

Operační program Technická pomoc 2014-2020, projekt „Informační kampaně o ESI fondech 3“;
reg. č. CZ.08.1.125/0.0/0.0/15_001/0000273 a navazující projekty;

Číslo v CES: 6398
3691/5169/46/28 – EU zdroje
3691/5169/45/28 – SR ČR

Poskytovatel je plátce DPH

SMLOUVA O ZAJIŠTĚNÍ MEDIÁLNÍHO PROSTORU

Článek I. Smluvní strany

Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj

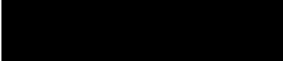
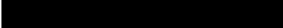
Se sídlem: Praha 1, Staroměstské náměstí 6, PSČ 110 15
Zastoupená: Ing. Radkem Kobzou, ředitelem Odboru publicity a evaluací fondů EU
IČO: 660 02 222
DIČ: neplátce DPH
Bankovní spojení: ČNB, Praha 1, Na Příkopě 28
č. účtu: 629001/0710

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

a

REMMARK, a. s.

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, v odd. vl. 5258

Se sídlem: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
Zastoupená: Ing. Romanem Heřmanem, předsedou správní rady
IČO: 25652869
DIČ: CZ25652869
Bankovní spojení: 
č. účtu: 

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

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

smlouvu o zajištění mediálního prostoru
(dále jen „smlouva“)

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

Článek II.

Předmět smlouvy

1. Účelem smlouvy je realizace mediální kampaně prostřednictvím nákupu mediálního prostoru a plánu realizace kampaně pro Objednatele, mj. také v kontextu témat fondů EU nebo Integrovaného regionálního operačního programu v rámci zavedeného DNS s názvem „Dynamický nákupní systém na nákup mediálního prostoru pro MMR a pro evropské fondy“ vedeném ve Věstníku veřejných zakázek pod ev. číslem zakázky Z2019-003920 a minitendru s názvem **Minitendr 15/6398_Mediální prostor pro kampaň Životní prostředí** (dále „předmětný minitendr“).
2. Předmětem smlouvy je závazek Poskytovatele zajistit pro Objednatele mediální prostor pro komunikační aktivity a kampaně Objednatele a evropských fondů zejména v souladu s přílohou č. XII Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a z něho vyplývajících strategických dokumentů (dále také jako „služby“). Podrobná specifikace předmětu smlouvy je uvedena v příloze č. 1, která je její nedílnou součástí.
3. Předmětem smlouvy je rovněž závazek Objednatele zaplatit Poskytovateli za řádně a včas poskytnuté služby cenu sjednanou v čl. IV. odst. 1 smlouvy.

Článek III.

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

1. Poskytovatel je při plnění smlouvy povinen postupovat s odbornou péčí, podle svých nejlepších znalostí a schopností, přičemž je při své činnosti povinen chránit zájmy a dobré jméno Objednatele a postupovat v souladu s jeho pokyny.
2. Smluvní strany se zavazují komunikovat prostřednictvím kontaktních osob uvedených v čl. X odst. 5 smlouvy (dále jen „kontaktní osoby“).
3. Není-li mediaplán součástí nabídky k předmětnému minitendru, poskytovatel se zavazuje předat kontaktní osobě Objednatele mediaplán, a to nejpozději do 5 pracovních dnů ode dne nabytí účinnosti smlouvy.
4. Objednatel si vyhrazuje právo vznést k obsahu mediaplánu dle odst. 3 připomínku, a to nejpozději do 5 pracovních dnů od doručení mediaplánu. Práva k připomínkám se Objednatel může písemně vzdát e-mailem zaslaným kontaktní osobě.
5. Pokud v tomto časovém úseku poskytovatel neobdrží od objednatel žádnou připomínku, má se za to, že objednatel neuplatnil žádné připomínky. Pokud připomínky objednatel má, stanoví poskytovateli přiměřenou lhůtu k vypořádání připomínek, min. 1 pracovní den od doručení e-mailu.
6. Poskytovatel se zavazuje zpracovat veškeré připomínky objednatel. Připomínkové řízení k mediaplánu může probíhat vícekolově, vždy ovšem musí proběhnout tak, aby požadované plnění bylo poskytnuto v termínu uvedeném v následujícím odstavci.
7. Poskytovatel se zavazuje dokončit plnění dle schváleného mediaplánu v termínu nejpozději do 20 týdnů od uveřejnění smlouvy v registru smluv. První fáze realizace začne do 6 týdnů od uveřejnění smlouvy v registru smluv, potrvá přesně 6 týdnů. Druhá fáze na ni kontinuálně naváže následující den a potrvá přesně 8 týdnů. Předání závěrečné zprávy a kompletního vyhodnocení

proběhlé kampaně, včetně srovnání plánů a předpokladů s reálnými výsledky, proběhne do 3 týdnů od skončení druhé fáze plnění. Převzetí předmětu smlouvy dle článku II. bude probíhat v sídle objednatele, a to písemným protokolem o předání a převzetí dokončeného plnění.

8. Předávací protokol podle tohoto odstavce vypracovává poskytovatel a podepisují jej kontaktní osoby obou smluvních stran.
9. Nestanoví-li objednatel jinak, veškeré doložení plnění poskytnuté na základě smlouvy bude poskytovatelem předáno objednateli na multimediálních nosičích.

Článek IV.

Cena plnění a platební podmínky

1. Smluvní strany se dohodly, že objednatel zaplatí poskytovateli za plnění specifikované v článku II. smlouvy cenu v souladu s cenovým listem dle přílohy č. 1 smlouvy. Smluvní strany se dohodly, že celková cena uhrazená objednatelem poskytovateli za plnění smlouvy činí 14.999.999,87 Kč bez DPH
 (slovy: čtrnáctmilionůdevětsetdevadesátdevěttisícdevětsetdevadesátdevětkorunčeských + 0,87 Kč, tj. 18.149.999,85 Kč včetně DPH (slovy: osmnáctmilionůjedenstočtyřicetdevěttisícdevětsetdevadesátdevětkorunčeských + 0,85 Kč), z toho DPH činí 3.149.999,98 Kč (slovy: + 0,98 Kč).
2. Poskytovatel prohlašuje, že výše sjednaná cena předmětu smlouvy zahrnuje veškeré související náklady vzniklé v souvislosti s poskytnutím předmětu smlouvy (např. nosiče dat) a že jde o cenu nejvýše přípustnou, nepřekročitelnou a platnou po celou dobu trvání smlouvy. Uvedená cena zahrnuje také licenční odměnu. Úprava ceny uvedené v smlouvě je možná pouze v případě změny daňových nebo jiných právních předpisů, které mají vliv na cenu, nebo v případě, že se druhá smluvní strana stane za doby trvání smlouvy plátcem DPH.
3. DPH je účtována vždy v aktuální sazbě dle platných právních předpisů. Dojde-li během plnění smlouvy ke změně sazby daně z přidané hodnoty, bude poskytovatel účtovat k ceně plnění daň podle aktuální sazby. K těmto změnám je nutno uzavírat dodatek.
4. Cena za předmět plnění odpovídající konkrétní výzvě k plnění bude zaplacená na základě faktury vystavené poskytovatelem po řádném dodání předmětu smlouvy a jeho převzetí objednatelem, což bude potvrzeno podpisem předávacího protokolu kontaktní osobou objednatele, jehož kopie bude přílohou faktury. Faktura (daňový doklad) vystavená poskytovatelem musí obsahovat náležitosti stanovené právními předpisy, zejména zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění p.p., a popř. náležitosti vyplývající z režimu spolufinancování projektu z ESIF.
Na faktuře musí být uvedena věta „Hrazeno z OPTP 2014-2020/Technické pomoci, projektu Informační kampaně o ESI fondech 3, reg. číslo CZ.08.1.125/0.0/0.0/15_001/0000273“. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího doručení objednateli. Faktura musí být zaslána na adresu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Odbor publicity a evaluací fondů EU, Staroměstské nám. 6, Praha 1, 110 15. Na faktuře musí být podpis kontaktní osoby a číslo smlouvy v CES objednatele. V případě, že faktura nebude obsahovat zákonem předepsané a výše uvedené náležitosti, je objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že poskytovatel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není objednatel v prodlení s úhradou faktury. Změna označení projektu uvedeného ve smlouvě je účinná dnem doručení písemného oznámení o změně poskytovateli; změna může být provedena také formou e-mailu.
5. Předmětná faktura musí být objednateli doručena nejpozději do 15. 12. daného roku, aby mohla být proplacena v tomtéž kalendářním roce. V případě nedoručení v uvedeném termínu bude faktura proplacena až v roce následujícím.

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

Článek V.

Přechod vlastnického práva a licence

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

Článek VI.

Práva a povinnosti smluvních stran

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

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

3. Poskytovatel vyhotoví k realizované mediální kampani Závěrečnou zprávu o realizaci mediální kampaně, která bude dokládat naplnění cílů a obsahu předmětu smlouvy dle smlouvy. Přílohou Zprávy budou kopie realizovaných výstupů (popř. nosiče s kopiemi inzertních výstupů). Pro každý realizovaný inzertní výstup bude uveden zásah v cílové skupině v jednotkách TRP s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. U internetu, bude-li předmětem plnění, bude zásah doložen počtem zhlédnutí (videoreklamy, bannerů, reklamy na sociálních sítích atp.) a počtem kliků u reklamních systémů PPC. Případně mohou být uvedeny jiné jednotky, relevantní k danému mediatypu a reklamnímu formátu. Zpráva bude vyhotovena ve dvou (2) výtiscích, které budou podepsány kontaktními osobami smluvních stran, kdy každá ze smluvních stran obdrží po jednom (1) vyhotovení.
4. Poskytovatel není oprávněn postoupit pohledávky vyplývající ze smlouvy bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany.
5. Poskytovatel se zavazuje během realizace předmětu smlouvy i po jeho předání objednateli zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatele v souvislosti s realizací předmětu smlouvy a které nejsou veřejně dostupné (dále jen „důvěrné informace“).
6. Poskytovatel se zavazuje, že důvěrné informace nezveřejní, neposkytne či jinak nezpřístupní ani neumožní zpřístupnit a nesdělí je přímo ani nepřímo třetí osobě, pokud k tomu neexistuje právní důvod, a ani je nepoužije v rozporu s jejich účelem a pro své potřeby.
7. Poskytovatel odpovídá za to, že mlčenlivost budou zachovávat i jeho zaměstnanci, jiné jím pověřené osoby a případní externí spolupracovníci; poskytování důvěrných informací těmto osobám může být provedeno pouze v míře nezbytně potřebné pro realizaci smlouvy a tyto osoby musí být poskytovatelem zavázány k povinnosti ochrany důvěrných informací minimálně ve stejném rozsahu, v jakém je zavázán sám poskytovatel dle smlouvy.
8. Poskytovatel je povinen uchovávat veškeré originální dokumenty související s realizací veřejné zakázky po dobu uvedenou v závazných právních předpisech upravujících oblast zadávání veřejných zakázek, nejméně však po dobu 10 let od finančního ukončení projektu, zároveň však alespoň do 31. 12. 2033. Po tuto dobu je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s realizací veřejné zakázky.
9. Po dobu uvedenou v odst. 8 je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním smlouvy.
10. Poskytovatel je povinen opatřit každý výstup z veřejné zakázky, pokud je určen pro informování široké veřejnosti nebo pro cílové skupiny o podpořené operaci včetně jakéhokoliv potvrzení účasti nebo jiného potvrzení, znakem EU spolu s názvem fondu a programu. Podklady pro splnění pravidel dodá objednatel.
11. Poskytovatel prohlašuje, že ke dni nabytí účinnosti smlouvy je s výše uvedenými povinnostmi seznámen. V případě, že v průběhu plnění smlouvy dojde ke změně těchto pravidel, je objednatel povinen o skutečnosti poskytovatele bezodkladně informovat.
12. Poskytovatel není oprávněn postoupit práva, povinnosti a závazky smlouvy třetí osobě nebo jiným osobám bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
13. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli umožní přístup k aktuálním datům vyplývajícím ze smluv uzavřených se subjekty poskytujícími níže uvedený typ služeb, které poskytovateli poskytnou průběžný, přímý přístup a využívání aktuálních dat v oblastech:
 - a. TV, Internetu, četnosti tisku
 - b. monitoringu reklamních investic internetu v ČR,

a to po celou dobu trvání smlouvy.

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

Článek VII.

Odpovědnost za vady

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

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

Článek VIII.

Smluvní pokuty, odstoupení od smlouvy a výpověď

1. V případě prodlení poskytovatele ve lhůtách pro předání řádně vypracovaného mediaplánu nebo předmětu smlouvy podle čl. II. nebo III. smlouvy je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 5 000,- Kč (slovy: pět tisíc korun českých) za každý i započatý den prodlení.
2. V případě prodlení poskytovatele s odstraněním vad předmětu smlouvy dle čl. VII. je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 1 000,- Kč (slovy tisíc korun českých) za každý i započatý den prodlení, a to za každou vadu zvlášť.
3. V případě, že na základě kontroly garantovaných minimálních hodnot Target Rating Point (TRP) dle Přílohy č. 1 smlouvy bude objednatelem zjištěno, že některé hodnoty TRP's nebyly naplněny, zavazuje se poskytovatel uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 000,- Kč (slovy deset tisíc korun českých) za každý jeden nedodaný bod TRP.
4. V případě, že na základě kontroly garantovaných impresí za konkrétní reklamní formát v rámci určité časové fáze dle Přílohy č. 1 smlouvy bude objednatelem zjištěno, že některá hodnota impresí nebyla naplněna, zavazuje se poskytovatel uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 150 Kč,- (slovy jedno sto padesát korun českých) za každých nesplněných 1000 impresí.
5. Jestliže poskytovatel poruší povinnost mlčenlivosti podle čl. VI. smlouvy, zavazuje se uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10 000,- Kč (slovy deset tisíc korun českých) za každé jednotlivé porušení této povinnosti.
6. Nebude-li Pojistná smlouva uzavřena v požadovaném rozsahu po celou dobu trvání této Smlouvy, je objednatel oprávněn požadovat úhradu smluvní pokuty ve výši 30 000,- Kč (slovy: třicet tisíc korun českých) za každý den počínaje zjištěním porušení požadavků objednatele stanovených v čl. VI. odst. 19. do dne zjednání nápravy (uzavření Pojistné smlouvy dle požadavků uvedených v čl. VI. odst. 19.).
7. Smluvní strany se dohodly, že Poskytovatel je povinen Objednateli uhradit nároky vyplývající z titulu porušení smlouvy na základě smluvních pokut nejvýše do částky 500 000,- Kč (slovy: pět set tisíc korun českých).
8. Objednatel je povinen zaplatit poskytovateli za prodlení s úhradou faktury po sjednané lhůtě splatnosti úrok z prodlení ve výši dané zákonným úrokem z prodlení stanoveným nařízením vlády č. 351/2013 Sb., kterým se určuje výše úroků z prodlení, a to z dlužné částky bez DPH za každý i započatý den prodlení.
9. Poskytovatel bere na vědomí, že objednatel není v prvních dvou měsících daného roku v prodlení s úhradou fakturované částky, pokud nedošlo ke schválení státního rozpočtu (včetně rozpočtů projektů, které se podílí na úhradě faktur) a objednatel tak není schopen proplácet daňové doklady – faktury v souladu se stanovenou splatností.
10. Smluvní pokuta a úrok z prodlení jsou splatné do 30 kalendářních dnů ode dne doručení dokladu k jejich úhradě.

11. Zaplacením smluvní pokuty a úroku z prodlení není dotčen nárok smluvních stran na náhradu škody nebo odškodnění v plném rozsahu ani povinnost poskytovatele řádně dodat předmět plnění.
12. Za podstatné porušení smlouvy poskytovatelem, které zakládá právo objednatele na odstoupení od smlouvy, se považuje zejména:
 - a) prodlení poskytovatele s vypracováním a předáním řádně zpracovaného předmětu smlouvy o více než sedm (7) kalendářních dnů;
 - b) neodstranění vad předmětu smlouvy ve lhůtě stanovené podle čl. VII. odst. 4);
 - c) nezpracování připomínek objednatele do předmětu smlouvy v souladu s čl. III smlouvy
13. Objednatel je dále oprávněn od smlouvy odstoupit v případě, že
 - a) vůči majetku poskytovatele probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku, pokud to právní předpisy umožňují;
 - b) insolvenční návrh na poskytovatele byl zamítnut proto, že majetek poskytovatele nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení;
 - c) poskytovatel nezajistil nahrazení člena týmu osobou, která odpovídá požadavkům pro DNS nebo minitendr;
 - d) poskytovatel porušil některou ze smluvních povinností, a to opakovaně;
 - e) poskytovatel vstoupil do likvidace.
14. Poskytovatel je oprávněn od smlouvy odstoupit v případě, že objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících ze smlouvy po dobu delší než šedesát (60) kalendářních dní.
15. Účinky každého odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od smlouvy druhé smluvní straně. Odstoupení od smlouvy se nedotýká zejména nároku na náhradu škody, smluvní pokuty a povinnosti mlčenlivosti.
16. Objednatel je rovněž oprávněn odstoupit od smlouvy pouze v částečném rozsahu.
17. Každá ze smluvních stran je oprávněna vypovědět tuto smlouvu, přičemž 3měsíční výpovědní doba počíná běžet prvním dnem kalendářního měsíce následujícím po měsíci, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně. V případě, že během výpovědní doby bude probíhat plnění některé výzvy k plnění, zavazuje se poskytovatel dokončit provádění tohoto plnění bez ohledu na uplynutí výpovědní doby.
18. Tímto článkem není dotčeno ustanovení § 223 ZZVZ.

Článek IX.

Uveřejnění smlouvy a výše skutečně uhrazené ceny

1. Poskytovatel si je vědom zákonné povinnosti objednatele uvedené v § 219 ZZVZ uveřejnit na vlastním profilu zadavatele tuto smlouvu včetně všech jejích případných změn a dodatků a výši skutečně uhrazené ceny za plnění smlouvy.
2. Profilem objednatele je elektronický nástroj, prostřednictvím kterého objednatel, jako veřejný zadavatel dle zákona uveřejňuje informace a dokumenty ke svým veřejným zakázkám způsobem, který umožňuje neomezený a přímý dálkový přístup, přičemž profilem objednatele v době uzavření smlouvy je <https://nen.nipez.cz>.

3. Smluvní strany se dohodly, že v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), tuto smlouvu v registru smluv uveřejní objednatel.
4. Poskytovatel je seznámen se skutečností, že poskytnutí informací dle čl. IX nepovažuje za porušení obchodního tajemství a s jejich zveřejněním souhlasí.
5. Smluvní strany souhlasí s tím, že tato smlouva může být bez jakéhokoliv omezení zveřejněna na oficiálních internetových stránkách objednatele (www.mmr.cz).

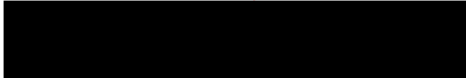
Článek X. Závěrečná ujednání

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

učiněný při jednání o smlouvě ani projev učiněný po uzavření smlouvy nesmí být vykládán v rozporu s výslovným ustanovením smlouvy a nezakládá žádný závazek žádné ze stran.

11. Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv.
12. Smluvní strany prohlašují, že je jim znám celý obsah smlouvy a že smlouvu uzavřely na základě své svobodné a vážné vůle. Na důkaz této skutečnosti připojují své podpisy.

V Praze dne

 200'

Ing. Radek Kobza

ředitel Odboru publicity a evaluací fondů EU
Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

 Digitálně podepsal

Ing. Roman Heřman

předseda správní rady REMMARK, a. s.

Příloha č. 1: Cenový list

Příloha č. 2: Seznam členů realizačního týmu, který je součástí nabídky Poskytovatele (*bude dodán vybraným dodavatelem před uzavřením smlouvy*)

Cílové skupiny:

Cílová skupina pro on-line:
 - vyšší podíl žen (60 %)
 - vyšší podíl uživatelů s nižším vzděláním, středněklasičké bez maturity nebo středním s maturitou
 - žijící na území ČR

Cílová skupina pro TV a tisk:
 -15-55 BCDE

Fáze 1: začne do 6 týdnů od uveřejnění smlouvy v registru smluv, potrvá přesně 6 týdnů
 Fáze 2: potrvá přesně 8 týdnů, začíná následující den po skončení 1. fáze

Váha mediotypu (k)	Mediotyp	Popis	Fáze 1	Fáze 2	Reklamní formát	Váha kampaně (l)	Podmínka	Kritérium	Váha kritéria (m)	Koeficient	Hodnota 1 (jednotky zásahu TRP's, klik nebo impresse)	Hodnota 2 (cena za 1 TRP, CPT nebo proklik)	Hodnota v Kč bez DPH	Hodnota DPH v %	Hodnota DPH v Kč	Hodnota v Kč včetně DPH		
53%	TV Cílová skupina: 15-55 let, BCDE	TV skupiny stanic: - s podílem sledovanosti nad 10 % (ATO roční data 2021 15+), - investice rozložena do jedné nebo více TV skupin stanic, - maximální možná odchylka podílu TRP's do jednotlivých skupin stanic je 5 % oproti jejich podílu SHARE (ATO roční data 2021 15+) po přepočtení na 100 %, - podíl TRP's na největším kanálu skupiny stanic min 60 %, - podíl TRP's v Prime Time min 60 %, - Reach 1+ v cílové skupině 18+ je min 70 %, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně, délka trvání kampaně 6 týdnů.	X		30 sec	100%	Minimálně 550 TRP's	Průměrná cena TRP	90%	47,70%	1 346,05	5906,17	7 950 000,13	21%	1 669 500,03	9 619 500,16		
								Minimálně 60 % TRP's na největším kanálu skupiny stanic (ATO roční data 2019 15+)	Počet TRP's na největším kanálu skupiny stanic	5%	2,65%	978,00						
								Minimálně 60 % TRP's umístěných v PrimeTime (definice PrimeTime 18:00 - 22:00)	Počet TRP's v PrimeTime	5%	2,65%	831,00						
7%	Tisk Cílová skupina: 15-55 let, BCDE	Suplementy zpravodajských placených deníků a regionálních deníků s týdenním TV programem, časopisy programové: - čtenost nad 250.000 na vydání (Mediagrijekt 1 - 4Q 2022), - maximální podíl investice 30 % do jednoho titulu, - maximálně 1 inzerce na vydání, - rovnoměrné časové rozložení během dané fáze kampaně.	X		1/1, celostrana uvnitř vydání, CMYK.	100%	Minimálně 150 TRP's	Průměrná cena TRP's	100%	7%	163,95	6 404,39	1 049 999,74	21%	220 499,95	1 270 499,69		
40%	Online Cílová skupina: - vyšší podíl žen (60%), - vyšší podíl uživatelů s nižším vzděláním, středním bez maturity nebo středním s maturitou.	Zpravodajské weby (sekcce Zpravodajství, definice SPIR), weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR), YouTube: - návštěvnost min. 1.800.000 reálných/unikátních uživatelů měsíčně (Netmonitor, prosinec 2022), - maximální podíl investice 30 % na jeden web, - frekvence zobrazení v omezení každá kreativa max 4x na uživatele, zásah max 3x týdně na uživatele a max 5x celkem na uživatele v každé fázi kampaně, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně, investice rozložené cca 30% Fáze 1 a 70 % Fáze 2.	X	X	Pre-roll přeskočitelné video 1 min, vyloučeny jsou videobannery	20%	Minimálně 10 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	8%	24 000 000,00	50,00	1 200 000,00	21%	252 000,00	1 452 000,00		
		Zpravodajské weby (sekcce Zpravodajství, definice SPIR), weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR), YouTube: - návštěvnost min. 1.800.000 reálných/unikátních uživatelů měsíčně (Netmonitor, prosinec 2022), - maximální podíl investice 30 % na jeden web, - frekvence zobrazení v omezení každá kreativa max 4x na uživatele, zásah max 3x týdně na uživatele a max 5x celkem na uživatele v každé fázi kampaně, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně, investice rozložené cca 30% Fáze 1 a 70 % Fáze 2.	X	X	Pre-roll přeskočitelné video 10 sec, vyloučeny jsou videobannery	25%	Minimálně 12 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	10%	46 875 000,00	32,00	1 500 000,00	21%	315 000,00	1 815 000,00		
		Zpravodajské weby (sekcce Zpravodajství, definice SPIR): - návštěvnost min. 1.800.000 reálných uživatelů měsíčně (Netmonitor, prosinec 2022), - remarketing, - cílení CPEx (geolokace, sociodemo), - maximální podíl investice 30% na jeden web, - frekvence zobrazení v omezení každá kreativa max 4x na uživatele, zásah max 3x týdně na uživatele a max 5x celkem na uživatele, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně. - vizibilita minimálně 70%		X	Bannery 300x600	12%	Minimálně 8 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	4,80%	28 800 000,00	25,00	720 000,00	21%	151 200,00	871 200,00		
		Zpravodajské weby (sekcce Zpravodajství, definice SPIR): - návštěvnost min. 1.800.000 reálných uživatelů měsíčně (Netmonitor, prosinec 2022), - remarketing, - cílení CPEx (geolokace, sociodemo), - maximální podíl investice 30% na jeden web, - frekvence zobrazení v omezení každá kreativa max 4x na uživatele, zásah max 3x týdně na uživatele a max 8x celkem na uživatele, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně. - vizibilita minimálně 70%		X	Bannery 300x250, mobil	12%	Minimálně 8 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	4,80%	28 800 000,00	25,00	720 000,00	21%	151 200,00	871 200,00		
		Sociální sítě: - Facebook a Instagram (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV), - frekvence zobrazení v omezení zásah max 3x týdně na uživatele a max 5x celkem na uživatele v každé fázi kampaně, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně, investice rozložené cca 30 % Fáze 1 a 70 % Fáze 2.	X	X	Promovaný video post, prokliky na kampaňovou mikrosite	15%	Minimálně 8 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	6,00%	45 000 000,00	20,00	900 000,00	21%	189 000,00	1 089 000,00		
		Sociální sítě: - Facebook a Instagram (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV), - remarketing, - frekvence zobrazení v omezení zásah max 3x týdně na uživatele a max 8x celkem na uživatele, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně.		X	Sponzorovaný příspěvek s proklikem na kampaňovou mikrosite	7%	Minimálně 4 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	2,80%	20 000 000,00	21,00	420 000,00	21%	88 200,00	508 200,00		
		Sociální sítě: - Facebook a Instagram (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV), - remarketing, - frekvence zobrazení v omezení zásah max 3x týdně na uživatele a max 8x celkem na uživatele, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně.		X	Rotující formát	8%	Minimálně 4 mil impresí	Průměrná CPT (průměrná cena za 1.000 zobrazení)	100%	3,20%	20 000 000,00	24,00	480 000,00	21%	100 800,00	580 800,00		
		PPC systémy: - maximální podíl investice 60 % do jednoho reklamního systému, - rovnoměrné časové rozložení během kampaně.	X	X	PPC, textová reklama	1%	Minimálně 10 tis. prokliků	CPC (průměrná cena za proklik)	100%	0,40%	10 000,00	6,00	60 000,00	21%	12 600,00	72 600,00		

Podmínka platná pro všechny online reklamní formáty: z webových stránek, na kterých se mají zobrazovat, musí být vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny pod odkazem https://www.nelez.cz/?utm_campaign=NELEZ_update_black_02&utm_medium=email&utm_source=leadhub&utm_jhm=f0ca32c80f85428ca80bac8757e64fc6&urcovani-dezinformacnich-weby

TV skupina stanic	Počet TRPs 15-55 let, BCDE	Průměrná cena TRP v Kč bez DPH	Počet TRPs na největším kanálu skupiny stanic, na kterém je možné vysílat reklamu	Počet TRPs v Prime Time
Nova Group	1 346,05	5 906,17	978,00	831,00
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč

Suplement celostátního placeného deníku nebo regionálního deníku s týdenním TV programem, programový časopis	Počet TRPs	Cena TRP v Kč bez DPH
Aha! TV	17,88	6 881,63
Blesk magazín TV	47,10	6 881,63
Magazín DNES + TV	21,66	6 881,63
TV magazín	38,16	6 881,63
Víkend DNES	15,48	6 881,63
TV Max	14,70	6 881,63
TV mini	8,97	6 881,63

Pre-roll videoreklama 1 min

Zpravodajský web/YouTube	Počet zobrazení	Podíl
novinky.cz	7 200 000,00	30,00%
seznamzpravy.cz	7 200 000,00	30,00%
iprima.cz	1 200 000,00	5,00%
denik.cz	1 200 000,00	5,00%
blesk.cz	7 200 000,00	30,00%

Pre-roll videoreklama 10sec

Zpravodajský web	Počet zobrazení	Podíl
novinky.cz	11 718 750,00	25,00%
seznamzpravy.cz	11 718 750,00	25,00%
iprima.cz	7 031 250,00	15,00%
denik.cz	7 031 250,00	15,00%
blesk.cz	9 375 000,00	20,00%

Bannery 300x600

Zpravodajský web	Počet zobrazení	Podíl
novinky.cz	8 640 000,00	30,00%
seznamzpravy.cz	8 640 000,00	30,00%
iprima.cz	2 880 000,00	10,00%
denik.cz	2 880 000,00	10,00%
blesk.cz	5 760 000,00	20,00%

Bannery 300x250, mobil

Zpravodajský web	Počet zobrazení	Podíl
novinky.cz	2 880 000,00	10,00%
seznamzpravy.cz	8 640 000,00	30,00%
iprima.cz	2 880 000,00	10,00%
denik.cz	8 640 000,00	30,00%
blesk.cz	5 760 000,00	20,00%

Rotující formát

Sociální sítě /Facebook a	Počet zobrazení	Podíl
Facebook	27 000 000,00	60,00%
Instagram	18 000 000,00	40,00%
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč

Promovaný videopost

Sociální sítě /Facebook a	Počet zobrazení	Podíl
Facebook	12 000 000,00	60,00%
Instagram	8 000 000,00	40,00%
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč

Sponzorovaný příspěvek

Sociální sítě Facebook a	Počet zobrazení	Podíl
Facebook	12 000 000,00	60,00%
Instagram	8 000 000,00	40,00%
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč

PPC

PPC systém	Počet prokliků	Podíl
GoogleAds	6 000,00	60%
Sklik	4 000,00	40%
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč
vyplní uchazeč	vyplní uchazeč	vyplní uchazeč

*u sociálních sítí FB a IG do každého řádku rozdělte % podíl umístění reklamy na každé platformě

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

Account manager – Ing. Roman Heřman

Media planner – Ing. Jiří Tošer

Media buyer – Petra Roučová

Media buyer executive – Mgr. Dominika Zbiralová