



SMLOUVA O POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB

uzavřená podle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, níže uvedeného dne, měsíce a roku (dále jen „*Smlouva*“) mezi smluvními stranami

Vinařský fond

Sídlo: Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno
IČO: 712 33 717
DIČ: CZ71233717
Zastoupený: Mgr. Zbyňkem Vičarem, ředitelem
bankovní spojení: 
číslo účtu: 



(dále jen „*Fond*“)

a

REMMARK, a.s.

Sídlo: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
IČO: 25652869
DIČ: CZ25652869

obchodní společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 5258

Zastoupený: Ing. Romanem Heřmanem, předsedou správní rady
bankovní spojení: 
číslo účtu: 

(dále jen „*Agentura*“)

společně dále jen „*Smluvní strany*“

I. Úvodní ustanovení

1. Fond prohlašuje, že:
 - a. je právnickou osobou, zřízenou zákonem č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů, a
 - b. splňuje veškeré podmínky a požadavky v této Smlouvě stanovené a je oprávněn tuto Smlouvu uzavřít a řádně plnit závazky v ní obsažené.
2. Agentura prohlašuje, že:
 - a. je právnickou osobou řádně založenou a existující podle českého právního řádu a podnikatelem dle § 420 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů,
 - b. splňuje veškeré podmínky a požadavky v této Smlouvě stanovené a je oprávněna tuto Smlouvu uzavřít a řádně plnit závazky v ní obsažené,
 - c. ke dni uzavření této Smlouvy vůči ní není vedeno řízení dle zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů, a zároveň se zavazuje Fond o všech skutečnostech o hrozícím úpadku bezodkladně informovat,

- d. je odborně způsobilý ke splnění všech svých závazků dle této Smlouvy a
 - e. zavazuje se udržovat tato svá prohlášení dle odst. 2. v platnosti pro celou dobu účinnosti této Smlouvy.
3. Fond oznámil Agentuře výzvou k jednání v jednacím řízení bez uveřejnění svůj úmysl zadat veřejnou zakázku s názvem „Komunikační kampaň na podporu značky Vína z Moravy, vína z Čech (media v/u retail řetězců)“ postupem dle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů. Na základě tohoto zadávacího řízení byla pro plnění vybrána nabídka Agentury.

II. Předmět Smlouvy

1. Touto Smlouvou se Agentura zavazuje poskytovat Fondu služby spočívající v mediální podpoře marketingové kampaně na podporu značky VMVČ v distribučních kanálech „*outdoor, on-line, print a vinařská turistika*“, a to v rozsahu činností a aktivit uvedených v příloze č. 1 této Smlouvy a dále dle pokynů a požadavků Fondu.
2. Agentura se zavazuje realizovat plnění dle čl. II. odst. 1. této Smlouvy a přílohy č. 1 této Smlouvy.
3. Agentura je povinna realizovat a dokončit jednotlivé činnosti a aktivity dle přílohy č. 1 této Smlouvy v době vymezené přílohou č. 1 této Smlouvy k jednotlivým činnostem a aktivitám. Rozsah činností a aktivit daný přílohou č. 1 ujednávají smluvní strany jako maximálně možný, účtováno bude podle skutečného plnění realizovaného Agenturou. Časový harmonogram a rozsah mohou být upraveny, a to v závislosti na včasné dodání technických podkladů k realizaci mediální podpory ze strany Fondu a pokynech Fondu.
4. Fond se zavazuje zaplatit Agentuře za služby poskytované dle této Smlouvy odměnu ve výši a za podmínek dle článku IV. této Smlouvy.

III. Práva a povinnosti Smluvních stran

1. Agentura se zavazuje při své činnosti dbát pokynů Fondu a postupovat s náležitou odbornou péčí. Agentura je povinna reagovat na požadavky a pokyny Fondu dle této Smlouvy v přiměřené době se zohledněním doby plnění jednotlivých aktivit dle přílohy č. 1 této Smlouvy.
2. Agentura se zavazuje pravidelně informovat Fond o skutečnostech, které souvisejí s předmětem této Smlouvy, a to v souladu s pravidly komunikace dle článku VIII. této Smlouvy.
3. Agentura se zavazuje při přípravách a realizaci plnění dle této Smlouvy umožnit Fondu průběžnou kontrolu plnění.
4. Fond se zavazuje poskytnout Agentuře včas informace a materiály, které jsou nezbytné pro řádné a včasné plnění závazků vyplývajících z této Smlouvy.
5. Agentura je povinna předkládat Fondu ke schválení v elektronické podobě soupis služeb obsahující identifikaci služeb případně souvisejících dodávek či dalšího plnění a popis jejich rozsahu, včetně jejich obrazovaného a/nebo textového zachycení (dále jen „**Soupis služeb**“), a to dle článku IV. odst. 4. této Smlouvy.
6. V Soupisu služeb bude uveden soupis plnění realizovaného Agenturou s vymezením skutečně realizovaných aktivit a jejich objemu, a vyobrazení způsobu realizace daných aktivit realizovaných dle přílohy č. 1 této Smlouvy.
7. Fond do pěti (5) pracovních dnů ode dne doručení Soupisu služeb tento buď odsouhlasí, nebo sdělí Agentuře své případné připomínky, na které je Agentura povinna bezodkladně reagovat a předložit Fondu své písemné vyjádření; od okamžiku doručení písemného vyjádření Agentury k připomíncek Fondu běží lhůta dle tohoto odstavce od znovu.

8. Agentura se zavazuje předložit Fondu ke schválení konečnou zprávu o plnění činností dle této Smlouvy, a to do čtrnácti (14) dnů od ukončení účinnosti této Smlouvy. Konečná zpráva musí obsahovat identifikaci služeb případně souvisejících dodávek či dalšího plnění a popis jejich rozsahu, včetně jejich obrazovaného a/nebo textového zachycení použitého Agenturou v rámci poskytnutého plnění.
9. Agentura je povinna zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o nichž se dozvěděla v souvislosti s poskytováním služeb dle této Smlouvy. Zejména se zavazuje nesdělovat předmětné skutečnosti třetím osobám a současně je nevyužít v rozporu s oprávněnými zájmy Fondu.

IV. Odměna a způsob její úhrady

1. Za služby poskytované dle článku II. této Smlouvy se Fond zavazuje zaplatit Agentuře odměnu ve výši podle rozsahu skutečně poskytnutých služeb (realizovaných aktivit), jakožto součin sazby uvedené v příloze č. 1 této Smlouvy k jednotlivým aktivitám a skutečného objemu aktivit realizovaných Agenturou, schválených Fondem v rámci Soupisu služeb dle článku III. odst. 5. a násl. Smlouvy.
2. Celková odměna plnění dle této Smlouvy nepřekročí částku 3.512.275,21,- Kč bez DPH, tj. **4.249.853,- Kč včetně DPH.**
3. Odměna bude Fondu Agenturou vyúčtována a předložena daňovými doklady – fakturami k proplacení. Přílohou faktury bude Soupis služeb, odsouhlasený Fondem postupem dle článku III. odst. 7. této Smlouvy.
4. Odměna bude Agenturou účtována k 30.6.2024, 30.9.2024 a 30. 11. 2024. Odměna bude účtována ve výši odpovídající rozsahu služeb skutečně poskytnutých v daném období dle přílohy č. 1 této Smlouvy za uplynulé období. Agentura je oprávněna vystavit fakturu, ne však dříve než po odsouhlasení Soupisu služeb Fondem dle článku III. odst. 7. této Smlouvy.
5. Lhůta splatnosti faktur činí 30 dnů ode dne, kdy Fond obdrží od Agentury fakturu se všemi sjednanými náležitostmi a za podmínek v této Smlouvě uvedených.
6. Faktura musí obsahovat náležitosti daňového dokladu (faktury) stanovené zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a další náležitosti stanovené touto Smlouvou. Přílohou faktury musí být Soupis služeb písemně potvrzený Fondem. Nebude-li daňový doklad (faktura) obsahovat stanovené náležitosti je Fond oprávněn fakturu vrátit k přepracování. V tomto případě neplatí původní lhůta splatnosti, ale celá lhůta splatnosti běží znovu ode dne doručení opravené nebo nově vystavené faktury.
7. Odměnu je možné během platnosti této Smlouvy překročit pouze v souvislosti se změnou daňových předpisů týkajících se DPH, a to nejvýše o částku odpovídající této legislativní změně. Změnu odměny bude Agentura povinna písemně oznámit Fondu a důvod změny doložit.
8. V odměně jsou zahrnuty veškeré náklady Agentury spojené s realizací činností dle této Smlouvy včetně licencí dle článku VI. této Smlouvy, byly-li Centrem Fondu poskytnuty.

V. Ukončení Smlouvy

1. Před uplynutím účinnosti této Smlouvy dle článku IX. odst. 3. této Smlouvy je možné tuto Smlouvu ukončit písemnou dohodou obou Smluvních stran nebo písemnou výpovědí kterékoliv ze Smluvních stran s desetidenní výpovědní dobou, která počíná prvním dnem následujícím po dni doručení písemné výpovědi druhé smluvní straně. Smluvní strany mohou od této Smlouvy písemně odstoupit za podmínek stanovených zákonem, zejména Občanským zákoníkem.

2. V případě ukončení Smlouvy výpovědí náleží Agentuře poměrná část odměny dle článku IV. odst. 1. Smlouvy s ohledem na rozsah již zrealizované činnosti Agentury dle této Smlouvy.

VI.

Práva duševního vlastnictví

1. Bude-li jakékoliv plnění dle této Smlouvy naplňovat znaky „*autorského díla*“ podle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, poskytuje Agentura dnem předání nebo poskytnutí tohoto autorského díla Fondu výhradní právo užití toto autorské dílo jakýmkoliv způsobem, a to po celou dobu trvání autorského práva k tomuto autorskému dílu, resp. po dobu jeho autorskopravní ochrany, a to bez omezení rozsahu množstevního, časového, územního (dále jen „*Licence*“). Licence se sjednává jako opravnující, tj. Fond není povinen ji využít.
2. Součástí Licence je rovněž neomezené právo Fondu poskytnout třetím osobám podlicenci k užití tohoto autorského díla v rozsahu s hodným s rozsahem Licence. Dále je součástí Licence souhlas Agentury k postoupení Licence na třetí osoby a souhlas Agentury udělený Fondu k provádění změn nebo modifikací tohoto autorského díla, a to i prostřednictvím třetích osob. Odměna za poskytnutí Licence je součástí Odměny dle článku IV. této Smlouvy.



VII.

Sankční ujednání



1. V případě prodlení Agentury s poskytováním služeb a aktivit v termínech dle čl. II. odst. 2 této Smlouvy a přílohy č. 1 této smlouvy a/nebo pokynů Fondu má Fond právo na uhrazení smluvní pokuty ve výši 3.000,- Kč za každou aktivitu a každý i jen započatý den prodlení s její realizací.
2. V případě prodlení Agentury s předložením zprávy o realizaci a plnění činností dle této Smlouvy Fondu ke schválení dle článku III. odst. 8. této Smlouvy, má Fond právo na uhrazení jednorázové smluvní pokuty ve výši 1.000,- Kč za každý i jen započatý den prodlení.
3. V případě porušení povinnosti Agentury zachovávat mlčenlivost dle článku III. odst. 9. této Smlouvy má Fond právo na uhrazení smluvní pokuty ve výši 20.000,- Kč za každý případ porušení této povinnosti.
4. Smluvní pokuta je splatná na základě faktury vystavené Fondem a doručené Agentuře. Splatnost faktury je čtrnáct (14) dnů ode dne jejího doručení Agentuře.
5. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo Fondu na náhradu škody.

VIII. Komunikace Smluvních stran

1. Není-li sjednáno jinak, vzájemná komunikace Smluvních stran, zejména jakákoli oznámení či sdělení vyžadovaná podle této Smlouvy, bude činěna v písemné formě v českém jazyce a doručena druhé smluvní straně na níže uvedené adresy.
2. Kontaktními údaji Fondu se rozumí, pokud Fond písemně neoznámí Agentuře změnu kontaktu, následující:

název: Vinařský fond
adresa: Brno, Žerotínovo náměstí 449/3, PSČ 601 82
kontaktní osoba: Mgr. Zbyněk Vičar, ředitel
telefon: 
e-mail: 

3. Kontaktními údaji Agentury se rozumí, pokud Agentura písemně neoznámí Fondu změnu kontaktu, následující:

obchodní firma: REMMARK, a.s.
adresa: Křemencova 178, 110 00 Praha 1
kontaktní osoba: Ing. Roman Heřman
telefon: 
e-mail: 

4. Každá smluvní strana je povinna oznámit bez zbytečného odkladu druhé smluvní straně jakékoliv změny kontaktních údajů uvedených v této Smlouvě a jakoukoliv jinou změnu své doručovací adresy, jakož i sídla, formou doporučeného dopisu podepsaného osobou oprávněnou jednat za smluvní stranu, zasláno na doručovací adresu uvedenou v této Smlouvě, nebo na jinou později sdělenou adresu. Řádným doručením tohoto oznámení dojde ke změně kontaktních údajů smluvní strany bez nutnosti změny nebo uzavření dodatku k této Smlouvě.

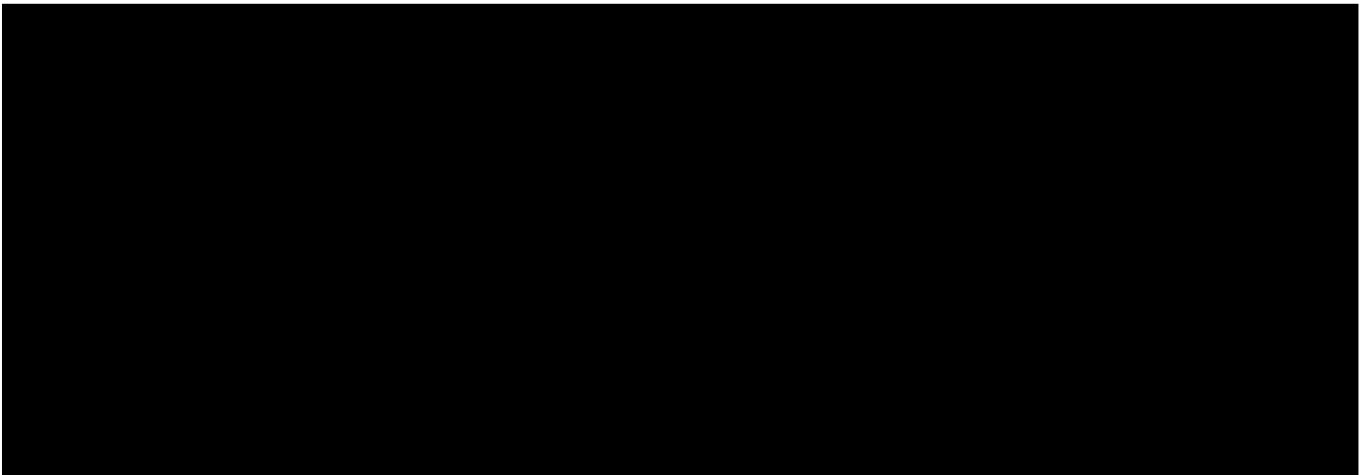
IX. Závěrečná ustanovení

1. Tato Smlouva se stává platnou dnem podpisu oběma Smluvními stranami a účinnou dnem zveřejnění v registru smluv podle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů.
2. Za tímto účelem Smluvní strany sjednávají, že Smlouvu zašle správci registru smluv k uveřejnění prostřednictvím registru smluv v zákonné lhůtě Fond.
3. Tato Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do 30. 11. 2024.
4. Jakékoliv změny nebo dodatky k této Smlouvě lze učinit pouze v písemné formě formou vzestupně číslovaných dodatků podepsaných oběma Smluvními stranami, resp. jejich oprávněnými zástupci.
5. Pokud by se kterékoliv ustanovení Smlouvy ukázalo být neplatným, zejména z důvodu rozporu s kogentním ustanovením obecně závazných právních předpisů, pak tato skutečnost nepůsobí neplatnost než onoho konkrétního ustanovení. Smluvní strany se zavazují takové neplatné ustanovení dohodou nahradit ustanovením svým obsahem nejbližším zamýšlenému účelu takového neplatného ustanovení, respektujícím požadavky kogentních ustanovení právních předpisů.
6. Nedílnou součástí této Smlouvy je příloha č. 1: Nabídka agentury REMMARK, a.s.

Smluvní strany prohlašují, že souhlasí s textem této Smlouvy, že tato smlouva byla sepsána na základě jejich pravé a svobodné vůle a na důkaz toho připojují pod tuto Smlouvu své podpisy.

Za Fond:

Za Agenturu:



Příloha č. 1:

Nabídka agentury REMMARK, a.s.

Písemná nabídka

Nabídka agentury do jednacího řízení bez uveřejnění	
Komunikační kampaň na podporu značky Vína z Moravy, vína z Čech (media v/u retail řetězců)	
Objednatel:	Vinařský fond, IČO: 71233717, sídlem Žerotínovo náměstí 449/3, 601 82 Brno
Agentura:	REMMARK, a.s. , IČO: 25652869, sídlem Křemencova 178, 110 00 Praha 1

Popis
navrženého
plnění dle
podmínek a
požadavků
výzvy
k podání
nabídky

Prezentaci značky VMVČ k posílení prodeje našich vín navrhuje uchazeč realizovat takto:

- a) v blízkosti prodejních řetězců Kaufland, Makro apod.
- b) v retailovém řetězci Albert, resp. v jeho tištěných médiích
- c) v redakčním prostředí významného zpravodajského portálu mj. na podporu obsahu webu VMVČ
- d) v mediálním prostředí na podporu vinařské turistiky prostřednictvím PR

a) v blízkosti prodejních řetězců Kaufland, Makro apod.

Návrh outdoor ploch na podporu značky VMVČ spočívá v dosažení mediálního pokrytí co nejširší cílové skupiny nakupujících v retailu. Výhodou outdoor kampaně je dlouhodobé a pravidelné působení (28 dnů/plocha) Navrhovaným formátem je na základě dobré praxe hypercube, a to nejen z důvodu velikosti ploch, ale i viditelnosti reklamy z různých pohledových stran. Cílení je na nakupující v retailu obchodních řetězců (Kaufland, Makro a jiné).

V rámci realizace projektu agentura zajistí:

- pronájem místa k umístění reklamní konstrukce
- reklamní konstrukce v potřebném počtu, vč. zatížení
- dopravu konstrukce a plachet/plakátů na místo určení a zpět
- potisk reklamních plachet/tisk plakátů odpovídajících technickým podmínkám reklamních konstrukcí
- instalaci a deinstalaci reklamní konstrukce a reklamních plachet/plakátů

Vzorové foto hypercube a jeho umístění je na obrázku. Kreativita bude dodána agenturou Outbreak.



Rozpočet kampaně:

Mediální náklady	Formát	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
hypercubes (4 plachty) tisková produkce							
Celkem							
Agenturní náklady	Popis činnosti	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
account manager media manager							
Celkem							
Celkem OOH v blízkosti retailových řetězců							

Předpokládané mediální parametry kampaně:

Předpokládané oslovení plochami typu hypercubes v uvedeném rozsahu bude cca 500 000 nakupujících, z toho cca 100 000 nakupujících víno pro vlastní potřebu.

b) v retailovém řetězci Albert

Agentura navrhuje doplnit mediámix v řetězci Albert inzercí v tištěných titulech řetězce (magazín, leták, vinný katalog).

Rozpočet kampaně:

Mediální náklady	Formát	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
Albert magazín Inzerce leták Vinný katalog Celkem							
Agenturní náklady	Popis činnosti	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
account manager media manager Celkem							
Zajištění zpětné vazby instore reklamy	Popis činnosti	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
Instoremeter							
Celkem Albert							

Předpokládané mediální parametry kampaně:

V rámci inzerce předpokládáme oslovení cca 1 000 000 nakupujících a souhrnný náklad 3 500 000 výtisků.

c) v redakčním prostředí významného zpravodajského portálu

Agentura navrhuje mj. na podporu prodeje a obsahu webu VMVČ redakční projekt na zpravodajském portále, jehož dosah bude převyšovat 3 000 000 RU. Zpravodajský portál za účelem zvyšování dosahu doplněn propagací v dalších mediátypech (sociální sítě, další webové stránky, příp. TV stanice nebo tiskové tituly).

Rozpočet kampaně:

Mediální náklady	Formát	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
Zpravodajský portál vč. doplňkových médií							
Agenturní náklady	Popis činnosti	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH
account manager							
Celkem Native projekt							

Předpokládané mediální parametry kampaně:

Plánovaný počet zhlédnutí (imprese, čtenost, sledovanost apod.) obsahu a anoncí na obsah předpokládáme ve výši 6 000 000, počet RU (jedinečných uživatelů) ve výši 300 000.

d) v mediálním prostředí na podporu vinařské turistiky prostřednictvím PR

Projekt navazuje na podporu vinařské turistiky z předchozích let zejména s akcentem na posílení návštěvnosti jižní Moravy jako hlavního vinařského regionu.

Návrh mediálních aktivit směřovaných k tématu vinařské turistiky spočívá v dosažení mediálního pokrytí co nejširší cílové skupiny pomocí nástrojů media relations (deníky, společenské a ženské tituly, magazíny o cestování, lifestyle) a speciálních projektů realizovaných ve spolupráci s vydavatelstvími s širokým zásahem populace.

Projekt bude aktivizovat veřejnost k návštěvě vinařských regionů, zejména v souvislosti s aktuálně probíhajícím atraktivním programem. Vzhledem k tomu byly vybrány následující nástroje:

- speciální mediální projekty
 - a. připravené zejména ve spolupráci s vysoce navštěvovanými a afinitními on-line médii
- media relations
 - a. příprava materiálů o vinařské turistice a jejich umístování do médií
 - i. tisk (deníky, supplementary deníků, společenské a ženské magazíny, média s vinařskou tematikou, média o turistice)
 - ii. internet (rubriky o cestování, kalendáře akcí atd.)
 - iii. rozhlas (s ohledem na zásah a formáty sdělení především veřejnoprávní stanice)
 - b. témata komunikace
 - i. víno jako turistický cíl – představení vinařských cílů, akcent na podporu vinařů
 - ii. terroir jako turistický cíl – VOC, vyhlášené viniční tratě, odrůdy a jejich vazby na lokalitu
 - iii. konkrétní tipy na výlety – kombinace nadčasových turistických tipů a konkrétních akcí v daném čase a místě
 - iv. vinařská nej – největší regionální zajímavosti z oblasti vinařství
 - v. představení relevantních poskytovatelů služeb vinařské turistiky (vinné sklepy, vinařství, vinotéky ve vinařských oblastech...) – zejména z okruhu držitelů certifikace
 - vi. pozvánky na vinařské akce v regionech
 - vii. (cyklo)turistika - prezentace vinařských regionů ČR
 - viii. synergie s projektem na podporu vinařské turistiky ve Středočeském kraji.
- podpora vinařské turistiky prostřednictvím prezentace vinařských akcí na on-line agregátorech informací o turisticky zajímavých událostech v České republice (typově půjde o servery www.kudyznudy.cz, www.akce.cz,

	<p>www.kultura365.cz, www.atlasceska.cz, www.listyjm.cz, www.i60.cz, www.informuji.cz, www.mistnikultura.cz, www.denik.cz a další). Aktualizace bude cca 1x týdně v období červen-říjen 2023 v rozsahu cca 2 hod., tedy v celkové časové náročnosti 40 hod. Agentura bude ve spolupráci s redakcemi na jejich stránky pravidelně umisťovat informace o TOP vinařských akcích pro dané období za účelem</p> <ol style="list-style-type: none"> zvýšení povědomí veřejnosti o vinařských akcích a zvýšení návštěvnosti webu VMVČ, kam budeme jednotlivé zápisy linkovat. <p>Rozpočet kampaně:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Mediální náklady</th> <th>Formát</th> <th>Období</th> <th>Jednotka</th> <th>Cena / jednotka</th> <th>Počet jednotek</th> <th>Cena celkem v Kč bez DPH</th> <th>Cena celkem v Kč vč. DPH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Deník</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CNC</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Blesk.cz</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>turistika.cz</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>turistika.cz - články</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celkem</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Agenturní náklady</th> <th>Popis činnosti</th> <th>Období</th> <th>Jednotka</th> <th>Cena / jednotka</th> <th>Počet jednotek</th> <th>Cena celkem v Kč bez DPH</th> <th>Cena celkem v Kč vč. DPH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>account manager</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>PR manager</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>PR manager</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>copywriter</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>grafik</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celkem</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Celkem Podpora vinařské turistiky</p> <p>Předpokládané mediální parametry kampaně:</p> <p>Přepokládaný celkový počet impresí bude 1 000 000, dosah 100 000 RU.</p>	Mediální náklady	Formát	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH	Deník								CNC								Blesk.cz								turistika.cz								turistika.cz - články								Celkem								Agenturní náklady	Popis činnosti	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH	account manager								PR manager								PR manager								copywriter								grafik								Celkem							
Mediální náklady	Formát	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH																																																																																																										
Deník																																																																																																																	
CNC																																																																																																																	
Blesk.cz																																																																																																																	
turistika.cz																																																																																																																	
turistika.cz - články																																																																																																																	
Celkem																																																																																																																	
Agenturní náklady	Popis činnosti	Období	Jednotka	Cena / jednotka	Počet jednotek	Cena celkem v Kč bez DPH	Cena celkem v Kč vč. DPH																																																																																																										
account manager																																																																																																																	
PR manager																																																																																																																	
PR manager																																																																																																																	
copywriter																																																																																																																	
grafik																																																																																																																	
Celkem																																																																																																																	
Harmonogram plnění:	Od 15.3.2024 nebo ode dne nabytí účinnosti smlouvy, podle toho, co nastane později, nejpozději do 30.11.2024																																																																																																																
Maximální cena plnění:	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Plnění</th> <th>Cena celkem vč. DPH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>v blízkosti retailových řetězců</td> <td></td> </tr> <tr> <td>v retailovém řetězci Albert</td> <td></td> </tr> <tr> <td>v redakčním prostředí zpravodajského portálu</td> <td></td> </tr> <tr> <td>v blízkosti našich vinařů</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celkem</td> <td>4 249 853 Kč</td> </tr> </tbody> </table>	Plnění	Cena celkem vč. DPH	v blízkosti retailových řetězců		v retailovém řetězci Albert		v redakčním prostředí zpravodajského portálu		v blízkosti našich vinařů		Celkem	4 249 853 Kč																																																																																																				
Plnění	Cena celkem vč. DPH																																																																																																																
v blízkosti retailových řetězců																																																																																																																	
v retailovém řetězci Albert																																																																																																																	
v redakčním prostředí zpravodajského portálu																																																																																																																	
v blízkosti našich vinařů																																																																																																																	
Celkem	4 249 853 Kč																																																																																																																
Další náležitosti	<p><i>Jednotlivé počty jednotek v rozpočtech se mohou měnit v závislosti na</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>aktuální situaci, nabídce konkrétního mediálního prostoru,</i> <i>požadavcích zadavatele,</i> <i>příp. optimalizaci kampaně ze strany agentury</i> <p><i>To vše jen za předpokladu, že nebude překročena maximální cena plnění.</i></p>																																																																																																																

V Praze dne 4/3/2024

