



Erasmus+

Smlouva o zajištění informovanosti veřejnosti

č. SML/2023/0298

uzavřená dle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“)

Níže uvedeného dne, měsíce a roku spolu smluvní strany:

Dům zahraniční spolupráce

se sídlem: Na Poříčí 1035/4, 110 00 Praha 1

zastoupen: Michalem Uhlem, ředitelem

ID DS: tj8vfp3

IČO: 61386839

Kontaktní osoby: xxx

e-mail: xxx@dzs.cz, tel.: +420 221 xxx xxx

xxx

e-mail: xxx@dzs.cz, tel.: +420 221 xxx xxx

xxx

e-mail: xxx@dzs.cz, tel.: +420 221 xxx xxx

dále jen „**zadavatel**“ na straně jedné

a

REMARK, a. s.

se sídlem: Křemencova 178, 110 00 Praha 1

zastoupen: Ing. Romanem Heřmanem, předsedou správní rady

ID DS: p96fzzi

IČO: 25652869

DIČ: CZ25652869

Bankovní spojení: Komerční banka, a. s.

Kontaktní osoba: xxx

e-mail: xxx@dataserver.cz

tel.: +420 xxx xxx xxx

dále jen „**dodavatel**“ na straně druhé

uzavřely tuto smlouvu:



Erasmus+

Čl. I.

Úvodní ustanovení

1. Tato smlouva je uzavřena na základě výsledku zadávacího řízení vedeného na profilu zadavatele <https://nen.nipez.cz/profil/DZS> ohledně nadlimitní veřejné zakázky s názvem „**Zajištění informovanosti veřejnosti prostřednictvím tištěných, elektronických a outdoorových médií**“ pod identifikátorem č. N006/23/V00024037 (dále jen „**veřejná zakázka**“).
2. Tato smlouva je smluvními stranami uzavřena za účelem zajištění informačních a propagačních kampaní programů administrovaných zadavatelem v tištěných médiích a zajištění nákupu mediálního prostoru (on-line, outdoor, školy, kina apod.) pro umístění informačních sdělení dle požadavků zadavatele. Hlavním cílem informačních a propagačních kampaní je informování občanů České republiky o možnostech zapojení se do vzdělávacích programů Evropské komise. Dalším cílem kampaní je propagace českého vysokého školství v zahraničí.
3. Dodavatel výslovně prohlašuje, že se v plném rozsahu a s vynaložením odborné péče seznámil se všemi podmínkami zadávací dokumentace veřejné zakázky, s obsahem této smlouvy a s rozsahem a povahou předmětu této smlouvy a neshledal existenci žádných rozporů, nedostatků nebo vad, které by mohly bránit řádnému nebo včasnému poskytnutí plnění za podmínek stanovených touto smlouvou a obecně závaznými právními předpisy. Dodavatel dále prohlašuje, že je schopen a připraven služby poskytnout zadavateli v plném rozsahu a za podmínek stanovených v této smlouvě, že jsou mu známy podmínky nezbytné pro její realizaci a že disponuje takovými kapacitami a odbornými znalostmi, které jsou nezbytné pro řádné plnění povinností vyplývajících z této smlouvy za podmínek stanovených v této smlouvě a souvisejících dokumentech. Dodavatel se při poskytování služeb zavazuje dodržovat standardy a plnit požadavky zadavatele vyplývající rovněž z výzvy k podání nabídek na plnění veřejné zakázky.

Čl. II.

Předmět plnění

1. Předmětem této smlouvy je závazek dodavatele poskytovat zadavateli na základě dílčích objednávek služby blíže specifikované v Příloze č. 1 – Specifikace předmětu plnění (dále jen „**Příloha č. 1**“) a závazek zadavatele za řádně poskytnuté plnění dle této smlouvy zaplatit dodavateli cenu sjednanou ve výši a způsobem dle čl. VI. této smlouvy.
2. Dodavatel se zavazuje zajistit, aby veškerá plnění předmětu této smlouvy byla poskytnuta v požadované kvalitě při plném respektování zásad udržitelného rozvoje.
3. Zadavatel je oprávněn poptávat i jiné služby obdobného charakteru v kvalifikaci dodavatele, jako je předmět plnění, a to na základě písemné výzvy/dotazu formou e-mailu. Dodavatel zašle zadavateli v dohodnuté lhůtě, jinak ve lhůtě 10 pracovních dní, cenovou kalkulaci požadovaných služeb, je-li schopen je nabídnout. Kalkulaci dodavatel provede v souladu se specifikací nákupu nedefinovaných reklamních služeb v Příloze č. 2 této smlouvy – Modelový položkový rozpočet (dále jen „**Příloha č. 2**“).
4. Dodavatel se zavazuje vytvořit k plnění povinností podle této smlouvy tříčlenný realizační tým s následujícím složením: account manager, media planner a social media specialist. Seznam členů realizačního týmu přiložil dodavatel k nabídce na plnění veřejné zakázky. Výměna nebo doplnění člena realizačního týmu po dobu účinnosti smlouvy je možná pouze se souhlasem



Erasmus+

zadavatele a za předpokladu, že novým členem realizačního týmu a realizačním týmem jako takovým bude splněna kvalifikace dodavatele v rozsahu požadovaném v zadávací dokumentaci veřejné zakázky. Zadavatel je oprávněn odmítnout změnu člena realizačního týmu pouze ze závažných objektivních důvodů, zejména v případě, že navrhovaný člen nesplňuje výše požadovanou kvalifikaci. Pro tyto účely je zadavatel oprávněn si vyžádat předložení strukturovaného životopisu podepsaného novým členem realizačního týmu pro ověření potřebných kvalifikačních a zkušenostních předpokladů pro realizaci předmětu veřejné zakázky.

Čl. III.

Objednávka a dílčí smlouva

1. Dodavatel je povinen plnit předmět této smlouvy na základě dílčích písemných objednávek zadavatele zaslaných formou e-mailu.
 2. Zadavatel se při zadávání objednávek dodavateli řídí odsouhlaseným mediálním plánem, který bude tvořit nedílnou součást každé objednávky, dále Přílohou č. 1 a Přílohou č. 2 nebo ve výjimečných případech ust. čl. II. odst. 3 této smlouvy.
 3. Zadavatel bude při objednávání služeb dle Přílohy č. 1, Přílohy č. 2 nebo ust. čl. II. odst. 3. této smlouvy, tam kde to bude relevantní, vycházet u elektronických médií z dat o návštěvnosti uvedených na webu www.netmonitor.cz tak, že weby budou vybírané vždy podle požadované měsíční návštěvnosti měsíce, který předchází měsíci, ve kterém bude odeslána objednávka dodavateli. V případně následných změn objednávky je pro výběr požadovaných webů rozhodné datum odeslání první dané objednávky dodavateli.
 4. Zadavatel bude při objednávání video/rozhlasového/kino spotu (dále jen "spotu") vycházet z délky stopáže uvedené v Příloze č. 1 a Příloze č. 2, přičemž v případě potřeby delší či kratší stopáže bude cena poměrně upravena v závislosti na skutečné délce spotu a bude přímo úměrná základní sazbě.
 5. Objednávka bude obsahovat:
 - a. specifikaci reklamního formátu včetně jeho požadovaného množství/konkrétního periodika,
 - b. specifikaci termínu začátku a konce poskytování požadované služby,
 - c. předmět a grafickou podobu inzerátu (tisk),
 - d. specifikaci místa či lokality poskytování požadované služby (outdoor),
 - e. rozměry požadovaného inzerátu (tisk),
 - f. specifikaci termínu uveřejnění inzerátu (tisk),
 - g. cenu za poskytnuté služby,
 - h. případně další požadavky zadavatele.
- V objednávce budou dále uvedeny identifikační údaje zadavatele a dodavatele a jméno zaměstnance oprávněného učinit objednávku.
6. Dodavatel se zavazuje přijímat objednávky zadavatele v pracovních dnech mezi 8:00 a 17:00 hod. Zadavatel je oprávněn činit jednotlivé objednávky nerovnoměrně dle své aktuální potřeby, přičemž není povinen objednávat veškeré položky uvedené v Příloze č. 1 a Příloze č. 2.



7. Dodavatel není oprávněn nárokovat si zadání objednávky, pokud se zadavatel rozhodne ji nezadat.
8. Zadavatel je oprávněn činit objednávky na základě poptávky zadavatele dle čl. II. odst. 3 této smlouvy, pokud cena za tyto služby dle cenové kalkulace dodavatele bude zadavatelem odsouhlasena.
9. Objednávku, která byla doručena v souladu s touto smlouvou, je dodavatel povinen bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 24 hodin (včetně), zadavateli formou e-mailu potvrdit, čímž je uzavřena dílčí smlouva. U tištěných médií musí potvrzení objednávky obsahovat přesný termín zveřejnění inzerátu v titulech uvedených v objednávce.
10. Pokud dodavatel nesplní povinnost dle odst. 9. tohoto článku, je objednávka rovněž akceptována:
 - a. uplynutím lhůty 24 hodin (včetně) ode dne doručení objednávky dodavateli, aniž je v této lhůtě zadavateli doručen protínávrh nebo odmítnutí objednávky,
 - b. zahájením plnění ze strany dodavatele,resp. prvním ze shora uvedených okamžiků. Pokud dodavatel započne s plněním, nemůže namítat, že objednávku neakceptoval.
11. Dodavatel není oprávněn odmítnout objednávku zadanou řádně způsobem dle této smlouvy, ledaže její splnění není objektivně možné (následná nemožnost plnění).
12. Dodavatel prokáže splnění každé dílčí smlouvy zadavateli do 5 pracovních dnů ode dne jejího splnění, a to formou dokumentace kampaně v souladu s Přílohou č. 1, kterou buď zašle zadavateli e-mailem, nebo ji poskytne (zpřístupní) zadavateli prostřednictvím webového rozhraní dodavatele.

Čl. IV.

Místo plnění

1. Místem plnění předmětu této smlouvy jsou jednotlivá místa distribuce periodik, místa či lokality specifikované v objednávce. V případě zahraniční kampaně platí, že místem plnění je sídlo dodavatele na území České republiky.
2. Podklady pro plnění dílčích smluv budou dle své povahy předávány buď elektronicky prostřednictvím e-mailu uvedeného v záhlaví této smlouvy, nebo případně s využitím poskytovatele poštovních či kurýrních služeb.

Čl. V.

Doba trvání smlouvy

1. Tato smlouva je uzavřena na dobu určitou, a to na dobu do vyčerpání finančních prostředků dle čl. VI. odst. 1. této smlouvy, nejdéle však na dobu 24 měsíců ode dne účinnosti této smlouvy.
2. Smluvní strany jsou oprávněny v případě nevyčerpání finančních prostředků dle čl. VI. odst. 1. této smlouvy dodatkem prodloužit trvání této smlouvy, nejvýše však o 12 měsíců, přičemž k takovému prodloužení mohou smluvní strany přikročit nejvýše dvakrát.



Erasmus+

Čl. VI.

Cena, platební podmínky

1. Smluvní strany se dohodly, že finanční prostředky vyčleněné na všechny dílčí smlouvy uzavřené v průběhu plnění předmětu této smlouvy nesmí překročit celkovou částku **20.000.000,- Kč** bez DPH (slovy: Dvacetmilionůkorunčeských). K cenám jednotlivých objednávek bude připočtena zákonná sazba DPH.
2. Smluvní strany se dohodly, že cena účtovaná dodavatelem zadavateli za splnění jednotlivých dílčích smluv zahrnuje veškeré vedlejší náklady potřebné ke splnění předmětu této smlouvy a příslušné dílčí smlouvy, tj. zejména náklady na zpracování media plánu dle požadavků zadavatele, nákup mediálního prostoru, instalaci, deinstalaci, správu a vrácení reklamních formátů do sídla zadavatele, elektronické zasílání zpráv obsahujících jednotlivě uveřejňovanou inzerci na e-mailovou adresu kontaktní osoby zadavatele uvedenou v záhlaví této smlouvy, na vypracování závěrečných zpráv apod., nepřekročí částky jednotkových cen jednotlivých položek v Kč (bez DPH) uvedené v Příloze č. 2 této smlouvy, a to po celou dobu platnosti této smlouvy, je konečná a nepřekročitelná.
3. Nárok na zaplacení sjednané odměny dle příslušné dílčí smlouvy vznikne dodavateli poskytnutím řádného plnění zadavateli na základě příslušné dílčí smlouvy, a to po prokázání řádného splnění dílčí smlouvy v souladu s touto smlouvou a Přílohou č. 1. I poté je zadavatel oprávněn kontrolovat plnění dílčí smlouvy po celou dobu dohodnuté realizace. V případě zjištěného nedodržení doby plnění (pronájem, opakování atp.) je dodavatel oprávněn požadovat slevu ve výši odpovídající alikvotnímu počtu nesplněných jednotek času, primárně dní.
4. Poskytování služeb na základě příslušné dílčí smlouvy dodavatel vyúčtuje zadavateli formou faktury, jejíž součástí bude vždy číslo objednávky, ke které se faktura vztahuje. Na faktuře bude vždy uvedeno číslo této smlouvy a faktura musí obsahovat veškeré náležitosti daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů a § 435 občanského zákoníku a případných dalších aplikovatelných obecně závazných právních předpisů.
5. Splatnost faktury činí 30 dnů od jejího doručení zadavateli. Pokud faktura neobsahuje veškeré zákonem a smlouvou stanovené náležitosti, je zadavatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že dodavatel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým jednadvacetidenním termínem splatnosti. V takovém případě není zadavatel v prodlení s úhradou.
6. Faktury budou doručovány zadavateli prostřednictvím elektronické pošty zaslané na adresu fakturace@dzs.cz. Platba bude provedena bezhotovostním převodem na bankovní účet dodavatele uvedený na faktuře. Za okamžik zaplacení je považován den, kdy je příslušná částka odepsána z bankovního účtu zadavatele.
7. Zadavatel si ve smyslu ustanovení § 100 odst. 1 zákona o zadávání veřejných zakázek vyhrazuje změnu závazku z této smlouvy spočívající ve sjednání inflační doložky za podmínek specifikovaných v ustanovení tohoto článku. S ohledem na aktuální situaci a střednědobý výhled týkající se inflačního vývoje se smluvní strany dohodly, že dodavatel je oprávněn upravit výši jednotkových cen podle této smlouvy s účinností od 1. března každého kalendářního roku trvání této smlouvy (poprvé tedy k 01.03.2024) o meziroční přírůstek průměrného ročního indexu spotřebitelských cen vyhlášený Českým statistickým úřadem za předcházející kalendářní rok (dále jen „**míra inflace**“).



8. Dodavatel je oprávněn zvýšit ceny podle předchozího odstavce pouze v případě, že míra inflace zjištěná podle příslušného indexu přesáhne 5 % (např. činí-li meziroční přírůstek průměrného ročního indexu spotřebitelských cen 6,5 %, je dodavatel oprávněn zvýšit ceny o 6,5 %). Dodavatel je v každém kalendářním roce oprávněn zvýšit cenu podle předchozího odstavce nejvýše o 18 %, a to i v případě, že míra inflace zjištěná podle příslušného indexu inflace za předcházející kalendářní rok bude vyšší. Pro vyloučení případných pochybností se smluvní strany výslovně dohodly, že v případě záporné míry inflace se jednotkové ceny nesnižují.
9. Zvýšení ceny podle předchozích odstavců je účinné od okamžiku doručení písemného oznámení dodavatele o zvýšení jednotkových cen zadavateli; uvedeným okamžikem se nový položkový rozpočet stává součástí této smlouvy, tím nejsou dotčeny ceny dle dílčích smluv uzavřených před účinností nového položkového rozpočtu. Oznámení musí obsahovat míru inflace, položkový rozpočet s novými jednotkovými cenami a podrobnosti výpočtu navýšení jednotkových cen. Nebude-li oznámení o zvýšení jednotkových cen v souladu s tímto odstavcem doručeno zadavateli do 20. února daného kalendářního roku, právo dodavatele na uplatnění inflační doložky v daném kalendářním roce zanikne.

Čl. VII.

Práva a povinnosti smluvních stran

1. Dodavatel se zavazuje během plnění smlouvy a po ukončení smlouvy zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatele v souvislosti s plněním této smlouvy, nebo které objednatel označil za důvěrné. V pochybnostech se má za to, že příslušná informace má důvěrný charakter. Dodavatel se současně zavazuje povinností mlčenlivosti zavázat své zaměstnance a/nebo spolupracovníky podléající se na poskytování služeb podle této smlouvy. Porušení povinnosti mlčenlivosti je považováno za podstatné porušení smluvních povinností.
2. Zadavatel je povinen předat dodavateli podklady nezbytné pro splnění dílčí smlouvy. Dodavatel si je vědom skutečnosti, že předané podklady jsou obchodním tajemstvím zadavatele a je povinen je chránit. Dodavatel je povinen zadavatele písemně upozornit bez zbytečného odkladu na nevhodnou povahu podkladů předaných zadavatelem k splnění dílčí smlouvy, případně nedostatečný rozsah podkladů k poskytnutí řádného plnění, jestliže dodavatel mohl tuto nevhodnost zjistit při vynaložení odborné péče. Pokud by nevhodné nebo nedostatečné podklady byly překážkou v řádném plnění závazků dodavatele podle této smlouvy nebo dílčí smlouvy, je dodavatel povinen jejich plnění v nezbytném rozsahu přerušit do doby předání náhradních podkladů zadavatelem nebo písemného sdělení, že zadavatel trvá na plnění této smlouvy nebo dílčí smlouvy s použitím podkladů, na jejichž nevhodnost nebo nedostatečnost byl písemně upozorněn. Pokud dodavatel tuto svou povinnost nesplní, odpovídá za vady plnění způsobené použitím nevhodných podkladů předaných zadavatelem a s tím spojenou škodu.
3. Dodavatel je pro každou dílčí objednávku a kampaň povinen vypracovat mediální plán, a to na základě zadavatelem zaslání mediálního briefu, není-li dohodnuto jinak. Minimální formální a obsahové požadavky mediálního plánu zahrnuje Příloha č. 1. Dodavatel je oprávněn požadavky v objednávce specifikovat o vhodné a potřebné, na trhu obvyklé náležitosti, aniž by to mělo vliv na cenu plnění.
4. Dodavatel je povinen zajistit řádné plnění předmětu smlouvy, zejména je povinen zajistit, aby reklamní formáty byly poskytovány v objednaných médiích/časech/místech, v objednaném



- množství a kvalitě, a aby sloužily funkci, pro kterou byly objednány, zejména aby nebyly jakkoliv poškozeny či znehodnoceny do té míry, že svou funkci plnit nebudou.
5. Dodavatel se zavazuje respektovat podobu reklamních formátů, které mu zadavatel poskytne za účelem splnění dílčí smlouvy.
 6. Dodavatel se zavazuje respektovat grafickou podobu inzerátů, kterou mu zadavatel v elektronické podobě poskytne společně s objednávkou. Dodavatel má možnost stanovené formáty inzercí mírně upravit (přípustná odchylka je 10 %, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě výslovně jinak) s ohledem na formát periodika při respektování požadovaného poměru velikostí inzerátu vůči formátu periodika.
 7. Dodavatel se zavazuje v případě získání bonusového inzertního prostoru v daném periodiku nabídnout tento bonusový prostor zdarma přednostně zadavateli. Zadavatel však není povinen dodavatelem nabídnutý bonusový inzertní prostor využít.
 8. Kontaktní osoba dodavatele uvedená v záhlaví této smlouvy je povinna poskytovat řádnou a dostatečnou součinnost při komunikaci s zadavatelem, čímž se rozumí zejména podpora při řešení problémů, které se mohou při plnění smlouvy vyskytnout, například zodpovězení dotazů zadavatele, či poskytování informací zadavateli v pracovních dnech mezi 8:00 hod. a 17:00 hod., a to nejdéle do 24 hodin od okamžiku obdržení dotazu, či sdělení informace. V případě potřeby je dodavatel povinen zajistit zástupce této kontaktní osoby při zachování uvedeného spojení a bez zbytečného odkladu o této skutečnosti informovat zadavatele.
 9. Dodavatel je při plnění dílčích smluv povinen postupovat s odbornou péčí a řídit se pokyny zadavatele. Dodavatel odpovídá za řádné plnění v souladu s touto smlouvou a obecně závaznými právními předpisy, jakož i za to, že nebudou dotčena práva a oprávněné zájmy třetích osob, včetně práv autorských a průmyslových.
 10. Dodavatel nese odpovědnost za řádné plnění této smlouvy i v případě, že bude plnit dílčí smlouvy prostřednictvím třetí osoby.
 11. Dodavatel se zavazuje dodržovat veškerá pravidla hospodářské soutěže, zdržet se užití nekalých obchodních praktik a plnit smlouvu s přihlédnutím k povaze činnosti zadavatele. Dodavatel je na žádost zadavatele povinen bez zbytečného odkladu předložit ke kontrole subdodavatelské faktury (tzn. faktury, kterými bylo dodavateli vyúčtováno plnění třetí osoby poskytnuté v rámci plnění dílčí smlouvy ze strany dodavatele) v případě, že v rámci příslušné fakturace bude ze strany dodavatele vyúčtováno plnění podle položky č. 103 („provize za realizaci nákupu jiných mediálních služeb“) specifikované v Příloze č. 2 této smlouvy. Vyžádá-li zadavatel předložení subdodavatelských faktur podle ustanovení tohoto odstavce, nedostane se do prodlení se zaplacením faktury po dobu případného prodlení dodavatele s předložením subdodavatelských faktur.
 12. Dodavatel není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu zadavatele použít údaj o spolupráci s ním, a to jako referenci nebo prezentaci v jakékoli podobě či souvislosti.
 13. Dodavatel se zavazuje poskytovat zadavateli po celou dobu trvání smlouvy bezplatně poradenský servis na profesionální úrovni v nezbytném rozsahu, což zahrnuje zejména informační servis o stavu objednávky, poradenství, spolupráci a konzultační činnost při sestavování a zadávání dílčích objednávek.



Erasmus+

14. Dodavatel se zavazuje na vyžádání zadavatele informovat formou e-mailu o stavu čerpání finančních prostředků, přičemž dodavatel je zejména povinen uvést kolik Kč bez DPH bylo celkem od účinnosti této smlouvy již vyčerpáno.

Zjistí-li některá ze smluvních stran překážky při plnění předmětu této smlouvy, které znemožňují jeho řádnou realizaci, je povinna to oznámit bez zbytečného odkladu druhé smluvní straně, se kterou se dohodne na odstranění těchto překážek.
15. Není-li dohodnuto jinak, veškerá dílčí plnění budou dodavatelem poskytnuta bez zbytečného odkladu, nejpozději do 15 pracovních dnů od uzavření dílčí smlouvy.
16. Dodavatel je oprávněn veškeré materiály pro plnění této smlouvy předané mu zadavatelem použít pouze pro sjednaný účel daného materiálu v rámci předmětu této smlouvy a příslušné dílčí smlouvy a je povinen zajistit dodržování rozsahu oprávnění k užití těchto materiálů i ze strany svých zaměstnanců a dodavatelů. Jakékoli porušení rozsahu oprávnění k užití materiálů, které jsou svou povahou autorským dílem, může představovat zásah do majetkových a/nebo osobnostních práva autorských. Po skončení této smlouvy nebo na žádost zadavatele dodavatel zadavateli vrátí veškeré materiály předané v listinné podobě a zničí či jinak znepřístupní veškeré jejich kopie, a shodně naloží též se všemi materiály v elektronické podobě, ledaže si zadavatel vymíní jejich vrácení.
17. V případě, že dodavatel pro plnění této smlouvy užívá děl a výkonů třetích osob, je povinen pro plnění smlouvy zajistit veškerá potřebná oprávnění pro užití a jiná nakládání s takovými díly. Dodavatel odpovídá za případný zásah do práva třetí osoby v důsledku plnění poskytovaného na základě této smlouvy nebo příslušné dílčí smlouvy. Dodavatel odpovídá zadavateli za újmu, kterou prostřednictvím zásahů do práv třetích osob způsobí, a je povinen odčinit či nahradit veškerou tuto újmu jak třetím osobám, tak i zadavateli, budou-li takové nároky třetích osob uplatněny po něm, a to dle volby zadavatele případně též formou převzetí zastoupení a zajištění právní pomoci zadavateli na náklady a odpovědnost dodavatele. Újmou podle tohoto ustanovení se rozumí i veškeré zásahy do pověsti zadavatele.
18. Dodavatel je povinen dodržovat veškeré mediální reklamní a jiné kodexy a pravidla profesní etiky. Porušení těchto pravidel může být důvodem ukončení této smlouvy nebo příslušné dílčí smlouvy ze strany zadavatele.
19. V případě zajištění plnění mailingu je zadavatel povinen zajistit dodržování aplikovatelných právních předpisů v oblasti ochrany osobních údajů a šíření obchodních sdělení (bude-li poskytnuté plnění možné považovat za obchodní sdělení), a případně právní úpravy poskytování služeb informační služebnosti ve smyslu aplikovatelných právních předpisů. Za jakékoli porušení povinnosti v této oblasti nese odpovědnost dodavatel, náhrada či odčinění újmy bude řešena obdobně dle ustanovení odst. 17. tohoto článku.

Čl. VIII.

Sankční ustanovení

1. Za porušení povinnosti mlčenlivosti specifikované v čl. VII. odst. 1. této smlouvy je dodavatel povinen uhradit zadavateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč (slovy: desettisícikorunčeských), a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti. Porušení povinnosti mlčenlivosti je považováno za podstatné porušení smluvních povinností.



Erasmus+

2. Za porušení oprávnění k užití materiálů dodavatele ve smyslu čl. VII. odst. 16. této smlouvy je dodavatel povinen uhradit zadavateli smluvní pokutu ve výši 30.000,- Kč (slovy: desettisíckorunčeských), a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti. Zásah do souvisejících práv je považován za podstatné porušení smluvních povinností.
3. Za porušení povinnosti součinnosti kontaktní osoby uvedené v čl. VII. odst. 8. této smlouvy je dodavatel povinen uhradit zadavateli smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč (slovy: jedentisíckorunčeských), a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti.
4. V případě prodlení dodavatele s plněním nebo v případě, že plnění dle dílčí smlouvy není poskytnuto v celém rozsahu, řádně a včas (tj. např. je-li poskytnuto vadné nebo pouze částečné plnění), má zadavatel nárok na smluvní pokutu ve výši 0,5 % z ceny plnění dle příslušné dílčí smlouvy, a to za každý, byť i započatý den prodlení až do doby zjednání nápravy řádným splněním dílčí smlouvy. Zadavatel má v případě prodlení dodavatele dále nárok na náhradu účelně vynaložených nákladů, vzniklých mu prokazatelně v souvislosti s prodlením dodavatele.
5. V případě porušení povinnosti prokázání splnění dílčí smlouvy uvedené v čl. III. odst. 12. této smlouvy, povinnosti dle čl. III. odst. 6. této smlouvy nebo čl. VII. odst. 11. této smlouvy je dodavatel povinen uhradit zadavateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč (slovy: desettisíckorunčeských), a to za každý jednotlivý případ porušení povinnosti. Porušení povinnosti prokázání splnění dílčí smlouvy je považováno za podstatné porušení smluvních povinností.
6. V případě prodlení zadavatele s úhradou fakturované částky má dodavatel nárok na úrok z prodlení v zákonné výši.
7. Zadavatel je oprávněn započíst smluvní sankce na splatnou část ceny za plnění poskytnuté dle této smlouvy, resp. příslušných dílčích smluv uzavřených na jejím základě.
8. Zaplacením smluvních sankcí není dotčen nárok smluvních stran na náhradu škody v plné výši, ani povinnost dodavatele dále řádně plnit předmět této smlouvy.

Čl. IX.

Odpovědnost za vady

1. Dodavatel se zavazuje, že veškeré plnění bude dodáno s odbornou péčí, v obvyklé kvalitě a bude sloužit účelu, ke kterému se obvykle užívá a bude odpovídat zadáním a požadavkům zadavatele v souladu se všemi podklady, pokyny, schválenými media plány atp.
2. Pokud bude plnění poskytnuté na základě dílčí smlouvy trpět vadou, zejména bude-li zpracováno neúplně či nekvalitně, je dodavatel povinen vady odstranit bez zbytečného odkladu. Nedodrží-li přitom původní termín požadovaného plnění, nastupují podmínky dle ustanovení čl. VIII. odst. 4. této smlouvy.
3. Případné reklamace vyřizuje dodavatel plně na své náklady a v přiměřené lhůtě ne delší než 10 kalendářních dní. Uplatnění vad probíhá elektronicky mezi kontaktními osobami.
4. Má-li plnění vadu a je-li vadným plněním porušena smlouva dodavatelem podstatným způsobem, je zadavatel oprávněn oznámit bez zbytečného odkladu, nejpozději do jednoho měsíce od skončení kampaně či poskytnutí dílčího plnění, dodavateli výskyt vad a:
 - a. požadovat přiměřenou slevu z ceny plnění, nebo



- b. odstoupit od dílčí smlouvy a v případě opakovaného výskytu vady plnění dle dílčí smlouvy i od smlouvy jako celku.

Čl. X.

Ukončení smlouvy

1. Tato smlouva může mimo splnění a uplynutí doby zaniknout:
 - a. písemnou dohodou smluvních stran;
 - b. písemnou výpovědí smlouvy;
 - c. písemným odstoupením od této smlouvy v případě podstatného porušení povinností z této smlouvy či dílčí smlouvy některou ze smluvních stran.
2. Obě smluvní strany mohou tuto smlouvu vypovědět i bez udání důvodu. Výpovědní doba činí 3 měsíce a počíná běžet prvním dnem měsíce následujícího po měsíci, v němž byla písemná výpověď doručena druhé smluvní straně. Uzavřenou dílčí smlouvu nelze podle tohoto ustanovení předčasně vypovědět, nenastala-li podstatná změna okolností; délka výpovědní doby a další náležitosti výpovědi v tomto odstavci se použijí přiměřeně.
3. Podstatným porušením povinností se rozumí zejména závažné nebo opakované nesplnění smlouvy nebo dílčí smlouvy dodavatelem v požadovaném termínu či kvalitě, případně poskytnutí plnění odchylně od požadavků stanovených v objednávce, porušení povinnosti prokázání splnění dílčí smlouvy, prodloužení se zaplacením splatného závazku zadavatele i přes výzvu dodavatele trvající déle než 2 měsíce, nebo porušení povinnosti mlčenlivosti specifikované v čl. VII odst. 1. této smlouvy.
4. Odstoupení od smlouvy je účinné dnem, kdy bylo písemné oznámení o odstoupení doručeno druhé smluvní straně.
5. Odstoupením od smlouvy nejsou dotčena práva smluvních stran na úhradu smluvní sankce, úroků z prodlení a náhradu škody.

Čl. XI.

Závěrečná ustanovení

1. Dodavatel je podle ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.
2. Dodavatel podpisem smlouvy výslovně souhlasí s uveřejněním celého znění této smlouvy a dílčích smluv uzavřených na základě této smlouvy v registru smluv ve smyslu příslušných ustanovení zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (dále jen „**zákon o registru smluv**“), ve znění pozdějších předpisů. Pro případ pochybností smluvní strany shodně prohlašují, že tato smlouva a dílčí smlouvy neobsahují obchodní tajemství, utajované informace či další údaje, které nemohou být uveřejněny prostřednictvím registru smluv.
3. Smluvní strany se dohodly, že splnění zákonné povinnosti uveřejnění smlouvy a dílčích smluv prostřednictvím registru smluv zajistí zadavatel, přičemž v případě jeho prodlení s uveřejněním



této smlouvy či dílčí smlouvy zajistí tuto povinnost nejdéle do 30 dnů ode dne uzavření této smlouvy či dílčí smlouvy dodavatel.

4. Neplatnost nebo neúčinnost některého ustanovení této smlouvy nezpůsobuje neplatnost smlouvy jako celku. Smluvní strany se zavazují nahradit případné neplatné nebo neúčinné ustanovení smlouvy ustanovením platným a účinným, které bude co do obsahu a významu nejbližší nahrazovanému ustanovení.
5. Obě smluvní strany berou na vědomí, že zadavatel je oprávněn scan/stejnopis podepsané smlouvy v elektronické podobě v souladu se svými zákonnými povinnostmi uveřejnit, a to bez časového omezení.
6. Dodavatel bere na vědomí, že jeho osobní údaje (resp. osobní údaje příslušných fyzických osob na straně dodavatele v souvislosti s touto smlouvou) jsou ze strany zadavatele zpracovávány v souvislosti s plněním povinností dle této smlouvy a v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 obecného nařízení o ochraně osobních údajů, což je ze strany zadavatele specifikováno v dokumentech Zásady zpracování osobních údajů a Oznámení o zpracování osobních údajů dostupných na webových stránkách zadavatele (www.dzs.cz).
7. Zadavatel je společensky odpovědnou organizací (viz. Strategie CSR DZS, která je k dispozici na odkazu <https://www.dzs.cz/sites/default/files/2022-01/Strategie-DZS-2022.pdf>), je registrován ve dvou asociacích: Platformě zainteresovaných stran CSR a Asociaci společenské odpovědnosti. Zadavatel se také pravidelně účastní společensky odpovědných akcí. V roce 2014 a 2016 byl DZS oceněn Radou kvality ČR v kategorii Národní cena ČR za společenskou odpovědnost – Společensky odpovědná organizace – veřejná správa. S ohledem na společenskou odpovědnost zadavatel snižuje svou ekologickou stopu a totéž požaduje i po svých dodavatelích. V souladu se shora uvedenými skutečnostmi zadavatel výslovně prohlašuje, že v rámci svých dodavatelsko-odběratelských vztahů vyžaduje, aby dodavatelé v rámci své činnosti postupovali v souladu s principy společenské odpovědnosti. Podpisem této smlouvy dodavatel výslovně prohlašuje a potvrzuje, že se v plném rozsahu seznámil s principy, které jsou shrnuty v dokumentu s názvem Etický kodex dodavatele Domu zahraniční spolupráce, který je k dispozici na internetovém odkazu <https://www.dzs.cz/sites/default/files/2021-08/Etick%C3%BD%20kodex%20dodavatele.pdf>, a zavazuje se specifikované principy v rámci poskytování služeb na základě této smlouvy a dílčích smluv v plném rozsahu dodržovat.
8. Dodavatel prohlašuje, že není osobou podléhající mezinárodním sankcím vyplývajícím z aplikovatelných právních předpisů nebo rozhodnutí orgánů Evropské unie nebo České republiky (zejména podle nařízení Rady (EU) č. 833/2014, je-li aplikovatelné s ohledem na hodnotu veřejné zakázky, nařízení Rady (EU) č. 269/2014, nařízení Rady (EU) č. 208/2014 nebo Rady (ES) č. 765/2006 nebo podle prováděcích předpisů) a není ve vztahu k němu nebo k plnění, které je předmětem veřejné zakázky (tedy např. v souvislosti se subdodávkami), naplněna žádná z podmínek, která by z dodavatele mohla učinit osobu podléhající sankcím, případně z poskytovaného plnění takové plnění, které by bylo v rozporu se shora specifikovanými aplikovatelnými sankcemi; tento stav se dodavatel zavazuje udržovat po celou dobu plnění veřejné zakázky na základě této smlouvy a o případné změně nebo vzniku pochybnosti je povinen Zadavatele bez zbytečného odkladu obratem informovat. Porušení povinnosti podle ustanovení tohoto odstavce může být důvodem pro ukončení závazku ze smlouvy na veřejnou zakázku, zejm. podle ustanovení § 223 odst. 2 nebo 4 zákona o zadávání veřejných zakázek.



9. Veškeré právní vztahy touto smlouvou výslovně neupravené se řídí občanským zákoníkem.
10. Smluvní strany se zavazují, že v případě sporů o obsah a plnění této smlouvy či dílčích smluv vynaloží veškeré úsilí, které lze spravedlivě požadovat, k tomu, aby tyto spory byly vyřešeny smírnou cestou, zejména aby byly odstraněny okolnosti vedoucí ke vzniku práva od této smlouvy odstoupit nebo způsobující její neplatnost. Pokud by se v důsledku změny právních předpisů nebo jiných důvodů stala některá ujednání této smlouvy neplatnými nebo neúčinnými, budou tato ustanovení uvedena do souladu s právními normami a smluvní strany prohlašují, že tato smlouva je ve zbývajících ustanoveních platná, neodporuje-li to jejímu účelu nebo nejedná-li se o ustanovení, která oddělit nelze.
11. Obě smluvní strany sjednávají, že v případě sporu vzniklého při plnění, nebo v souvislosti s touto smlouvou, jsou příslušné k jeho řešení obecné soudy České republiky.
12. Jakékoliv změny či doplňky této smlouvy je možné činit pouze formou písemných vzestupně číslovaných dodatků odsouhlasených oběma smluvními stranami.
13. Tato smlouva je vyhotovena elektronicky, po připojení elektronických podpisů smluvních stran bude mít každá smluvní strana v držení digitální originál.
14. Tato smlouva nabývá platnosti dnem podpisu obou smluvních stran a účinnosti dnem uveřejnění v registru smluv. Jednotlivé dílčí smlouvy s hodnotou plnění nad 50.000,- Kč bez DPH nabývají účinnosti dnem uveřejnění v registru smluv, ostatní objednávky nabývají účinnosti jejich akceptací ze strany dodavatele.
15. Smluvní strany prohlašují, že tato smlouva byla sepsána podle jejich pravé a svobodné vůle, že si smlouvu přečetly, s jejím obsahem souhlasí a na důkaz toho připojují své elektronické podpisy.

Přílohy:

Příloha č. 1 – Specifikace předmětu plnění

Příloha č. 2 – Modelový položkový rozpočet

V Praze dne el. podpisu

V Praze dne el. podpisu

Ing. Roman Heřman
předseda správní rady
dodavatel

Michal Uhl
ředitel
zadavatel



Erasmus+

Příloha č. 1

Specifikace předmětu plnění

Čl. I. Předmět plnění zahrnuje zejména

1. přípravu mediálních plánů dle specifikace zadavatele (tj. na základě mediálního briefu), včetně stanovení vhodných timingů, doplnění zadavatelem požadovaného media mixu, a to ke každé jednotlivé kampani;
2. nákup reklamního prostoru v rozhlasových, tištěných, sociálních, online, kino a outdoorových médiích, a to na základě zadavatelem schválených mediálních plánů pro každou z předpokládaných kampaní; předání příslušných reklamních formátů (podkladů) získaných od zadavatele k jednotlivým médiím;
3. vyhodnocení efektivity jednotlivých kampaní, tzn. zpracování závěrečných zpráv, postbuy analýz (u bannerové reklamy vč. nezávislého auditu), dodání dokladových výtisků v elektronickém formátu nebo jiných důkazů realizace plnění (dokumentace kampaně – např. u tisku skeny inzerce, u rozhlasu výpis vysílání, u kin výpis počtu zhlédnutí, u online přehled zobrazení (u bannerové reklamy vč. nezávislého auditu), u outdooru soupis ploch a namátkovou fotodokumentaci) v závislosti na nakoupených médiích, a to po každé z realizovaných kampaní v náhledové a tiskové kvalitě;
4. zajištění dat pro posouzení čtenosti, návštěvnosti, sledovanosti či poslechovosti v rámci jednotlivých médií. Dodavatel je povinen disponovat přímým přístupem (licencí) k aktuálním mediálním datům příslušného mediatypu (Mediaprojekt, Radioprojekt, NetMonitor, atd.);
5. monitoring mediálního prostoru a nabízení vhodných media typů pro specifickou cílovou skupinu vhodnou pro DZS;

Čl. II. Požadavky zadavatele na zpracování mediálního briefu a mediálního plánu

1. před vystavením každé jednotlivé objednávky zašle zadavatel dodavateli e-mailem mediální brief, který bude obsahovat požadavky na nákup médií a na zamýšlenou propagaci kampaně zadavatele. Zadavatel může s ohledem na dosažení zamýšlených cílů kampaně požadovat zařazení konkrétního média z oceněné skupiny médií do media plánu;
2. na základě mediálního briefu zpracuje dodavatel návrh mediálního plánu, a tento ve lhůtě 5 pracovních dnů ode dne obdržení mediálního briefu doručí e-mailem zadavateli;
3. mediální plán musí být dodavatelem zpracován za užití vhodného media mixu tak, aby zohledňoval požadavky zadavatele uvedené v mediálním briefu a aby jeho realizací došlo k co nejefektivnější propagaci jednotlivých produktů zadavatele. Zároveň musí mediální plán reflektovat požadavky na jednotlivé typy médií, v nichž zadavatel zamýšlí inzerovat, jež jsou specifikovány v této příloze;
4. ve lhůtě 5 pracovních dnů ode dne doručení návrhu mediálního plánu zašle zadavatel dodavateli e-mailem případné připomínky k návrhu mediálního plánu či požadavky na dopracování mediálního plánu a zároveň stanoví dodavateli lhůtu pro zpracování těchto připomínek či požadavků na



Erasmus+

Příloha č. 1

dopracování. Dodavatel je povinen doručit e-mailem přepracovaný návrh mediálního plánu ve lhůtě stanovené zadavatelem, přičemž bude-li mít zadavatel připomínky i k přepracovanému návrhu mediálního plánu, je možné postup podle tohoto článku opakovat až do odsouhlasení konečné podoby mediálního plánu zadavatelem. Tímto postupem nesmí být dotčeno datum zahájení požadovaného plnění uvedené v mediálním briefu, k němuž musí být plnění zahájeno;

5. mediální plán bude vedle termínu realizace dané kampaně obsahovat zejména:
- u kampaně v tisku: název titulu, vydavatele/poskytovatele, tištěný náklad a prodaný náklad, formát, barvu, počet inzerátů, client cost, termín odevzdání podkladů, termín uveřejnění, plán afinity, net reach;
 - u kampaně v online médiích: název dodavatele, web (www adresa), sekce, formát, rozměry, cena za jednotku, označení jednotky, client cost, termín odevzdání podkladů, termín uveřejnění;
 - u kampaně na sociálních médiích: název sociálních sítě, počet zobrazení/prokliků;
 - u rozhlasové kampaně: název radiového zastupitelství, časové pásmo, počet spotů, timing, GRPs plán, TRPs plán, plán afinity, client cost, termín odevzdání podkladů, rozdělení rozpočtu na jednotlivé stanice;
 - u outdoorové kampaně: počet ploch, lokaci ploch, jejich rozměry, termín provozování, client cost, termín odevzdání podkladů, specifikaci podkladů;
 - u kino kampaně: počet zhlédnutí, specifikaci kina, filmů, termín vysílání, client cost, termín odevzdání podkladů, specifikaci podkladů.

Čl. III. Tištěná média (tisk)

- Dodavatel nakoupí inzertní prostor a zajistí uveřejnění zadavatelem dodaných plnobarevných inzerátů (4C) v tištěných médiích dle konkrétního výběru zadavatele, řídící se níže uvedenými pravidly. Zadavatel v mediálním briefu a/nebo v objednávce vždy konkretizuje, ve kterých tištěných médiích bude reklama zveřejněna. Ve většině případů dodá konkrétní podobu inzerátů v tiskových datech k uveřejnění zadavatel. V některých případech může zadavatel požadovat jednoduché grafické zpracování po dodavateli.
- Dodavatel zajistí uveřejnění inzerce pouze v seriózním tisku, který nemá znaky bulváru (jako např. velké titulky a obrázky, zkrácené články, vulgární jazyk, práce s emotivními slabikami a výkřiky, jednoduchou větnou skladbou, omezeným slovníkem, zprostředkování emocí namísto informací, texty na hranici nebo za hranicí etických pravidel apod.) a který nepracuje s konspiračními texty, přednostně v rubrikách s tématem vzdělávání a kariéra.
- Zadavatel přizpůsobí výběr titulů či jejich rubrik a příloh cílovým skupinám (pedagogům, studentům, žákům, odborným pracovníkům ve školství či v neformálním vzdělávání a zájemcům o mezinárodní vzdělávání a dobrovolnické aktivity, lektorům apod.). Základním zdrojem informací o cílových skupinách jsou webové stránky zadavatele: www.dzs.cz.



Erasmus+

Příloha č. 1

4. Uvedené druhy formátů (1/1, 1/2, atd.) se vždy vztahují k velikosti strany A4 pro periodika všech velikostí. Tedy např. velikost plnobarevného inzerátu (4C) odpovídající 1/2 A4 bude mít u titulu, který má rozměr A5, velikost přes celou stranu A5. Dodavatel může stanovené formáty inzercí mírně upravit (po předchozím schválení zadavatelem) s ohledem na formát periodika, přičemž bude respektovat požadovaný poměr velikosti inzerátu vůči formátu periodika.
5. Dodavatel bude respektovat grafickou podobu inzerátů, kterou mu zadavatel zašle v elektronické podobě v předem dohodnutých termínech.
6. Zadavatel dále požaduje, aby byly na e-mailovou adresu kontaktní osoby zadavatele, která bude uvedena v rámcové smlouvě, elektronicky zasílány zprávy obsahující uveřejňovanou inzerci, a to do 5 dnů po vydání příslušného titulu. Obsahem těchto zpráv musí být kompletní **titulek** se **zřetelným názvem a datem vydání** a finální podoba celého **inzertního prostoru**. Náklady na tuto související činnost jsou součástí nabídkové ceny.
7. Charakteristika požadovaných skupin titulů (tištěná média):
 - a. **Deníky** – tituly zařazené dle tiskové zprávy Unie vydavatelů z výzkumu MEDIAPROJEKT (vždy za aktuální čtvrtletí daného roku) do kategorie Celostátní deníky nebo Regionální deníky nebo Deníky zdarma a pokrývající celou ČR. Aktuální tisková zpráva je k dispozici na níže uvedeném odkaze: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti.
 - b. **Regionální periodikum** (s dosahem na úrovni kraje) – tituly zařazené dle tiskové zprávy Unie vydavatelů z výzkumu MEDIAPROJEKT (vždy za aktuální čtvrtletí daného roku) do kategorie Celostátní deníky nebo Regionální deníky nebo Deníky zdarma umožňující inzerci omezenou na jeden kraj. Aktuální tisková zpráva je k dispozici zde: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti.
 - c. **Lokální periodikum** (s dosahem na úrovni okresů) – tituly s nákladem ověřovaným v rámci ABC ČR (<http://www.abccr.cz/>) a umožňující inzerci omezenou na jeden okres.
 - d. **Suplementy** – tituly zařazené dle tiskové zprávy Unie vydavatelů z výzkumu MEDIAPROJEKT (za aktuální čtvrtletí daného roku) do kategorie Celostátní suplementy s výjimkou titulu TV pohoda. Aktuální tisková zpráva k dispozici zde: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti.
 - e. **Zpravodajské a ekonomické magazíny** – tituly zařazené dle tiskové zprávy Unie vydavatelů z výzkumu MEDIAPROJEKT (za aktuálního čtvrtletí daného roku) do kategorie Ekonomické časopisy nebo Zpravodajské deníky – celostátní. Aktuální tisková zpráva je k dispozici zde: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti.
 - f. **Odborné tituly pro oblast školství** – odborné časopisy s nákladem min. 5000 výtisků a se zaměřením na oblast školství, např. Učitelské noviny, Týdeník Školství, Řízení školy a obdobné.
 - g. **Tituly pro studenty SŠ, VŠ** – časopis KamPoMaturitě nebo obdobný titul určený středoškolský, případně vysokoškolským, studentům s nákladem vyšším než 10 000 výtisků,



Erasmus+

Příloha č. 1

- h. **Speciální formáty** – přílohy a redakční poradny v celostátním deníku s průměrným tištěným nákladem min. 60 000 výtisků a časopise s průměrným tištěným nákladem min. 60 000 výtisků.

ČI. IV. Elektronická a klasická média (online, kino, rozhlas)

1. Veškeré podklady pro níže uvedené a zadavatelem požadované reklamní formáty budou při plnění předmětu dle této veřejné zakázky dodány zadavatelem, pokud nebude dohodnuto jinak.
2. Vybraný dodavatel zajistí uveřejnění požadovaných reklamních formátů v médiích dle konkrétního výběru zadavatele, řídící se níže uvedenými pravidly. Zadavatel v mediálním briefu a/nebo v objednávce vždy konkretizuje, na kterých webových stránkách/sociálních sítích/kinech/televizích/rozhlasových stanicích bude reklama vysílána.
3. Jednotlivé kategorie se řídí charakteristikami a popisem dle aktuálního dokumentu: Přehled standardních reklamních formátů českých webů, který vydal SPIR – Sdružení pro internetový rozvoj (www.spir.cz). Aktuální verze dokumentu z roku 2019 je ke stažení na adrese https://www.spir.cz/sites/default/files/prilohy/SPIR-Standardni_online_reklamni_formaty-2019.pdf.
4. Sezónní a stopážové koeficienty rozhlasových a kino spotů, které nejsou specifikovány v položkovém rozpočtu, budou užívány v souladu s aktuálními ceníky poskytovatelů médií v aktuálním období kampaně.
5. Charakteristika požadovaných kategorií:

- a. **Kategorie Zpravodajské weby a vyhledavače** – servery patřící do kategorie Zpravodajství nebo HP rozcestníků dle aktuálních informací uvedených na www.netmonitor.cz, s minimální měsíční návštěvností 2 000 000 RU. Musí být vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny zde: <https://europeanvalues.cz/cs/annual-report-on-the-state-of-the-czech-disinformation-scene-for-2022/>

Formáty, které budou zadavatelem požadovány: banner branding, sada bannerů o velikosti min. 60 000px, video pre roll.

- b. **Kategorie RTB** – cílená reklama dle konkrétní cílové skupiny konkretizované v objednávce na českých serverech Z objednávek budou vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny zde http://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/weby_list/.

Formáty, které budou zadavatelem požadovány: sada bannerů o velikosti min. 60 000px, video pre roll.

- c. **Kategorie Specializované a studentské weby** – servery zaměřené např. na studenty VŠ, SŠ, pracovníky ve školství, neziskové organizace, vzdělávací instituce apod. jako jsou např. studenta.cz, KamPoMaturite.cz, VysokeSkoly.com, Seminarky.cz, Ctenarsky-denik.cz, VyssiOdborneSkoly.com, StredniSkoly.com, AdresarSkol apod.



Erasmus+

Příloha č. 1

Formáty, které budou zadavatelem požadovány: banner branding, sada bannerů o velikosti min. 60 000px, video.

d. **Kategorie Advertorialy** – placená reklama v podobě článku na serverech této specifikace:

- patřících do kategorie Zpravodajství dle aktuálních informací uvedených na www.netmonitor.cz, s minimální měsíční návštěvností 2 000 000 RU.
- **zaměřených např. na studenty SŠ, VŠ, pracovníky ve školství, neziskové organizace,** vzdělávací instituce apod. jako jsou např. studenta.cz, KamPoMaturitě.cz, VysokeSkoly.com, Seminarky.cz, Ctenarsky-denik.cz, VyssiOdborneSkoly.com, StredniSkoly.com, AdresarSkol.cz apod.

Výběr konkrétního serveru a cílení (vč. retargetingu) bude dle požadavků zadavatele.

Formáty, které budou zadavatelem v průběhu plnění VZ požadovány: advertorial na zpravodajském webu + banner min. 60 000px, advertorial na studentském webu + banner min. 60 000px. Cena bude stanovena za 1 uveřejnění výše uvedeného formátu s podporou min. 250 tis. impresí

e. **Kategorie Zpravodajské weby a vyhledavače – speciální formáty** – exklusivní formáty na portálech seznamzpravy.cz, idnes.cz a blesk.cz.

f. **PPC reklama** – PPC systémy (Sklik a Google Ads) – klíčová slova dle specifikace konkrétního projektu nebo retargeting.

g. **Kategorie Rozhlas** – audiospot o délce 30s. Zadavatel bude vybírat ze sítě

- celoplošných stanic (v časových rozmezích: Prime time – 6-15 hod a Offtime) s denní poslechovatelností dle výzkumné zprávy Unie vydavatelů z výzkumu RADIOPROJEKT (za aktuální čtvrtletí daného roku) min. 500 000 posluchačů. Aktuální tisková zpráva k dispozici zde: https://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2023/05/leafletRP2301_v02.pdf
- regionálních stanic (v časových rozmezích: Prime time – 6-15 hod a Offtime) s denní poslechovatelností dle výzkumné zprávy Unie vydavatelů z výzkumu RADIOPROJEKT (za aktuální čtvrtletí daného roku) min. 40 000 posluchačů. Aktuální výzkumná zpráva je k dispozici zde: https://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2023/05/leafletRP2301_v02.pdf
- Konkrétní kraj, ze kterého bude zadavatel regionální stanice vybírat, bude vždy upřesněn před vystavením objednávky

h. **Kategorie kinoreklama** – Multikina pro promítání videospotu bude zadavatel vybírat z krajských a dalších velkých měst s důrazem na města s vysokými školami. Zadavatel vždy vybere nejméně 5 multikin. Videospot bude ve vybraných multikinech promítán v zadavatelem určených dnech nejdříve od 16 hod a nejdéle do 22 hodin. Jednosálová kina pro promítání videospotu bude zadavatel vybírat především z okresních a dalších menších měst. Videospot bude ve vybraných jednosálových kinech promítán v zadavatelem určených dnech nejdříve od 16 hod a nejpozději do 22 hodin.



Erasmus+

Příloha č. 1

- i. **Kategorie kino speciální operace** – realizace promo akce v prostoru multikina v rozsahu minimálně: délka 4 hodiny, účast alespoň 2 hostesek, rozdání alespoň 500 letáků a vysílání spotu 30 sekund na digitálních obrazovkách v prostoru multikina po dobu jednoho týdne.

Čl. V. Outdoorová média (OOH/outdoor)

1. Podklady pro níže uvedené a zadavatelem požadované reklamní formáty budou dodány zadavatelem, nebudou tedy součástí nabídkové ceny účastníka a nebudou předmětem plnění této veřejné zakázky, nebude-li dohodnuto jinak.
2. Plochy budou umístěny dle konkrétního požadavku zadavatele.
3. Součástí plnění bude instalace, deinstalace a správa reklamních ploch po celou dobu jejich pronájmu.
4. Jednotlivé reklamní plochy, dle níže uvedených kategorií, budou pronajímány minimálně po dobu 1 kalendářního měsíce (28 kalendářních dnů).
5. Rozměry reklamních ploch uváděné níže jsou rozměry obvyklými, pro účely smlouvy lze využít, vzhledem k různorodým formátům ploch na trhu, i rozměry podobné.
6. Charakteristika požadovaných kategorií:
 - a. **Kategorie billboardy – velkoplošná** osvětlená venkovní reklama o rozměrech cca 5,1 x 2,4 m. Konkrétní místo, kde bude bigboard umístěn, bude vždy specifikováno před vystavením objednávky. Zadavatel bude nicméně preferovat dobře viditelná strategická místa.
 - b. **Kategorie CLV** – celoplošné podsvícené plakáty (statické nebo dynamické) o rozměru min 1,2 m². Konkrétní místo, kde bude CLV umístěn, bude vždy upřesněno před vystavením objednávky, zadavatel bude nicméně preferovat dobře viditelná místa v blízkosti VŠ a SŠ, MHD, na nádražích nebo v blízkosti obchodních jednotek.
 - c. **Kategorie varioposter** – venkovní reklama o rozměrech cca 2,52 x 1,19 m umístěná na nejméně frekventovanějších místech vlakových nádraží, tak aby byly zastoupeny všechny kraje ČR.
 - d. **Kategorie LED bigboard** – spot 30“ na velkoplošné venkovní reklamní ploše o rozměru min 20 m². Konkrétní místo, kde bude bigboard umístěn bude vždy specifikováno před vystavením objednávky. Zadavatel bude nicméně preferovat dobře viditelná strategická místa.
 - e. **Kategorie bigboard – velkoplošná** osvětlená venkovní reklama o rozměrech cca 9,6 x 3,6 m. Konkrétní místo, kde bude bigboard umístěn, bude vždy specifikováno před vystavením objednávky. Zadavatel bude nicméně preferovat dobře viditelná, strategická místa na hlavních tazích a dálnicích.
 - f. **Kategorie rámečky 49x49 cm v/na dopravních prostředcích ve školách/prodejnách** – Rámečky budou umístěny v MHD, příměstské vlakové dopravě, ve školách nebo prodejnách, tak



Erasmus+

Příloha č. 1

aby byly zastoupeny všechny kraje ČR. Neurčí-li zadavatel v objednávce jinak, platí, že bude vždy umístěn 1 rámeček na 1 vozidlo.

- g. **Kategorie folie interier MHD/vlaky/školy/prodejny** – Folie budou umístěny v MHD, příměstské vlakové dopravě, ve školách nebo prodejnách, tak, aby byly zastoupeny všechny kraje ČR. Neurčí-li zadavatel v objednávce jinak, platí, že bude vždy umístěn 1 folie na 1 vozidlo.
- h. **Kategorie folie KS exterie MHD/vlaky** – Folie formátu cca 3,6 x 0,6 m budou umístěny na vozidlech MHD nebo příměstské dopravy.

Neurčí-li zadavatel v objednávce jinak, platí, že bude vždy umístěn 1 folie na 1 vozidlo.
- i. **Kategorie folie QS exterie MHD/vlaky** – folie formátu cca 2,2 x 0,6 m budou umístěny na vozidlech MHD nebo příměstské dopravy. Neurčí-li zadavatel v objednávce jinak, platí, že bude vždy umístěn 1 folie na 1 vozidlo.
- j. **Kategorie folie CL exterie MHD/vlaky** – folie formátu cca 1,18 x 1,75 m budou umístěny na vozidlech MHD nebo příměstské dopravy. Neurčí-li zadavatel v objednávce jinak, platí, že bude vždy umístěn 1 folie na 1 vozidlo.
- k. **Kategorie folie BB exterie MHD/vlaky** – folie formátu cca 5,1 x 2,4 m budou umístěny na vozidlech MHD nebo příměstské dopravy. Neurčí-li zadavatel v objednávce jinak, platí, že bude vždy umístěn 1 folie na 1 vozidlo.
- l. **Kategorie lavičky** – reklama na lavičkách rozměru cca 1,5 x 0,5 m. Konkrétní místa, budou vždy upřesněna před vystavením objednávky, zadavatel bude nicméně preferovat dobře viditelná místa v blízkosti VŠ a SŠ, MHD, na nádražích a u obchodních center.
- m. **Kategorie letáky MHD/vlaky/školy/prodejny** – letáky budou umístěny v MHD, příměstské vlakové dopravě, ve školách nebo prodejnách, tak aby byly zastoupeny všechny kraje ČR.
- n. **Kategorie rámečky B1 v metru** – rámečky budou umístěny v síti ploch podél eskalátorů ve stanicích metra v Praze. Zadavatel bude při objednávání preferovat, a pokud to bude možné předem určit, přestupní stanice metra.
- o. **Kategorie celopolep starších modelů tramvaje – pronájem** reklamní plochy vč. výroby, instalace a deinstalace na tramvajích model T3, KT8D5 apod. Výběr konkrétního města stanoví zadavatel v mediálním briefu a/nebo v objednávce.
- p. **Kategorie celopolep nových modelů tramvaje – pronájem** reklamní plochy vč. výroby, instalace a deinstalace na tramvajích model 13T, 14T, 15T apod. Výběr konkrétního města stanoví zadavatel v mediálním briefu a/nebo v objednávce.
- q. **Kategorie hypercube** – velkoplošné reklamní plochy o rozměru reklamní plachty min 30 m². Konkrétní místo, kde bude hypercube umístěna, bude vždy upřesněno před vystavením



Erasmus+

Příloha č. 1

objednávky, zadavatel bude nicméně preferovat dobře viditelná místa v blízkosti VŠ a SŠ, MHD, na nádražích nebo u obchodních jednotek

- r. **Kategorie školy/MHD, obchodní místa apod. speciální operace** – dotykový interaktivní kiosek včetně kontaktní akce ve školách/obchodních centrech/dopravních uzlech nebo jejich okolí, délka kontaktní akce minimálně 8 hodin, 2 hostesky, 1000 letáků min. A5.

Čl. VI. Média v zahraničí

1. Vybraný dodavatel zajistí uveřejnění požadovaných reklamních formátů v médiích dle konkrétního výběru zadavatele, řídící se níže uvedenými pravidly. Zadavatel v mediálním briefu a/nebo v objednávce vždy konkretizuje, na kterých webových stránkách/sociálních sítích bude reklama vysílána a publikována.
2. Charakteristika požadovaných kategorií:
 - a. **PPC reklama** – PPC systémy v zemi definované zadavatelem (Google Ads případně jiný systém s vysoký podílem v dané zemi) – klíčová slova dle specifikace konkrétního projektu nebo retargeting.
 - b. **Kategorie Sociální sítě** – Sociální síť Facebook, Instagram, YouTube nebo i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a page views v zemi definované zadavatelem. *Formáty, které budou zadavatelem v průběhu plnění VZ požadovány:* promovaný post, proklik, video
 - c. **Kategorie RTB** – cílená reklama dle konkrétní cílové skupiny konkretizované v objednávce na serverech a v zemi definovaných zadavatelem. Formáty, které budou zadavatelem v průběhu plnění VZ požadovány: sada bannerů o velikosti min. 60 000px, video pre roll.
 - d. **Cílený mailing** – zajištění požadovaného počtu mailových adres účastníků veletrhů (on-line student fairs) zaměřených na nábor studentů ze zahraničí, zajištění rozeslání mailů potenciálním zájemcům o studium v České republice z lokality definované zadavatelem a vyhodnocení dopadu (počty doručených, otevřených mailů, prokliků) při dodržení platných pravidel GDPR.

Čl. VII. Nákup jiných mediálních služeb, které nebyly definovány v položkovém rozpočtu a hodinové sazby členů realizačního týmu

1. **Hodinové sazby práce specialisty** – bude použito pouze ve výjimečných případech, kdy bude zadavatel poptávat práci specialisty, která není zahrnuta v jednotkových cenách položkového rozpočtu. Jedná se např. o školení zaměstnanců DZS, průzkumy trhu, odborné analýzy apod.
 - **Strategic planner** – specialista na zpracování komunikačních strategií
 - **Media planner** – specialista na zpracování media plánů, výběr vhodných médií, rozložení rozpočtu do různých médií, cenové kalkulace dostupných médií apod.



Erasmus+

Příloha č. 1

- **Data specialist – specialista** na analýzu, interpretaci a výzkum dat kampaní, prodejů a mediálního trhu
2. **Provize** za nastavení, správu a propagaci na sociálních sítích dle obsahu poskytnutého zadavatelem.
 3. **Provize** za realizaci nákupu jiných mediálních služeb (jedná se o přírážku k nákladové ceně mediálních služeb, které nebyly definovány v položkovém rozpočtu).



Název zakázky:	Zajištění informovanosti veřejnosti prostřednictvím tištěných, elektronických a outdoorových médií
Nabídka účastníka - název:	REMMARK, a. s.
Nabídka účastníka - IČO:	25652869

Bližší specifikace k předmětu plnění a k jednotlivým položkám jsou uvedeny v Příloze č. 1 - Specifikace předmětu plnění

1. Dílčí kritérium: 1. Subkritérium hodnocení: On line - inzerce a speciální formáty				
Položka č.	Médium	Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
1	Kategorie Zpravodajské weby a vyhledávače	banner branding	CPC*	60,00 Kč
2		banner min. 60 000px	CPC*	50,00 Kč
3		video pre roll	CPT**	180,00 Kč
4	Kategorie RTB	banner min. 60 000px	CPC*	20,00 Kč
5		video pre roll	CPT**	150,00 Kč
6	Kategorie Specializované a studentské weby	banner branding	CPC*	500,00 Kč
7		baner min. 60 000px	CPT**	400,00 Kč
8		video spot	CPT**	600,00 Kč
9	Kategorie advertorialy	advertorial zpravodajský web	uveřejnění	29 000,00 Kč
10		advertorial studentský web	uveřejnění	29 000,00 Kč
11	PPC reklama	proklik	CPC*	10,00 Kč
12	Kategorie Zpravodajské weby a vyhledávače - speciální formáty	Seznam Native - seznamzpravy.cz, minimální garance 15 mil. impresí a 20 000 unikátních čtenářů	ks	150 000,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za online - inzerce a speciální formáty (součet položek č. 1 - 12):				209 970,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 1. Subkritérium hodnocení: Tisk - inzerce (plnobarevný inzerát 4C, formát se vztahuje k velikosti strany A4) a speciální formáty				
Položka č.	Médium	Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
13	Kategorie Deníky	2/1	uveřejnění	120 000,00 Kč
14		1/1	uveřejnění	80 000,00 Kč
15		1/2	uveřejnění	51 800,00 Kč
16		1/3	uveřejnění	33 100,00 Kč
17		1/4	uveřejnění	27 500,00 Kč
18		1/8	uveřejnění	15 200,00 Kč
19		2/1	uveřejnění	32 000,00 Kč
20		1/1	uveřejnění	16 900,00 Kč

21	Kategorie Regionální periodika (nabídková cena je uvedena za jednotku v 1 kraji)	1/2	uveřejnění	13 100,00 Kč
22		1/3	uveřejnění	8 500,00 Kč
23		1/4	uveřejnění	6 700,00 Kč
24		1/8	uveřejnění	40 000,00 Kč
25	Kategorie Lokální periodika (nabídková cena bude uvedena za jednotku v jednom okrese)	2/1	uveřejnění	20 000,00 Kč
26		1/1	uveřejnění	11 500,00 Kč
27		1/2	uveřejnění	9 000,00 Kč
28		1/3	uveřejnění	5 800,00 Kč
29		1/4	uveřejnění	4 700,00 Kč
30		1/8	uveřejnění	3 000,00 Kč
31	Kategorie Suplementy deníků	2/1	uveřejnění	75 000,00 Kč
32		1/1	uveřejnění	50 500,00 Kč
33		1/2	uveřejnění	42 500,00 Kč
34		1/3	uveřejnění	38 500,00 Kč
35		1/4	uveřejnění	33 000,00 Kč
36		1/8	uveřejnění	19 500,00 Kč
37	Kategorie Zpravodajské a ekonomické magazíny	2/1	uveřejnění	75 000,00 Kč
38		1/1	uveřejnění	50 500,00 Kč
39		1/2	uveřejnění	42 500,00 Kč
40		1/3	uveřejnění	38 500,00 Kč
41		1/4	uveřejnění	33 000,00 Kč
42		1/8	uveřejnění	19 500,00 Kč
43	Kategorie Specializované tituly pro studenty SŠ a VŠ	2/1	uveřejnění	70 000,00 Kč
44		1/1	uveřejnění	50 000,00 Kč
45		1/2	uveřejnění	36 500,00 Kč
46		1/3	uveřejnění	29 000,00 Kč
47		1/4	uveřejnění	20 000,00 Kč
48		1/8	uveřejnění	15 000,00 Kč
49	Kategorie Specializované tituly pro oblast školství	2/1	uveřejnění	38 000,00 Kč
50		1/1	uveřejnění	27 000,00 Kč
51		1/2	uveřejnění	15 000,00 Kč
52		1/3	uveřejnění	12 000,00 Kč
53		1/4	uveřejnění	10 000,00 Kč
54		1/8	uveřejnění	8 000,00 Kč
55	Příloha v celostátním deníku s průměrným tištěným nákladem alespoň 60 000 výtisků	4/1	uveřejnění	100 000,00 Kč
56	Příloha v časopise s průměrným tištěným nákladem alespoň 60 000 výtisků	4/1	uveřejnění	80 000,00 Kč
57	Seriál - poradna o formátu alespoň A5 v celostátním deníku s průměrným tištěným nákladem alespoň 60 000 výtisků	A6	10 uveřejnění	80 000,00 Kč

58	Seriál - poradna o formátu alespoň A5 v časopise s průměrným tištěným nákladem alespoň 60 000 výtisků	A6	10 uveřejnění	50 000,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za inzerci a speciální formáty v tisku (součet položek 13- 58):				1 657 300,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 1. Subkritérium hodnocení: Speciální formáty				
Položka č.	Médium	Formát	Nabídková cena v Kč bez DPH	
59	Pronájem reklamní plochy vč. výroby, instalace a deinstalace - Celopolep starších modelů tramvaje	model T3, KT8D5 apod.	tramvaj/rok	390 000,00 Kč
60	Pronájem reklamní plochy vč. výroby, instalace a deinstalace - Celopolep nových modelů tramvaje	model 13T, 14T, 15T apod.	tramvaj/rok	890 000,00 Kč
61	Eskalátorové tunely - formát B1	B1/sít 50ks	plocha/měsíc	143 200,00 Kč
62	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie hypercube	cca 2x2x4m	plocha/měsíc	59 000,00 Kč
63	Dotykový interaktivní kiosek včetně kontaktní akce ve školách/obchodních centrech/dopravních uzlech nebo jejich okolí	doba trvání alespoň 8 hodin, pronájem interaktivního dotekového kiosku, 2 hostesky, 1 000 letáků A5	akce	40 000,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za speciální formáty (součet položek č. 59 - 63):				1 522 200,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 1. Subkritérium hodnocení: Online v zahraničí - PPC kampaň v zahraničí (vyhledávač Google nebo jiný vyhledávač s významným podílem na trhu v daném státu), Facebook nebo jiná sociální síť se srovnatelným počtem uživatelů, RTB baner nebo video v zahraničí				
Položka č.	Médium	Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
64	PPC reklama na Ukrajině	proklik	CPC*	15,00 Kč
65	PPC reklama v Bělorusku, Kazachstánu, Kyrgyzstánu, Uzbekistánu, Ázerbájdžánu, Arménii, Gruzii	proklik	CPC*	15,00 Kč
66	PPC reklama v zemích "Latinské ameriky"	proklik	CPC*	15,00 Kč
67	PPC reklama ve Vietnamu, Thajsku, Malajsii, Indonésii a na Filipínách	proklik	CPC*	20,00 Kč
68	PPC reklama v Turecku, Izraeli, Spojených arabských emirátech	proklik	CPC*	20,00 Kč
69	PPC reklama v USA, Kanadě	proklik	CPC*	30,00 Kč
70	PPC reklama v zemích EU mimo ČR	proklik	CPC*	20,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za Online v zahraničí součet položek 64-70):				135,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 2. Subkritérium hodnocení: OOH - reklama				
Položka č.	Médium	Formát	Nabídková cena v Kč bez DPH	
71	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie billboardy	cca 510x240cm	plocha/měsíc	10 500,00 Kč
72	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie CLV	cca 175x118cm	plocha/měsíc	7 500,00 Kč
73	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie varioposter	cca 252x119cm	plocha/měsíc	8 500,00 Kč
74	Vysílání spotů na LED bigboardu; v krajském městě 30sec; 64x zobrazení denně	cca. 600x300 cm	plocha/měsíc	25 500,00 Kč
75	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie bigboard	cca 960x360cm	plocha/měsíc	59 000,00 Kč
76	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie rámečky MHD/vlaky/školy/prodejny	cca 49x49cm, cca 106x19cm ap.	plocha/měsíc	1 500,00 Kč
77	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie folie interier MHD/vlaky/školy/prodejny	cca 35x30cm	plocha/měsíc	1 800,00 Kč
78	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie folie KS exterie MHD/vlaky	cca 360x80cm	plocha/měsíc	4 500,00 Kč
79	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie folie QS exterie MHD/vlaky	cca 220x60cm	plocha/měsíc	4 500,00 Kč

80	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie folie CL exterieur MHD/vlaky	cca 118x175cm	plocha/měsíc	5 500,00 Kč
81	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie folie BB exterieur MHD/vlaky	cca 510x240cm	plocha/měsíc	29 000,00 Kč
82	Pronájem reklamní plochy, vč. výroby, instalace a deinstalace - Kategorie lavičky	cca 150-200x50cm	plocha/měsíc	3 000,00 Kč
83	Letáky MHD/vlaky/školy/prodejny, 1000ks	A4	plocha/měsíc	2 000,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za OOH - reklama (součet položek č. 71-83):				162 800,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 2. Subkritérium hodnocení: Rozhlas - inzerce a speciální operace				
Položka č.	Médium	Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
84	Rozhlas - celoplošná stanice, prime time 6 - 15 hod (stopážové, příp. sezónní koeficienty budou využity v souladu s platnými aktuálními podmínkami reklamy provozovatele rozhlasové stanice)	rozhlasový spot 30 s	uveřejnění	10 000,00 Kč
85	Rozhlas - celoplošná stanice, off time (stopážové, příp. sezónní koeficienty budou využity v souladu s platnými aktuálními podmínkami reklamy provozovatele rozhlasové stanice)	rozhlasový spot 30 s	uveřejnění	2 000,00 Kč
86	Rozhlas - regionální stanice, prime time 6 - 15 hod (stopážové, příp. sezónní koeficienty budou využity v souladu s platnými aktuálními podmínkami reklamy provozovatele rozhlasové stanice)	rozhlasový spot 30 s	uveřejnění	2 000,00 Kč
87	Rozhlas - regionální stanice, off time (stopážové, příp. sezónní koeficienty budou využity v souladu s platnými aktuálními podmínkami reklamy provozovatele rozhlasové stanice)	rozhlasový spot 30 s	uveřejnění	750,00 Kč
88	Stanice s alespoň 50 tisíci posluchači, 5x anonce soutěže moderátorem/den, 1x soutěž/den založena na principu otázka odpověď, první volající, který správně odpoví na otázku, vyhrává cenu, soutěž je zakončena krátkým představením zadavatele moderátorem a 10s spotem	5x anonce, 1x soutěž, 1x představení zadavatele, 1x spot 10s, 1x cena pro posluchače	zajištění a uveřejnění	15 000,00 Kč
89	Stanice s alespoň 50 tisíci posluchači, reportáž/rozhovor se zástupcem zadavatele, min. 2 min.	reportáž/rozhovor min. 2 min.	zajištění a uveřejnění	5 000,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za Rozhlas - inzerce a speciální operace (součet položek č. 82-89):				34 750,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 2. Subkritérium hodnocení: Kino - inzerce a speciální operace				
Položka č.	Médium	Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
90	Multikino, stopážové, příp. sezónní koeficienty budou využity v souladu s platnými aktuálními podmínkami reklamy provozovatele kino reklamy	kino spot 30 s	CPV***	5,00 Kč
91	Jednosátová kina, stopážové, příp. sezónní koeficienty budou využity v souladu s platnými aktuálními podmínkami reklamy provozovatele kino reklamy	kino spot 30 s	CPV***	5,00 Kč
92	Promo akce v prostoru multikina	doba trvání alespoň 4 hodiny, 2 hostesky, 500 letáků A5	akce	1 500,00 Kč
93	Digitální projekce na obrazovkách v prostoru multikina	spot 30 s, vysílání ve smyčce po dobu jednoho týdne v jednom multikině	týden	1 500,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za Kino - inzerece a speciální operace (součet položek 90 -93):				3 010,00 Kč

1. Dílčí kritérium: 2. Subkritérium hodnocení: Cílený mailing na potenciální zájemce o studium v České republice				
Položka č.	Médium	Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
94	mailing na potenciální zájemce o studium v České republice z Ukrajiny	cílený email	1 000 mailů	12 000,00 Kč
95	mailing na potenciální zájemce o studium v České republice z Bělorusko, Kazachstán, Kyrgyzstán, Uzbekistán, Ázerbájdžán, Arménie, Gruzie	cílený email	1 000 mailů	15 000,00 Kč
96	mailing na potenciální zájemce o studium v České republice ze zemí "Latinské ameriky"	cílený email	1 000 mailů	12 000,00 Kč
97	mailing na potenciální zájemce o studium v České republice z USA, Kanady	cílený email	1 000 mailů	29 000,00 Kč
98	mailing na potenciální zájemce o studium v České republice ze zemí EU mimo ČR	cílený email	1 000 mailů	20 000,00 Kč

Nabídková cena v Kč bez DPH za mailing v zahraničí (součet položek 94-98):				88 000,00 Kč
1. Dílčí kritérium: 2. Subkritérium hodnocení: Hodinové sazby práce specialistů				
Položka č.		Formát	Jednotka	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH
99	strategic planner	hodinová sazba	1 hod	1 500,00 Kč
100	media planner	hodinová sazba	1 hod	1 200,00 Kč
101	data specialist	hodinová sazba	1 hod	1 200,00 Kč
Nabídka hodinových sazeb (součet položek 99-101):				3 900,00 Kč
2. Dílčí kritérium: Provize za nákup ostatních reklamních služeb				
Položka č.			Jednotka	Nabídková výše přírážky k nákladové ceně v %
102	provize za nastavení, správu a propagaci na sociálních sítích dle obsahu poskytnutého zadavatelem		%	10,0
103	provize za realizaci nákupu jiných mediálních služeb (jedná se o přírážku k nákladové ceně mediálních služeb, které nebyly definovány v položkovém rozpočtu)		%	4,0
Nabídka výše provize v % (položka 102-103):				14,0

Účastník vyplňuje zelené kolonky tabulky. Účastník je povinen nacenit veškeré položky skutečnou cenou. Položkový rozpočet nesmí obsahovat nuly, text zdarma, či v ceně. Při nesplnění této podmínky bude nabídka vyřazena a účastník vyloučen ze zadávacího řízení.

Zadavatel upozorňuje, že za správnost výpočtů v položkovém rozpočtu je zodpovědný účastník. V případě jakékoliv chyby ve vzorci, je účastník povinen tento opravit a nacenit jednotlivé položky dle instrukcí uvedených v hlavičce každé tabulky.

*CPC - cena za proklik
**CPT - cena za 1000 zobrazení



Název zakázky:	Zajištění informovanosti veřejnosti prostřednictvím tištěných, elektronických a outdoorových médií
Nabídka účastníka - název:	REMMARK, a. s.
Nabídka účastníka - IČO:	25652869

1. Dílčí kritérium - 1. subkritérium: Nejčastěji využívané formáty (váha 35%)		
Položky	Druh média	Nabídková cena v Kč bez DPH
1. - 12.	On line - inzerce	209 970,00 Kč
13. - 58.	Tisk - inzerce	1 657 300,00 Kč
59. - 63.	Speciální formáty	1 522 200,00 Kč
64. - 70.	Online v zahraničí - PPC kampaň v zahraničí	135,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za 1. subkritérium		3 389 605,00 Kč

1. Dílčí kritérium - 2. subkritérium: Méně často využívané formáty + ostatní (váha 15%)		
Položky	Druh média	Nabídková cena v Kč bez DPH
70. - 83.	OOH - reklama	162 800,00 Kč
84. - 89.	Rozhlas - inzerce a speciální operace	34 750,00 Kč
90. - 93.	Kino - inzerce a speciální operace	3 010,00 Kč
94. - 98.	Cílený mailing na potenciální zájemce o studium v České republice	88 000,00 Kč
99. - 101.	Hodinové sazby práce specialistů	3 900,00 Kč
Nabídková cena v Kč bez DPH za 2. subkritérium		292 460,00 Kč

2. Dílčí kritérium: Provize za nákup ostatních reklamních služeb (váha 20%)	
Celkový součet provizí v % za položky 102 a 103	14,00

Účastník vyplňuje zelené kolonky tabulky. Účastník je povinen nacenit veškeré položky skutečnou cenou. Položkový rozpočet nesmí obsahovat nuly, text zdarma, či v ceně. Při nesplnění této podmínky bude nabídka vyřazena a účastník vyloučen ze zadávacího řízení.

Zadavatel upozorňuje, že za správnost výpočtů v položkovém rozpočtu je zodpovědný účastník. V případě jakékoliv chyby ve vzorci, je účastník povinen tento opravit a nacenit jednotlivé položky dle instrukcí uvedených v hlavičce každé tabulky.