agentury výhradně na základě daňového dokladu – faktury. Faktura musí obsahovat veškeré zákonné náležitosti daňového dokladu dle příslušných platných právních předpisů. Platební podmínky budou podrobně upraveny v dílčí smlouvě v závislosti na předmětu reklamní kampaně.

6.6. Sankční podmínky budou upraveny v dílčí smlouvě pro každou jednotlivou reklamní kampaň zvlášť s ohledem na charakter, cenu a důležitost plnění. Sankce bude rovněž uvedena ve výzvě k podání nabídky.

6.7. Agentura je povinna zaplatit klientovi jednorázovou smluvní pokutu ve výši 1 % z ceny dílčí zakázky bez DPH v případě, že bude v prodlení s doručením dílčí smlouvy dle čl. 4. 6. odrážka druhá. Touto smluvní pokutou není dotčeno právo klienta na náhradu škody v plné výši včetně ušlého zisku.

6.8. V případě, že dojde v souvislosti s realizací reklamní kampaně agenturou k poškození dobrého jména klienta, je agentura povinna zaplatit klientovi smluvní pokutu ve výši 100.000,- Kč za každý jednotlivý případ. Touto smluvní pokutou není dotčeno právo na náhradu škody v plné výši.

7. Autorská práva

7.1. Agentura odpovídá za to, že plnění realizované agenturou na základě této a dílčí smlouvy (tj. i plnění dodané agenturou v rámci minutendru) a jeho jednotlivé části budou bez právních vad, nebudou porušovat práva třetích osob včetně práv duševního vlastnictví a práv na ochranu osobnosti ve smyslu občanského zákoníku. Agentura se zavazuje nahradit klientovi veškerou škodu, která klientovi vznikne v souvislosti se skutečností, že se prohlášení agentury

dle předchozích vět ukáže nepravdivým. Agentura odpovídá za to, že jí dodané plnění bude v souladu s platnými právními předpisy a Kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu.

7.2. Agentura se dílčí smlouvou zavazuje k realizaci reklamní kampaně a v případě, že v rámci realizace této kampaně dochází k vytvoření autorského díla či k vzniku práv souvisejících s právem autorským (zejm. výkonům výkonných umělců, práv ke zvukovému záznamu apod.), zavazuje se agentura poskytnout klientovi veškerá práva k užití formou licence a/nebo podlicence k výkonu práv ke všem autorským dílům, která jsou součástí reklamní kampaně dle dílčí smlouvy (dále jen jako „Autorské materiály“), to vše dle podmínek dále stanovených. Cena za poskytnutí práv k užití Autorských materiálů je obsažena v ceně za realizaci reklamní kampaně. Za součást reklamní kampaně se považuje i plnění dodané agenturou v rámci minitendru.

7.3. V případě, že dílčí smlouva nestanoví jinak, agentura výslovně a neodvolatelně prohlašuje a zaručuje se, že je a/nebo nejpozději v okamžiku předání Autorského materiálu klientovi bude oprávněna k výkonu majetkových práv k Autorskému materiálu a je a/nebo nejpozději v okamžiku předání Autorského materiálu klientovi bude oprávněn k poskytnutí licence či podlicence v rozsahu dle tohoto článku a dále prohlašuje, že udělením licencí a/nebo podlicencí dle této Smlouvy a/nebo užitím takových licencí a/nebo podlicencí dle této Smlouvy nezpůsobí neoprávněný zásah do práv jakékoliv třetí osoby.

7.4. V případě, že dílčí smlouva nestanoví jinak, uděluje agentura klientovi s účinností ke dni předání takového Autorského materiálu klientovi, licenci či podlicenci (u autorských materiálů, kde agentura má pouze licenci) ke zveřejnění Autorského materiálu, spojení Autorského materiálu s jinými autorskými díly či uměleckými výkony, k zaznamenání na zvukové či zvukově-obrazové záznamy, k zařazení do souboru děl nebo výkonů, k úpravě či editaci, k užití vcelku i po částech. Licence a/nebo podlicence se poskytuje ke všem způsobům užití všemi formami a všemi technickými prostředky. Licence a/nebo podlicence dle tohoto článku je poskytnuta jako výhradní, celosvětová a neomezená co do rozsahu a poskytuje se na celou dobu právní ochrany příslušných Autorských materiálů. Klient je oprávněn udělit podlicenci třetí osobě popř. licenci převést na třetí osobu. Klient není povinen licenci či podlicenci užit. Agentura nemá právo v souvislosti s poskytnutím licence či podlicence dle tohoto odstavce na žádnou dodatečnou odměnu.

8. Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

8.1. Smlouva se uzavírá na dobu 4 let od uzavření této smlouvy tj. dnem podpisu posledního účastníka této smlouvy, případně zanikne vyčerpáním hodnoty plnění poskytnutého na základě této rámcové smlouvy ve výši max. 160.000.000,-Kč (slovy: sto šedesát milionů korun českých).

8.2. Tuto smlouvu lze ukončit dohodou smluvních stran nebo odstoupením od smlouvy.

8.3. Účastníci smlouvy na straně agentur vystupují a odpovídají za svoje závazky z této smlouvy (příp. dílčí smlouvy) každý samostatně a rovněž jejich práva, která na základě této smlouvy vzniknou, vznikají každé agentuře samostatně. Touto smlouvou se zakládá samostatný smluvní vztah mezi klientem a jednotlivou agenturou.

8.4. Každá ze smluvních stran má právo od této smlouvy písemně odstoupit, jestliže druhá smluvní strana nesplní povinnost, kterou podle této smlouvy nebo zákona má, a to ani v přiměřené dodatečně lhůtě stanovené ve výzvě ke splnění.

8.5. Klient má právo od této smlouvy odstoupit zejména v případě, že

- agentura se podruhé za dobu trvání této smlouvy ocitla v prodlení s uzavřením dílčí smlouvy,

- agentura se podruhé za dobu trvání této smlouvy ocitla v prodlení s realizací reklamní kampaně dle dílčí smlouvy.

8.6. Agentura je oprávněna odstoupit od této smlouvy zejména v případě, že klient bude podruhé po dobu platnosti této smlouvy v prodlení s platbou ceny za zajištění služeb o více než 15 dní.

8.7. Pokud se během trvání smlouvy sníží počet agentur způsobilých plnit předmět smlouvy pod tři (§ 89 odst. 7 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách), rámcová smlouva zaniká bez nároku na náhradu škod, a to jak pro agenturu, tak pro klienta. Zánik této rámcové smlouvy dle tohoto odstavce se nedotýká smluvních závazků z dílčích smluv uzavřených před zánikem rámcové smlouvy.

8.8. Podmínky odstoupení od dílčí smlouvy jsou stanoveny v dílčí smlouvě, jejíž znění je součástí výzvy k podání nabídek.

9. Závěrečná ustanovení

9.1. Žádná ze smluvních stran není oprávněna převést nebo postoupit tuto smlouvu nebo její část nebo práva a povinnosti z ní vyplývající jinému subjektu.

9.2. Veškeré změny této smlouvy mohou být činěny pouze ve formě písemných, vzestupně číslovaných dodatků podepsaných smluvními stranami.

9.3. Je-li smluvními stranami výslovně v této smlouvě pro určité případy dohodnut způsob doručování písemností, jsou smluvní strany povinny takto stanovený způsob doručování dodržet.

9.4. V případě, že způsob doručování v této smlouvě stanoven není, pak jsou smluvní strany povinny doručovat písemnosti doporučenou poštou (zahrnuje i datovou schránku) nebo osobně.

9.5. Smluvní strany se dohodly, že v případě, že není-li prokazatelně doručena písemnost dříve, považuje se za den doručení písemnosti třetí den po prokazatelném odeslání písemnosti.

9.6. Smluvní strany jsou povinny si neprodleně oznámit změny v kontaktních osobách a kontaktních e-mailových adresách. Kontaktní e-mailové adresy uvedené v záhlaví této smlouvy jsou kontaktními adresami, ze kterých budou posílány e-mailové zprávy dle odst. 4.4. a 4.6.

9.7. Veškeré spory, které vzniknou na základě této smlouvy nebo v souvislosti s ní, a které se nepodaří urovnat dohodou, budou řešeny v občanském soudním řízení před soudy České republiky.

9.8. Prodávající bere na vědomí, že kupující je jako zadavatel veřejné zakázky povinen v souladu s § 147a odst.1) zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů, uveřejnit na profilu zadavatele tuto Smlouvu (i všechny dílčí smlouvy uzavřené v jejím rámci) včetně všech jejích změn a dodatků a dílčích smluv uzavřených na jejím základě, výši skutečně uhrazené ceny za plnění veřejné zakázky a seznam subdodavatelů prodávajícího veřejné zakázky.

9.9. Poskytovatel je povinen v souladu s § 147a odst. 4) a 5) ZVZ předložit kupujícímu seznam subdodavatelů prodávajícího veřejné zakázky, ve kterém uvede subdodavatele, jimž za plnění subdodávky uhradil více než 10 % z celkové ceny veřejné zakázky.

9.10. V případě, že plnění smlouvy přesahuje jeden rok, je poskytovatel je povinen předložit výše uvedený seznam subdodavatelů nejpozději do 28. února následujícího kalendářního roku.

9.11. V případě, že poskytovatel nedodá kupujícímu výše uvedený seznam subdodavatelů, nebude kupující moci splnit svou povinnost podle §147a odst. 6) ZVZ. Pokud kupujícímu v souvislosti s porušením povinnosti podle §147a odst. 6) ZVZ vznikne v této souvislosti škoda, má kupující právo vymáhat náhradu škody na poskytovateli.

9.12. Tato smlouva je vyhotovena v 5 stejnopisech, z nichž každá agentura obdrží jedno vyhotovení a klient dvě vyhotovení. Všechna vyhotovení mají platnost originálu.

9.13. Smluvní strany prohlašují, že si smlouvu přečetly a její text odpovídá jejich pravé, svobodné a omylu prosté vůli, na důkaz čehož připojují své podpisy.

V Praze dne 8. 8. 2012

Český rozhlas
(Klient)

V Prave dne 14. 8. 2012

Agentura ~~Ogilvy & Mather~~ spol. s r.o.

(na základě plné moci ze dne 30. 7. 2012)

V Praze dne 14. 8. 2012

Agentura ~~Nydrle~~ Digital s.r.o.

V Praze dne 15. 8. 2012

Agentura Proximity Prague s.r.o