

Smlouva o spolupráci v oblasti PR

Vinařský fond

se sídlem: Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno

IČ: 71233717

DIČ: CZ71233717

Zastoupený: Mgr. Zbyněk Vičar, ředitel

Bankovní spojení: [REDACTED]

Číslo účtu: [REDACTED]

(dále jen „objednatel“)

a

Media:list s.r.o.

se sídlem Olbrachtova 2006/9, Krč, 140 00 Praha 4

IČO: 03299937

DIČ: CZ03299937

Zastoupená: Josefem Koukolíčkem, jednatelem

společnost vedená u Městského soudu v Praze, spisová značka C 229770

Bank. spojení: [REDACTED]

Číslo účtu: [REDACTED]

(dále jen „agentura“)

uzavírají tímto následující smlouvu o spolupráci v oblasti Public Relations.

Článek 1

Spolupráce

- 1.1 Agentura bude plně spolupracovat s objednatel a bude mu iniciativně nabízet své poradenství a služby uvedené v čl. 2 této smlouvy, které jsou v zájmu objednatel. Objednatel souhlasí s tím, že bude agentuře pomáhat při výkonu jejích povinností a že jí umožní přístup ke všem podstatným informacím potřebným pro Public Relations (dále jen PR) činnost v rozsahu, který umožňuje právní řád ČR a smluvní závazky objednatel vůči třetím osobám.
- 1.2 Agentura bude ve všech jednáních a závazkových vztazích vystupovat jako samostatný právní subjekt jednajíc vlastním jménem a v zájmu objednatel.

Článek 2

Předmět smlouvy

- 2.1 Agentura se zavazuje poskytovat objednateli služby PR v České republice a spravovat a tvořit pro objednatel obsah sociálních sítí.
- 2.2 Předmět této smlouvy zahrnuje zejména, nikoli však výlučně:
 1. Konzultační, poradenská a realizační činnost v oblasti marketingové komunikace s důrazem na oblast PR, tvorbu obsahu a sociální média.

2. Konzultace v otázkách strategického rozvoje značky Vína z Moravy vína z Čech (dále jen „VMVČ“) a agenturní činnosti zaměřená na segment novinářů a veřejných mediálních prostředků, a to včetně sociálních médií zadavatele a webu wineofczechrepublic.cz s cílem vzdělávat o našich vínech a budovat jejich pozitivní obraz v mediálním prostoru.
 3. Mediální aktivity v otázkách monitoringu mediálního pokrytí v rámci segmentu vín s důrazem na tuzemská vína, předkládání přehledů mediálního pokrytí klíčových slov na denní bázi (každý všední den, pokrytí standardních masmédií) a průběžných zpráv zaměřených na tento trh a zapojení uživatelských skupin na profilech zadavatele na jeho sociálních médiích Facebook a Instagram, a to na měsíční bázi.
 4. Příprava a realizace strategie PR a PR pro sociální média pro značku VMVČ, která bude navazovat na celkovou strategii značky VMVČ a bude prohlubovat dialog s uživateli a širokou veřejností.
 5. Vypracování a průběžné předkládání rozpočtů marketingových aktivit zaměřených na segment novinářů a online aktivit.
 6. Příprava návrh aktivit v oblasti „interní komunikace“ zaměřené na segment vinařů s cílem průběžně informovat o aktivitách Vinařského fondu.
 7. Návrh systému průběžné práce s médii.
 8. Návrh systému průběžné práce s jednotlivými online platformami zadavatele s cílem jejich integrace (web, Newsletter, Facebook, Instagram apod.), a to včetně strategických doporučení, které budou zaměřeny na úpravy hlavní platformy webu VMVČ.
 9. Příprava a návrh aktivit v oblasti online aktivit zaměřených na segment současných uživatelů v databázi Vinařského fondu s cílem průběžně zvyšovat počty těchto uživatelů dle předem stanovených cílů – tzv. Výkonnostní marketing a sběr kontaktů.
 10. Obecná tvorba obsahu, zejména v textové formě.
 11. Návrh dalších doporučených PR a online aktivit a témat, které by měl Vinařský fond v příštích letech realizovat.
 12. Návrh systému krizové komunikace.
- 2.3 Ostatní aktivity jako například příprava soutěžních projektů, nákup inzertní plochy, časopis, pořádání společenských akcí, zajišťování tiskových konferencí a další mohou být poskytovány ze strany agentury na základě samostatných objednávek objednatele. Realizaci musí vždy předcházet písemné odsouhlasení objednatele.

Článek 3

Cena

- 3.1 Cena za realizaci služeb dle odst. 2.2. této smlouvy se skládá z úhrady za odvedené a schválené hodiny agenturního týmu, success fee a úhrady za nákup dat pro monitoring médií.
- 3.2 Hodinová sazba PR týmu je stanovena následujícím způsobem:

Pozice	Hodinová sazba bez DPH
Account Director	1.400 Kč
Account Manager pro PR, Online	1.100 Kč

- 3.3 Success Fee za PR činí maximálně 100 000,- Kč bez DPH za kalendářní čtvrtletí z hodnoty mediálního prostoru dosaženého agenturou v celostátních médiích a na klíčových webech prostřednictvím Media Relations. Hodnota mediálního prostoru je stanovena jako cena inzerce srovnatelných formátů uvedených v cenících inzerce jednotlivých médií platných v den publikování. Agentura je povinna vypracovat výpočet Success Fee včetně příslušných příloh a tento předložit objednateli k odsouhlasení. Agentura je oprávněna vyúčtovat Success Fee pouze na základě objednatelům odsouhlaseného výpočtu, který bude přílohou příslušné faktury. Garantovaná hodnota mediálních výstupů za kvartál v Kč bez DPH (AVE¹) činí 21 500 000 Kč Nárok na 100 % „Success Fee za PR“ vzniká až v případě, že agentura dosáhne za dané kalendářní čtvrtletí 100 % garantované mediální hodnoty.
- 3.4 Nedosažení garantované hodnoty mediálních výstupů zároveň opravňuje zadavatele ke krácení Success Fee za PR. Krácení Success Fee za PR bude probíhat následovně:
1. V případě prokazatelného nedosažení garantovaných parametrů bude „Success Fee“ stanoveno tak, že za dosažení každých 10 p.b. nad 50 % garantovaných výsledků vzniká nárok na 20 % „Success Fee“, tzn. 60 % garance představuje 20 % SF, 70 % garance 40 %, 80 % garance 60 %, 90 % garance 80 %, 100 % garance a více 100 % „Success Fee“.
 2. Při dosažení 50 % a méně z garantovaného plnění, nevzniká nárok na „Success Fee“.
- 3.5 Success Fee za dosažení garantovaného průměrného měsíčního dosahu na Facebooku a garantovaného průměrného měsíčního počtu impresí na Instagramu (zásah na sociálních médiích) činí maximálně 50 000,- Kč bez DPH za kalendářní čtvrtletí. Agentura je povinna vypracovat výpočet Success Fee za zásah na sociálních médiích včetně příslušných příloh a tento předložit objednateli k odsouhlasení. Agentura je oprávněna vyúčtovat Success Fee pouze na základě objednatelům odsouhlaseného výpočtu, který bude přílohou příslušné faktury. Garantovaný průměrný měsíční dosah na Facebooku je stanoven na 1 500 000 a Garantovaný průměrný měsíční počet impresí na Instagramu je stanoven na 8 000 000.
- 3.6 Nedosažení garantovaného zásahu na sociálních médiích zároveň opravňuje zadavatele ke krácení Success Fee za zásah na sociálních médiích. Pro stanovení míry dosažení garantovaných výsledků je rozhodný nižší z obou sledovaných parametrů. Krácení Success Fee za zásah na sociálních médiích bude probíhat následovně:
1. V případě prokazatelného nedosažení garantovaných parametrů bude „Success Fee“ stanoveno tak, že za dosažení každých 10 p.b. nad 50 % garantovaných výsledků vzniká nárok na 20 % „Success Fee“, tzn. 60 % garance představuje 20 % SF, 70 % garance 40 %, 80 % garance 60 %, 90 % garance 80 %, 100 % garance a více 100 % „Success Fee“.
 2. Při dosažení 50 % a méně z garantovaného plnění, nevzniká nárok na „Success Fee“.

¹ *AVE neboli hodnotu mediálního prostoru definujeme jako „finanční hodnotu“, kterou by bylo nutné uhradit mediím za nákup inzertního prostoru o stejném rozsahu podle ceníkových cen inzerce.

- 3.7 V případě nedosažení plné hodnoty garance v jednom kvartálu, lze dodat garantované plnění v kvartálu následujícím, tedy i dočerpát nevyčerpané „Success Fee“ až do 100% výše.
- 3.8. V případě dosažení 50 % a méně z garantovaného plnění, má objednatel nárok na okamžité odstoupení od smlouvy.
- 3.9 Success Fee bude účtováno čtvrtletně až do výše dle odst. 3.3 a 3.5. této smlouvy. Po vyčerpání této částky nebude další Success Fee objednateli fakturováno a další mediální prostor bude v příslušném období objednateli poskytován zdarma.
- 3.10 Cena za nákup dat pro monitoring médií činí 150.000,- Kč bez DPH za 1 kalendářní rok, fakturace bude probíhat na měsíční bázi.
- 3.11 Další aktivity dle odst. 2.3. této smlouvy mohou být stanoveny a rozpočtovány separátně, realizovány mohou být po odsouhlasení oběma stranami.
- 3.12 Činnost agentury bude fakturována vždy nejpozději do 15. dne následujícího měsíce.

Článek 4

Odsouhlasení a autorizace

- 4.1 Po odsouhlasení celkového rozpočtu kampaně či harmonogramu PR programu bude agentura předkládat objednateli ke schválení podle jeho požadavků:
- a) návrhy textů, tiskových zpráv, článků, fotografií
 - b) případné další návrhy dle odst. 2.2. a 2.3.
- 4.2 Písemné odsouhlasení návrhů a korektur objednatelem považuje agentura za souhlas se zveřejněním a takovéto odsouhlasení se považuje za autorizaci ke vstupu do smluvních závazků s dodavateli na bázi rozpočtovaných nákladů.
- 4.3 Úpravy či zrušení objednávek uskuteční agentura pouze za předpokladu, že objednatel bude hradit veškeré předcházející či dodatečné hotové náklady, které vznikly agentuře v souvislosti se zrušením objednávky a které nemohou být agenturou automaticky kryty.
- 4.4 Agentura nemůže zaručit, že materiál autorizovaný objednatelem v rámci Media Relations bude redakcí otištěn v nezměněné podobě. Odpovědnost za podobu redakčních materiálů uveřejněné médii nese vydavatel konkrétního média.
- 4.5 Dosažené mediální výstupy, včetně uplatnění Success Fee, v médiích, která nebudou monitorována nezávislou monitorovací službou, schvaluje vždy objednatel.

Článek 5

Důvěrné informace

- 5.1 Objednatel se zavazuje označit informace, pro něž požaduje mimořádnou ochranu, a určit rozsah jejich zveřejnění. Agentura se zavazuje bez objednatelova souhlasu neposkytovat informace důvěrného charakteru třetí straně, a to ani během trvání smluvního vztahu mezi objednatelem a agenturou ani po jeho skončení.

- 5.2 Objednatel na oplátku uznává právo agentury používat po dobu trvání smluvního vztahu dle této smlouvy veškeré všeobecné a odsouhlasené informace o objednatelových produktech a službách, a to výlučně za účelem plnění závazků dle této smlouvy.

Článek 6

Vlastnictví a škody

- 6.1 Profesionální odškodnění agentury
Objednatel odpovídá agentuře za škodu, která agentuře vznikla v důsledku zveřejněním jeho informací, jeho zastupováním, zpravodajstvím o jeho činnosti, distribucí jeho materiálů a dat, v případě, že takovéto informace objednatel schválil podle článku 4 této smlouvy. To se týká mimo jiné i tiskových zpráv, článků, textů, scénářů, výtvarných předloh, detailních plánů a programů.
- 6.2 Profesionální odškodnění objednatele
Agentura odškodní či uhradí odškodnění objednateli týkající se finanční újmy, škody, požadavků na odškodnění, ztrát, výdajů a pohledávek, které objednateli vzniknou nebo které utrpí v přímém či nepřímém důsledku práce agentury zveřejněním jeho informací, jeho zastupováním, zpravodajstvím o jeho činnosti, distribucí jeho materiálů a dat, v případě, že takovéto informace objednatel neschválil podle článku 5, zejména s ohledem na ustanovení Občanského zákoníku. To se týká mimo jiné i tiskových zpráv, článků, textů, scénářů, výtvarných předloh, detailních plánů a programů.
- 6.3 Vlastnictví objednatele
Zboží a informace, které objednatel agentuře dal k dispozici za účelem předvedení, publicity či k jinému účelu vyplývajícimu ze vzájemného ujednání, zůstávají v majetku objednatele včetně veškerých rizik z toho vyplývajících. Vlastnictvím objednatele jsou rovněž všechny materiály (textové, fotografické, audio, video a další materiály), které vytvořila agentura a objednatel je autorizoval pro použití v souladu s bodem 2.2 nebo 2.3 této smlouvy. Vlastnictví objednatele u materiálů zhotovených třetí stranou se bude řešit individuálně na základě dohody smluvních stran.
- 6.4 Právo užití, licenční ujednání
Jestliže agentura pro objednatele v rámci činnosti dle této smlouvy vytvoří jakékoliv materiály, které budou 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, nabývá objednatel dnem předání těchto autorských děl agenturou objednateli výhradní právo tato autorská díla užít jakýmkoli způsobem, a to po celou dobu trvání autorského práva k těmto autorským dílům, resp. po dobu autorskoprávní ochrany, bez omezení rozsahu množstevního, časového, územního (dále jen „**Licence**“). Licence se sjednává jako opravňující, tj. objednatel není povinen ji využít. Součástí Licence je rovněž neomezené právo objednatele poskytnout třetím osobám podlicenci k užití těchto autorských děl v rozsahu shodném s rozsahem Licence. Dále je součástí Licence souhlas agentury k postoupení Licence na třetí osoby a souhlas agentury udělený objednateli k provádění jakýchkoliv změn nebo modifikací těchto autorských děl, a to i prostřednictvím třetích osob. Odměna za poskytnutí Licence je součástí ceny sjednané podle čl. 3 této smlouvy.

Článek 7

Poddodavatelé agentury a členové týmu

- 7.1 Pokud agentura při provádění zakázky využívá služeb dalších poddodavatelů, které sama vybrala nebo doporučila, je plně odpovědná objednateli za volbu a výkony těchto poddodavatelů. Agentura je povinna za každých okolností usilovat o co nejvýhodnější podmínky ve prospěch objednatele. Agentura je povinna uzavřít s třetími osobami smlouvy svým jménem a na vlastní účet; není oprávněna uzavírat smlouvy jménem a na účet objednatele.
- 7.2 Poddodavatelé se rozumí: všechny třetí osoby, které dodávají výrobky nebo poskytují agentuře služby v souvislosti s prováděním zakázky.
- 7.3 Všechny případné reklamace ze strany poddodavatelů, které jsou v právním vztahu s agenturou v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy, jsou výhradně záležitostí agentury a agentura není oprávněna požadovat jakákoliv plnění po objednateli v souvislosti se svými poddodavatelskými vztahy.
- 7.4 Agentura se zavazuje, že změna členů týmu, kterými dodavatel prokazoval svou kvalifikaci nebo členy týmu jejichž kvalifikace byla předmětem hodnocení pouze za osoby s minimálně stejnou zkušeností či vyšší. Tato změna podléhá schválení ze strany objednatele. V případě porušení dané povinnosti, tedy v situaci, kdy si Agentura nenechá schválit změnu člena týmu, nebo pokud člen týmu nebude splňovat požadavek na stejnou kvalifikaci a zkušenost, je agentura povinna uhradit zadavateli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč za každé jednotlivé porušení této povinnosti a nahradit člena týmu novou osobou splňující minimálně stejnou kvalifikaci.

Článek 8

Platební podmínky

- 8.1 Splatnost faktur je 21 dnů od data doručení faktury objednateli, pokud v konkrétních případech nebude dohodnuto jinak. V případě oprávněné reklamace se doba splatnosti faktury prodlužuje o dobu nutnou k vyřízení reklamace. Prodloužení doby splatnosti se vztahuje pouze na reklamovanou část faktury.
- 8.2 Pro případ prodloužení s placením si strany sjednaly smluvní úrok ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodloužení.

Článek 9

Platnost smlouvy

- 9.1 Plnění této smlouvy počíná dnem účinnosti smlouvy a smlouva se uzavírá na dobu určitou s platností **2 let** ode dne účinnosti smlouvy.
- 9.2 Smlouva bude realizována v harmonogramu podle PR programu, který bude průběžně specifikován s objednatel, přičemž podmínkou jeho závaznosti je písemný souhlas objednatele.

Článek 10

Ostatní ujednání

- 10.1 Opravy, dodatky a doplňky této smlouvy mají platnost pouze tehdy, jsou-li provedeny písemnou formou a podepsány oběma smluvními stranami.
- 10.2 Všechny spory vyplývající z právních vztahů založených touto smlouvou nebo s ní souvisejících budou řešeny podle platného českého práva.
- 10.3 Je dohodnuto, že ani agentura ani objednatel nenabídnou zaměstnání pracovníkům objednatele, resp. agentury, během platnosti kontraktu či v době do 6 měsíců po jeho vypršení. Pokud jde o objednatele, má se pro vyloučení pochybností za to, že předchozí věta se nevztahuje na situace, kdy se pracovník agentury bez přičinění objednatele přihlásí do výběrového řízení s neurčeným okruhem adresátů vypsánoho objednatelem za účelem obsazení funkčního místa v rámci objednatele.
- 10.5 Obě strany prohlašují, že prostudovaly text smlouvy, souhlasí s ním a na důkaz toho k němu připojují své podpisy.
- 10.6 Tato smlouva nabývá platnosti dnem podpisu poslední smluvní stranou a účinnosti uveřejněním v registru smluv. Uveřejnění smlouvy zajistí objednatel.
- 10.7 Tato Smlouva je vyhotovena ve 2 stejnopisech, z nichž každý má platnost originálu. Každá ze stran obdrží jeden stejnopis.
- 10.8 Agentura v souladu s § 1765 odst. 2 Občanského zákoníku převzala nebezpečí změny okolností.