

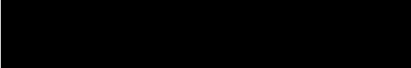
Smlouva o poskytování služeb

„Nákup prostoru pro komunikaci na sociálních sítích a On-line“

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

Článek I. Smluvní strany

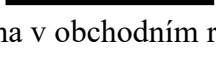
1. Česká republika – Ministerstvo dopravy

se sídlem: nábr. L. Svobody 1222/12, 110 15 Praha 1
IČO: 66003008
DIČ: CZ66003008
zastoupená: Mgr. Martinem Kupkou, ministrem dopravy
kontaktní osoba: Mgr. Tomáš Neřold, M.A.
e-mail: 
telefon: 
bankovní spojení: 
číslo účtu: 

(dále jen „Objednatel“)

a

2. Media Age s.r.o.

se sídlem: tř. Kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno
IČO: 26977958
DIČ: CZ26977958
zastoupená: Mgr. Davidem Blažkem, jednatelem společnosti
bankovní spojení: 
číslo účtu: 
společnost je zapsána v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 49453

(dále jen „Poskytovatel“)

Článek II. Předmět a obsah smlouvy

1. Předmětem této smlouvy jsou služby hrazené z Fondu zábrany škod pro projekty "Informační kampaň BESIP k novele zákona o silničním provozu“, „Bezpečně na přechodech" a "Podívej se 2x"

spočívající v zajištění online kampaní BESIP na sociálních sítích Facebook, Instagram, TikTok a YouTube samostatného oddělení BESIP a dále pak na vybraných webových platformách. Poskytovatel se zavazuje zajistit pro Objednatele vytvoření reklamních formátů a mediálního nákupu pomocí průběžných online kampaní dle odst. 2 a 3 tohoto článku a v souladu s Přílohou č. 2 této smlouvy a Objednatel se zavazuje za řádně poskytnuté služby zaplatit Poskytovateli sjednanou cenu dle článku IV. této smlouvy.

2. Předmět plnění spočívá ve vytvoření reklamních formátů pro kampaň za následujících podmínek:

a) Pro kampaň: Informační kampaň BESIP k novele zákona o silničním provozu

- i. Objednatel dodá podklady pro tvorbu kampaně ve formě textových informací k problematice nedávných úprav bodového systému, programu L17 – řízení od 17 let s mentorem a vybraných přestupků (např. rizika spojená s nevěnováním se řízení, rizika spojená s používáním telefonu či infotainmentu při řízení, nebezpečné předjíždění nebo bezpečný odstup).
- ii. Poskytovatel vytvoří na základě dodaných podkladů 3 motivy kampaně komunikující potřebná sdělení.
- iii. Ke každému motivu vytvoří Poskytovatel statické a textové formáty tak, aby bylo možné nasadit danou reklamní kampaň ve všech umístěných naplánovaných v Příloze č. 1 této smlouvy, včetně podkladů pro část „PR, obsah“. Pro formáty na „Facebook“ a „Instagram“ vytvoří Poskytovatel pro každý motiv formáty Image Ad, Stories a Carousel.
- iv. Termín realizace kampaně je od nabytí účinnosti smlouvy do 30. 6. 2025 dle upřesňujících písemných pokynů Objednatele, který vystavuje vedoucí Samostatného oddělení BESIP.

b) Pro kampaň: Podívej se 2x

- i. Objednatel dodá 3 motivy videospotů o délce 10 vteřin, 2 motivy videospotu o délce 15 vteřin, jeden motiv videospotu o délce 30 vteřin, jeden motiv videospotu o délce 60 vteřin a statické vizuály / fotografie s tématem viditelnosti motocyklů v silničním provozu.
- ii. Poskytovatel vytvoří pro každý motiv videospotu 2 varianty příspěvků na sociální síť s adaptací na formáty Video Ad pro Facebook, Video Ad pro Instagram, Video Stories pro Facebook, Video Stories pro Instagram a Video pro TikTok.
- iii. Poskytovatel vytvoří pro každý motiv a délku videospotu videoreklamu na YouTube.
- iv. Zároveň Poskytovatel vytvoří sérii 10 statických příspěvků pro Facebook a Instagram, které budou souviset s kreativním konceptem kampaně a budou mít za cíl udržovat povědomí o komunikovaném tématu kampaně – bezpečnosti motocyklistů na silnicích.
- v. Ke každému motivu vytvoří Poskytovatel další statické a textové formáty tak, aby bylo možné nasadit danou reklamní kampaň ve všech umístěných naplánovaných v Příloze č. 1 této smlouvy, včetně podkladů pro část „PR, obsah“. Pro formáty na „Facebook“ a „Instagram“ vytvoří Poskytovatel pro každý Motiv formáty Image Ad, Stories a Carousel.
- vi. Termín realizace kampaně je od nabytí účinnosti smlouvy do 31. 12. 2025 dle upřesňujících písemných pokynů Objednatele, který vystavuje vedoucí Samostatného oddělení BESIP.

c) Pro kampaň: kampaň: Bezpečně na přechodech – část On-line a část Sociální síť

- i. Objednatel dodá informace o třech lokacích s eventy v rámci kampaně. Poskytovatel vytvoří pro

každý event 2 motivy příspěvků na sociální sítě Facebook, Instagram a TikTok.

- ii. Objednatel dodá 3 motivy videospotu na motivy bezpečnosti na přechodech, každý o délce 30 vteřin. Objednatel dodá textové a informační materiály o kampani.
- iii. Poskytovatel vytvoří pro každý motiv videospotu 2 příspěvky Video Ad pro Facebook, 2 příspěvky Video Ad pro Instagram, 2 příspěvky Video Stories pro Facebook a 2 příspěvky Video Stories pro Instagram publikovatelné i na TikTok. Celkem tedy 24 příspěvků.
- iv. Poskytovatel vytvoří k motivům videospotů podklady tak, aby bylo možné je efektivně umístit na YouTube.
- v. Ke každému motivu vytvoří Poskytovatel statické a textové formáty tak, aby bylo možné nasadit danou reklamní kampaň ve všech umístěných naplánovaných v Příloze č. 1 této smlouvy, včetně podkladů pro část „PR, obsah“. Pro formáty na „Facebook“ a „Instagram“ vytvoří Poskytovatel pro každý Motiv formáty Image Ad, Stories a Carousel
- vi. Navíc vytvoří Poskytovatel na základě podkladů od Objednatele sérii 10 informativních příspěvků pro Facebook a Instagram, které budou publikovány v průběhu kampaně a budou informovat o různých aspektech problematiky kampaně. Tyto příspěvky budou publikovány a promovány jako tzv. Image Ad a Stories na sítích Facebook i Instagram.
- vii. Termín realizace kampaně je od nabytí účinnosti smlouvy do 31. 12. 2025 dle upřesňujících písemných pokynů Objednatele, který vystavuje vedoucí Samostatného oddělení BESIP.

d) Pro všechny výše uvedené kampaně

- i. Poskytovatel na základě dodaných podkladů vytvoří či adaptuje reklamní formáty tak, aby bylo možné kvalitně nasadit kampaň dle finálního plánu umístění formátů v reklamní kampani, a to pro všechny takové formáty a umístění.
 - ii. Poskytovatel zajistí v rámci poskytnutých služeb autorská práva dle čl. VII. odst. 3 této smlouvy ke všem výstupům plnění, které naplňují 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) v rozsahu, který umožní jejich množstevní, časově a územně neomezené a bezplatné využití v dalších reklamních kampaních a jiných činnostech Objednatele.
 - iii. Příspěvky a reklamy budou odpovídat dodané informaci o kampani s cílem efektivně zaujmout cílové skupiny.
 - iv. Objednatel má pro každou z kampaní právo na 3 kola připomínkování dodaných výstupů. V případě, že v jakémkoliv kole nebudou předchozí požadavky Objednatele splněny, zvyšuje se počet připomínkových kol o 1.
 - v. Po schválení výstupů je Poskytovatel zveřejní způsobem uvedeným v následujícím odstavci.
 - vi. Poskytovatel se zavazuje zajistit efektivní vynaložení prostředků Objednatele při tvorbě reklamních formátů.
3. Předmět plnění mediálního nákupu bude poskytován na základě upřesňujících písemných pokynů Objednatele a spočívá v následujících činnostech:
- i. veškeré činnosti související s procesem objednání a nákupu médií
 - ii. zajištění efektivního vynaložení prostředků Objednatele při procesu mediálního nákupu
 - iii. nastavení, analýza a vedení online kampaní,

- iv. zpracování přesného harmonogramu včetně mediaplánu jednotlivých online kampaní (harmonogram a mediaplán musí být předem písemně schváleny Objednatelem) na základě Harmonogramu načasování kampaně z Přílohy č. 1 této Smlouvy, zpracování nasazení Motivů kampaně tak, aby byly v souladu s komunikačními prioritami Objednatele,
- v. nasazení kreativních podkladů dle požadavků a parametrů uvedených v Příloze č. 2 této smlouvy, do reklamních systémů, nejpozději 7 kalendářních dnů před začátkem kampaně,
- vi. účast na průběžných informačních schůzkách za účelem kontroly plnění, tyto schůzky budou probíhat pravidelně na výzvu Objednatele, každých 14 kalendářních dnů,
- vii. týdenní zaslání souhrnných výsledků kampaní Objednateli s detailem po tzv. „adsetech“ a metrikami Imprese, Video Views, Video do 25 %, Video do 50 %, Video do 75 %, Video do 100 %, Zásah, Kliknutí a Cost Per indexy na tyto metriky, nebo online dashboard poskytující tato data, a to vždy každé úterý od zahájení kampaně,
- viii. 50 hodin optimalizační péče o každou jednotlivou kampaň z celkového počtu 3 kampaně (celkem tedy 150 hodin), spočívající zejména v úkonech typu změna příhozů, úprava cílení, nacházení neefektivních segmentů kampaně a jejich zastavování, separace efektivních segmentů, návrhy a realizace úprav kreativ směrem k co nejvyšší efektivitě,
- ix. zpracování finální souhrnné zprávy obsahující celkové výsledky všech realizovaných kampaní a zhodnocení dopadu kampaně na cílové skupiny nad mediální metriky, například vlivu na podíl ve vyhledávání či výsledky tzv. Brand Lift výzkumů a předání této zprávy Objednateli nejpozději do 14 kalendářních dnů od ukončení služeb poskytovaných pro Objednatele,
- x. zajištění přístupových práv s možností editace do všech reklamních systémů použitých pro realizaci kampaní pro 3 osoby stanovené Objednatelem,
- xi. Objednatel je oprávněn část plnění mediálního nákupu kdykoliv přerušit nebo zastavit upřesňujícím písemným pokynem s účinností doručením upřesňujícího písemného pokynu Poskytovateli, přičemž tímto Poskytovateli nevzniká nárok na dočerpání této smlouvy, náhradu nákladů, škody nebo jiné plnění z titulu přerušení nebo zastavení plnění předmětu této smlouvy.

Článek III.

Doba, místo a další podmínky plnění

1. Poskytovatel je povinen řádně poskytovat služby dle předmětu této smlouvy ode dne nabytí její účinnosti do 31. 12. 2025 nebo do vyčerpání finančního objemu ve výši 10 524 793,39 Kč bez DPH, podle toho, která skutečnost nastane dříve.
2. Místem plnění je sídlo Objednatele, popř. jiné vhodné místo dle jeho pokynů.
3. Dílčí doba plnění pro jednotlivé části:

Vytvoření reklamních formátů:

Poskytovatel zahájí svou činnost (vytvoření příspěvků pro sociální sítě) dle článku II. odst. 2 této smlouvy bez zbytečného odkladu po nabytí její účinnosti a výstupy předloží Objednateli nejpozději do 14 kalendářních dnů od předání podkladů Objednatelem.

Mediální nákup:

- a) Poskytovatel je povinen provádět řádně plnění předmětu této smlouvy a předávat výstupy v

rozsahu a termínech stanovených v upřesňujících písemných pokynech Objednatele nebo touto smlouvou.

- b) Poskytovatel není oprávněn provádět jakékoliv plnění, aniž by k němu obdržel od Objednatele upřesňující písemný pokyn.
 - c) Objednatel si vyhrazuje právo služby této části plnění nečerpat v plném rozsahu, popř. vůbec, aniž by Poskytovateli vznikl jakýkoliv nárok na zaplacení ceny, náhradu škody nebo zaplacení smluvní pokuty.
 - d) Každé plnění předmětu smlouvy poskytnuté Objednateli musí být Poskytovatelem vždy oceněno ještě před jeho započítáním. Doklad o ocenění je povinen Poskytovatel předat písemně Objednateli před potvrzením upřesňujícího písemného pokynu Objednatele. K ocenění plnění předmětu smlouvy Poskytovatel nesmí překročit cenové údaje uvedené Příloze č. 1 Smlouvy – Cenová nabídka Poskytovatele.
 - e) Poskytovatel je povinen týdně reportovat plnění Garantované maximální průměrné ceny pro sekce „PR, obsah“ a „Ostatní média“ z pohledu jednotkové ceny i objemu plnění. V případě, že by vývoj objemu plnění i jednotkové ceny ukazoval na nesplnění parametru garance ceny či méně jak 50% plnění objemu, není Objednatel povinen za tuto část kampaně platit.
4. Postup při realizaci požadavku na upřesňující písemný pokyn Objednatele služeb části mediálního nákupu je následující:
- a) Poskytovatel se zavazuje bezodkladně předložit Objednateli na základě jeho požadavku písemnou nabídku na poskytnutí služeb mediálního nákupu, která musí obsahovat:
 - i. Identifikaci Poskytovatele a osoby jednající jménem Poskytovatele;
 - ii. Odkaz na tuto smlouvu;
 - iii. Návrh způsobu realizace Objednatelem požadované online kampaně;
 - iv. Návrh harmonogramu realizace, návrh plánu rozložení motivů a kreativy a návrh detailního mediaplánu Objednatelem požadované online kampaně;
 - v. Specifikaci rizik;
 - vi. Cenu plnění – zvlášť specifikaci a cenu služeb nezbytných pro řádnou realizaci upřesňujícího písemného pokynu Objednatele dle Kvalitativních parametrů uvedených v Příloze č. 2 a zvlášť předpokládanou a zároveň nepřekročitelnou cenu za nákup reklamní plochy online (cena za média);
 - vii. Datum platnosti předložené nabídky.
 - b) „Upřesňující písemný pokyn Objednatele“ na služby mediálního nákupu této smlouvy musí obsahovat zejména:
 - i. Identifikaci Objednatele a osoby jednající jménem Objednatele;
 - ii. Číslo jednací upřesňujícího písemného pokynu objednatel;
 - iii. Odkaz na tuto smlouvu;
 - iv. Odkaz na číslo, verzi a datum nabídky Poskytovatele na online kampaň, kterou Objednatel

odsouhlasil;

- v. Kopii nabídky Poskytovatele;
 - vi. Požadovaný termín dokončení online kampaně;
 - vii. Uvedení detailů složení ceny za online kampaň v členění ceny za služby nezbytné pro řádnou realizaci upřesňujícího písemného pokynu Objednatele dle Kvalitativních parametrů Objednatele a ceny za nákup reklamních ploch online, kterou bude následně Poskytovatel dokládat při fakturaci a rozložení těchto cen v čase realizace kampaně;
 - viii. Datum upřesňujícího písemného pokynu Objednatele a podpis osoby oprávněné jednat jménem Objednatele.
5. Poskytovatel má pojištění na **odpovědnost za škody způsobené při výkonu činnosti třetí osobě nejméně ve výši 300 000 Kč** (slovy: tři sta tisíc korun českých) /za jednu pojistnou událost, a to po celou dobu trvání smlouvy na plnění této veřejné zakázky.
6. Smluvní strany se dohodly na tom, že ve všech případech, kdy Poskytovatel předkládá Objednateli nabídku služby online kampaně, Poskytovatel vychází z ceny za službu sjednané v této smlouvě a z časové náročnosti v místě a čase obvyklé.
7. Komunikace mezi smluvními stranami bude probíhat prostřednictvím osob uvedených v článku V. této smlouvy.

Článek IV. Celková cena a platební podmínky

1. Smluvní strany se dohodly na ceně za plnění dle předmětu této smlouvy ve výši 10 524 793,38 Kč bez DPH. Tato částka se dělí na dvě části:
- a. Částka za mediální kampaň, která nepřekročí 10 469 633,38 Kč bez DPH.
 - b. Částka za služby Přípravy a vedení kampaní, která 55 160 Kč bez DPH.
- Poskytovatel je povinen účtovat garantované maximální průměrné ceny dle Přílohy č. 1 této smlouvy.
2. V ceně za plnění předmětu této smlouvy jsou zahrnuty veškeré náklady Poskytovatele vynaložené v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy.
3. V případě poskytování služeb pouze po dobu části kampaně bude Poskytovateli uhrazena poměrná část ceny odpovídající míře skutečně poskytnutých služeb.
4. Celková nepřekročitelná maximální částka vyplacená po dobu trvání smlouvy za všechny služby poskytnuté dle této smlouvy nepřekročí částku 10 524 793,39 Kč bez DPH.
5. V případě změny sazby DPH dané právními předpisy bude k ceně bez DPH přiúčtována daň dle sazby platné ke dni zdanitelného plnění, avšak celková částka nesmí překročit částku 12 735 000 Kč včetně DPH za celou dobu trvání smlouvy. Není-li Poskytovatel v době uzavření plátcem DPH a stane-li se jím v průběhu plnění předmětu této smlouvy, ceny stanovené touto smlouvou se nemění a veškeré s tím související náklady jdou v tomto případě k tíži Poskytovatele.

6. Smluvní strany se dohodly na lhůtě splatnosti 30 kalendářních dnů od doručení faktury Objednateli. Smluvní strany se dohodly, že Poskytovatel bude fakturovat odděleně cenu za služby tak, aby bylo možné rozlišit jednotlivé položky Cenové nabídky Poskytovatele a cenu za ně fakturovanou
7. Objednatel nebude poskytovat Poskytovateli žádné zálohy na cenu za plnění předmětu smlouvy v jakékoliv formě
8. Poskytovatel je oprávněn vystavit fakturu vždy až po schválení poskytnutých služeb včetně předání kompletního a bezvadného výstupu plnění dle čl. II. odst. 2 a na základě měsíčního přehledu fakturovaných mediálních nákladů dle čl. II. odst. 3 této smlouvy realizovaného na základě upřesňujícího písemného pokynu Objednatele. Schválením poskytnutých služeb a převzetím výstupů plnění předmětu smlouvy se rozumí písemný souhlas Objednatele v akceptačním protokolu se skutečně a řádně vykonaným plněním dle této smlouvy a fakturovanou cenou. Akceptační protokol za služby dle čl. II. odst. 3 této smlouvy musí obsahovat i soupis skutečně provedených jednotlivých činností. Zjistí-li Objednatel při schvalování služeb či převzetí výstupů služeb zjevné vady, sepíše o tom zápis. Lhůta pro odstranění vad činí 5 pracovních dnů ode dne předání zápisu Poskytovateli, nestanoví-li Objednatel písemně lhůtu delší. Do odstranění vad není Objednatel povinen poskytnuté služby schválit a zaplatit cenu
9. Veškeré faktury (daňové doklady) musí obsahovat náležitosti stanovené právními předpisy, evidenční číslo a název této smlouvy, kopii akceptačního protokolu dle odst. 8 tohoto článku a podrobný výčet fakturovaných služeb dle jednotlivých činností uvedených v Příloze č. 1 této smlouvy. V případě faktur za služby dle čl. II. odst. 3 této smlouvy musí faktura odkazovat též k upřesňujícímu písemnému pokynu Objednatele s jeho datací a jeho číslem jednacím. Nedílnou součástí faktury musí být písemné schválení služeb (akceptační protokol) podepsané oprávněnou osobou Objednatele. Nedílnou součástí faktury za služby mediálního nákupu musí být kopie faktur prokazujících úhradu nákladů na media, resp. nákupu reklamních ploch online dle Přílohy č. 1 této smlouvy a kopie upřesňujícího písemného pokynu Objednatele. Poskytovatel je povinen fakturovat každou kampaň zvlášť za každé období určené upřesňujícím písemným pokynem Objednatele a nesmí celkovou fakturací za kampaň překročit částky, které přísluší příslušné kampani podle Přílohy č. 1 této smlouvy. Z faktury musí být vždy zřejmé, jaké kampaně se týká a částky faktury musí být jednoznačně přiřaditelné ke konkrétní části částek uvedených v čl. IV odst. 1 této smlouvy.
10. V případě, že faktura nebude obsahovat stanovené náležitosti nebo uvedené údaje budou nesprávné nebo nebudou splněny podmínky dle odst. 11 tohoto článku, je Objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět Poskytovateli k doplnění či opravě, aniž se tím dostane do prodlení; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od doručení náležitě doplněné či opravené faktury.
11. Faktury jsou hrazeny bankovním převodem na účet Poskytovatele uvedený čl. I této smlouvy, který musí odpovídat číslu účtu uvedenému v registru plátců DPH, je-li Poskytovatel plátcem DPH. Případnou změnu čísla bankovního účtu je Poskytovatel povinen Objednateli písemně oznámit a na zpětný dotaz Objednatele opětovně písemně potvrdit. Dnem platby se rozumí den, kdy je fakturovaná částka z účtu Objednatele na tento účet odeslána.
12. Částka fakturovaná za mediální nákup bude vždy přesně souhlasit s částkami fakturovanými ze strany médií, včetně odečtu ponížení za takzvané „neplatné kliknutí/imprese/video views“. Výjimku tvoří situace, kdy by došlo k plnění vyššímu, než je částka v upřesňujícím písemném pokynu Objednatele.

V takovém případě je možné fakturovat maximálně do výše ceny v upřesňujícím písemném pokynu Objednateli. Výjimku tvoří též situace, kdy Poskytovatel poskytuje slevu z ceny dle odst. 13 tohoto článku.

13. V případě, že by došlo ke splnění méně než 100 % aktuálně schváleného Minimálního dodaného počtu zhlédnutí videa definovaného pro jednotlivá média v Příloze č. 2 této Smlouvy, náleží Objednateli na danou položku sleva ve výši nesplněného % služeb. V případě, že by k tomuto nesplnění došlo kvůli nedodržení Kvalitativních parametrů nastavení kampaně definovaných v Příloze č. 2 této Smlouvy, náleží Objednateli sleva dvojnásobná.

Článek V. Oprávněné osoby

1. Ve věci plnění a vzájemné komunikace dle této smlouvy jsou ke dni jejího uzavření oprávněni smluvní strany zastupovat:
 - a) na straně Poskytovatele:
 - b) na straně Objednatele:
2. Případnou změnu osob uvedených v odst. 1 tohoto článku nebo jejich kontaktních údajů jsou smluvní strany povinny bezodkladně písemně oznámit druhé smluvní straně. Takové změny nevyžadují formu dodatku ke smlouvě ve smyslu čl. XI. odst. 3 této smlouvy.

Článek VI. Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. V případě neposkytnutí služeb dle čl. II. odst. 2 této smlouvy dle minimálních parametrů dle Přílohy č. 2 této smlouvy nebo v případě prodlení Poskytovatele s dodržáním termínu poskytnutí služeb a předání výstupu plnění předmětu smlouvy dle čl. III. odst. 3 či prodlením s odstraněním vad dle čl. IV. odst. 8 této smlouvy, Poskytovatel zaplatí Objednateli smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč za každý započatý den prodlení.
2. V případě porušení povinnosti dle čl. VII. odst. 2, čl. VIII. odst. 2 nebo čl. IX. odst. 2, 11, 12 nebo 13 této smlouvy, Poskytovatel zaplatí Objednateli smluvní pokutu ve výši 100.000,- Kč za každý jednotlivý případ.
3. V případě porušení pravidel českého jazyka (gramatiky či pravopisu) ve zveřejněných výstupech v rámci předmětu plnění této smlouvy Poskytovatel zaplatí Objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000,- Kč za každé jednotlivé porušení.

4. V případě porušení povinnosti stanovené v čl. IX. odst. 7, 8 nebo 9 této smlouvy Poskytovatel zaplatí Objednateli smluvní pokutu ve výši 3.000,- Kč za každé jednotlivé porušení.
5. V případě prodlení Objednatele se zaplacením řádně vystavené faktury je Poskytovatel oprávněn požadovat zaplacení úroku z prodlení v zákonné výši z fakturované částky za každý započatý den prodlení.
6. Smluvní pokuta a úrok z prodlení jsou splatné do 21 kalendářních dnů ode dne doručení jejich písemného vyúčtování druhé smluvní straně.
7. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo na náhradu škody ani povinnost Poskytovatele řádně dokončit plnění předmětu smlouvy.

Článek VII. Vlastnické právo a licence

1. Vlastnické právo k výstupům služeb nebo jejich části přechází na Objednatele jejich řádným předáním.
2. Poskytovatel není oprávněn výstupy služeb nebo jejich části, jakkoliv rozšiřovat, vyjma plnění předmětu této smlouvy, bez předchozího písemného souhlasu Objednatele.
3. Poskytovatel poskytuje touto smlouvou Objednateli výhradní, nevypověditelnou a časově, množstevně a místně neomezenou licenci k užití výstupů služeb a všech jejich částí, jež podle obecně závazných právních předpisů představují autorská práva nebo práva pořizovatele k jím pořízené databázi, a to všemi způsoby užití včetně oprávnění k jejich poskytnutí třetím osobám a včetně práva upravovat a měnit taková autorská díla nebo databáze.
4. Poskytovatel odpovídá za to, že plnění předmětu této smlouvy nezasahuje a nebude zasahovat do práv jiných osob, zejména práv z průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví, a to pro jakékoliv využití v České republice i v zahraničí.
5. Objednatel není ve svých majetkových právech k výstupům služeb nijak omezen. Objednatel je oprávněn bez souhlasu Poskytovatele výstupy služeb nebo jejich část upravovat či doplňovat a poskytovat třetím osobám bez souhlasu Poskytovatele.

Článek VIII. Poskytování informací

1. Poskytovatel bere na vědomí a souhlasí s tím, že Objednatel dle 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, uveřejní tuto smlouvu včetně jejích příloh a dodatků v registru smluv.
2. Žádná ze smluvních stran není oprávněna poskytnout třetím osobám jakékoliv informace o podmínkách této smlouvy a souvisejících s touto smlouvou, jejichž obsahem mohou být důvěrné informace, osobní a citlivé údaje, informace týkající se obchodního tajemství, technologie nebo know-how, s výjimkou povinnosti poskytovat informace podle zvláštních předpisů. Ustanovení odst. 1 tohoto článku tím není dotčeno.

3. Závazky dle předchozího odstavce tohoto článku zůstávají v platnosti i po ukončení účinnosti této smlouvy.

Článek IX. Další ujednání

1. Poskytovatel je povinen řádně provést plnění předmětu této smlouvy na svou odpovědnost, s odbornou péčí, ve sjednané době a kvalitě. Služby a jakékoliv další plnění podle této smlouvy je Poskytovatel povinen poskytovat v souladu se všemi příslušnými českými právními předpisy i předpisy Evropské unie a aplikovat při plnění této smlouvy nejlepší osvědčené postupy, procesy a metody („best practices“) příslušného odvětví.
2. Poskytovatel je oprávněn plnění předmětu této smlouvy provést prostřednictvím třetích osob pouze s předchozím písemným souhlasem Objednatele. V takovém případě Poskytovatel odpovídá, jako by plnění provedl sám.
3. Poskytovatel garantuje a odpovídá za správnost české gramatiky a pravopisu ve veškerých výstupech v rámci plnění této smlouvy.
4. Poskytovatel prohlašuje, že má potřebná oprávnění ke všem činnostem, které souvisejí s plněním předmětu této smlouvy.
5. Objednatel je povinen poskytnout Poskytovateli k plnění povinností podle této smlouvy nezbytnou součinnost.
6. Způsobí-li Poskytovatel ať úmyslně nebo z nedbalosti škodu na majetku či zdraví osob Objednatele nebo třetí osoby, je povinen o tom neprodleně informovat Objednatele s tím, že odpovídá za prokázanou škodu neomezeně.
7. Poskytovatel je povinen informovat na žádost Objednatele o průběhu plnění předmětu smlouvy a akceptovat jeho doplňující pokyny a připomínky. Zjistí-li Objednatel v průběhu plnění předmětu této smlouvy vady, je Poskytovatel povinen na písemnou výzvu tyto vady bezodkladně odstranit bez nároku na navýšení ceny plnění.
8. Poskytovatel je povinen upozornit Objednatele na nevhodnost jím udělených pokynů k plnění předmětu smlouvy, jestliže tuto nevhodnost mohl zjistit při vynaložení odborné péče. Poskytovatel je však povinen pokyny Objednatele splnit, trvá-li na tom Objednatel i přes jeho upozornění, v takovém případě však Poskytovatel neodpovídá za tím vzniklou škodu.
9. Poskytovatel je povinen bezodkladně a s vyvinutím přiměřeného úsilí řešit ve spolupráci s Objednatelem překážky v plnění předmětu této smlouvy.
10. Poskytovatel je povinen a zároveň oprávněn spolupracovat s oprávněnými osobami Objednatele a jinými jím pověřenými zaměstnanci ve věci plnění předmětu této smlouvy, přičemž tyto osoby na straně Objednatele jsou povinny poskytovat Poskytovateli řádnou součinnost.
11. Žádná ze smluvních stran nemá právo postoupit či jinak převést svá práva či povinnosti vyplývající z této smlouvy bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany. Závazky dle předchozí věty zůstávají v platnosti i po ukončení účinnosti této smlouvy.

12. K plnění předmětu této smlouvy je Poskytovatel oprávněn použít pouze členy realizačního týmu dle seznamu v příloze č. 7 zadávací dokumentace k této veřejné zakázce (dále jen „ZD“). V případě, že je třeba výměna člena realizačního týmu, je to možné pouze po předchozím písemném souhlasu Objednatele. Objednatel tento souhlas neudělí v případě, že by po takové změně realizační tým Poskytovatele kumulativně nesplňoval veškeré uvedené požadavky Objednatele na tým uvedené v ZD.
13. K plnění předmětu této smlouvy je Poskytovatel oprávněn použít pouze poddodavatele dle seznamu v příloze č. 1 ZD. Změna je možná pouze po předchozím písemném souhlasu Objednatele.
14. Poskytovatel je povinen realizovat mediální podporu kampaní v nově, pouze pro tento účel vytvořených reklamních účtech (tzv. Ad accountech) v systémech Meta (Facebook, Instagram) a Google, případně dalších. Tyto reklamní účty budou součinností s Objednatelem propojeny s profily objednatelů (například Facebook, Instagram, YouTube) tak, aby reklamy byly z uživatelského pohledu pouštěny z těchto profilů. V případě zájmu Objednatele je Poskytovatel povinen po skončení kampaně tyto účty převést kompletně pod správu Objednatele.
15. Poskytovatel při poskytování služeb zajistí dodržování veškerých právních předpisů, zejména zákonného standardu pracovních podmínek dle zákoníku práce, týkající se oblasti zaměstnanosti a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, a to vůči všem osobám, které se budou na plnění této veřejné zakázky podílet, přičemž uvedené bude takový Poskytovatel povinen zajistit i u svých poddodavatelů.

Článek X.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Obě strany mají právo odstoupit od této smlouvy při podstatném porušení ustanovení této smlouvy druhou smluvní stranou dle § 2002 Občanského zákoníku.
2. Smluvní strany jsou dále oprávněny v souladu s ustanovením § 2001 Občanského zákoníku od této smlouvy odstoupit pro porušení smluvní povinnosti v následujících případech:
 - a) prodlení Poskytovatele delší než 30 kalendářních dnů s poskytnutím služeb a předání příslušných výstupů dle čl. III. odst. 3 této smlouvy,
 - b) prodlení Objednatele delší než 30 kalendářních dnů se zaplacením řádně vystavené faktury, za předpokladu písemného upozornění Poskytovatelem na takové prodlení,
 - c) porušení povinnosti Poskytovatele dle čl. VII. odst. 2, čl. VIII. odst. 2 nebo čl. IX. odst. 2, 11, 12 nebo 13 této smlouvy,
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u Poskytovatele své požadavky či připomínky v průběhu realizace plnění předmětu smlouvy a Poskytovatel je bez vážného důvodu neakceptuje, nebo podle nich nepostupuje.
4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této dohody druhé smluvní straně s tím, že poskytnutá plnění se nevracejí.
5. Odstoupením od smlouvy není dotčen nárok na náhradu škody ani na zaplacení smluvních pokut nebo úroku z prodlení, pokud již dospěl.

6. Objednatel je oprávněn ukončit tuto smlouvu písemnou výpovědí i bez udání důvodu výpovědi s výpovědní dobou dva měsíce, která počíná běžet dnem doručení výpovědi Poskytovateli.
7. Smluvní vztah lze ukončit též písemnou dohodou smluvních stran v souladu s ust. § 1981 Občanského zákoníku, přičemž účinky ukončení smlouvy nastanou k okamžiku stanovenému v takovéto dohodě. Nebude-li takovýto okamžik dohodou stanoven, pak tyto účinky nastanou ke dni podpisu takovéto dohody oběma smluvními stranami.

Článek XI. Závěrečná ustanovení

1. Smluvní strany se dohodly, že závazkový vztah vzniklý podle této smlouvy a na jejím základě se řídí právními předpisy České republiky, zejména Občanským zákoníkem.
2. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem uveřejnění v registru smluv.
3. Tuto smlouvu lze měnit, upravovat a doplňovat pouze formou písemných, postupně číslovaných dodatků, odsouhlasených a podepsaných oběma smluvními stranami. Tyto dodatky se stávají nedílnou součástí této smlouvy.
4. Tato smlouva je vyhotovena v elektronické formě a podepsána elektronickými podpisy obou smluvních stran v souladu se zákonem č. 297/2016 Sb., o službách vytvářejících důvěru pro elektronické transakce, ve znění pozdějších předpisů.
5. Smluvní strany prohlašují, že mají plnou způsobilost k právním úkonům, a že tuto smlouvu uzavírají svobodně a vážně, že si ji řádně přečetly a jsou srozuměny s jejím obsahem, že jim nejsou známy jakékoliv skutečnosti, které by její uzavření vylučovaly a že se neuvědly vzájemně v omyl a berou na vědomí, že v plném rozsahu nesou veškeré právní důsledky plynoucí z jimi vědomě poskytnutých nepravdivých údajů.
6. Nedílnou součástí této smlouvy jsou následující přílohy:

Příloha č. 1 – Cenová nabídka Poskytovatele

Příloha č. 2 – Kvalitativní parametry

V Praze dne



Za Objednatele



Mgr. Martin Kupka

ministr dopravy

V Praze dne



Za Poskytovatele



Mgr. David Blažek

jednatel společnosti

takto obarvené buňky jsou k vyplnění	takto obarvené buňky neměňte
--------------------------------------	------------------------------

Aktivita	Parametry	Cena celkem [Kč bez DPH]		% srovnání média v kampani	Garantovaná maximální průměrná cena	Jednotka ceny	Detaily umístění			
		maximální přípustná cena za kampaň bez DPH								
Kampaň: Ověřovací kampaň BESIP k vybraným přístupuům v sociálních médiích a online										
Mediální naklady - kampaň: Ověřovací kampaň BESIP k vybraným přístupuům v sociálních médiích a online	Facebook	32 % z mediálních nákladů		32%						
	Instagram	32 % z mediálních nákladů		32%						
	PLK obchů	19 % z mediálních nákladů		19%						
	Garant média - Seznam.cz	12 % z mediálních nákladů		12%						
		1 000 přehledů obchů (limit) Cena, NE přesahující 100 Kč 2000 sdílení na Facebooku Cena, NE přesahující 10 Kč					umístění: www.deník.cz, www.vlasta.cz, sdělní: 54 540 PV na vlasta.cz deník.cz a 27 270 PV na vlasta.cz			
		Formát: Wallpaper 480x300 na HP Seznam.cz, horní police								

Celková maximální přípustná částka za všechny kampaně (bez DPH):	
Celková cena za mediální náklady na všechny kampaně (bez DPH):	

Ceny jsou uvedeny za všechny kampaně dohromady		Maximální přípustná částka			
Činnosti	Cena celkem [Kč bez DPH]	poměrové ke kampani Osvětlovací kampaně B2B/P vybraným předstuplům v srovnání s mediálními a online	poměrové ke kampani Podjevy se 2x	poměrové ke kampani Bezpečná na přechodech	
Vytvoření potřebných kreativ a publikačního plánu die zadání (čl. II odst. 2 všechny body kromě části vyznačených "PR, obsah")					
Zpracování PR a obsahových podkladů die zadání (čl. II odst. 2, části vyznačené "PR, obsah")					
Nasazení kreativ die zadání (čl. II odst. 2 d) i, a čl. II odst. 3 v.)					
Reporting - die zadání (čl. II odst. 3 v., vč., ix., x.)					
50 hodin optimalizační péče o každou ze 3 kampaní (celkem tedy 150 hodin) (čl. II odst. 3 vii.)					
Fakturace - die zadání (čl. IV.)					
Všechny ostatní náklady Dodavatele pro splnění požadavků ze Smlouvy					
Celková cena za přípravu a vedení kampaní:					

Plátce DPH uvede všechny uvedené ceny v Kč bez DPH. Neplátce uvede ceny bez členění na část

mies:		Duben 2025				květen 2025				červen 2025				červenec 2025				srpen 2025				zář 2025				říjen 2025																								
tyden:		14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
datum začátku týdne:		01	07	14	21	28	04	08	12	19	26	01	02	09	16	23	30	01	07	14	21	28	04	11	18	25	01	08	15	22	29	05	12	19	26	02	09	16	23	30	06	13	20	27						
datum konce týdne:		06	13	20	27	30	06	11	18	25	31	07	08	15	22	29	30	06	13	20	27	31	07	14	21	28	04	11	18	25	01	08	15	22	29	05	12	19	26	31	07	14	21	28	29					

[illegible][illegible][illegible]

Kvalitativní parametry

Název veřejné zakázky: „Nákup prostoru pro komunikaci na sociálních sítích a On-line“

Evidenční číslo veřejné zakázky: VZ-8-170/2025

Zadavatel: Česká republika – Ministerstvo dopravy
nábřeží Ludvíka Svobody 1222/12, 110 15 Praha 1, IČO: 66003008

Kvalitativní parametry:

Pokud nebude v rámci konkrétních podkladů kampaně uvedeno jinak, bude reklamní kampaň co nejvíce zacílena na cílovou skupinu řidiči

Z mediálního rozpočtu budou alokovány částky odpovídající % z mediálních nákladů uvedených v Příloze č. 1. V rámci těchto částek budou rozděleny rozpočty a použity optimalizace následovně:

- pro reklamy umístěné na YouTube – kampaň Bezpečně na přechodech:
 - optimalizace na shlédnutí videí
 - rozpočet rozdělen na:
 - 65 % přeskočitelná videa
 - 30 % nepřeskočitelná videa
 - 5 % (a více dle kapacity a efektivity) discovery formáty
- pro reklamy umístěné na YouTube – kampaň Podívej se 2x:
 - optimalizace na maximální zásah
 - rozpočet alokovan 100 % na nepřeskočitelná videa
 - realizace pouze na YouTube (ne partneři Google)
- pro reklamy umístěné na Facebook, každá z kampaní, rozpočet rozdělen na:
 - 70 % Video Ad – optimalizace na shlédnutí videí, maximální frekvence 2 shlédnutí na uživatele na video
 - 30 % statické formáty – optimalizace na návštěvnost cílového webu
- pro reklamy umístěné na Instagram, každá z kampaní, rozpočet rozdělen na:
 - 70 % Video Ad + Video Stories – optimalizace na shlédnutí videí, maximální frekvence 2 shlédnutí na uživatele na video
 - 30 % statické formáty a statické Stories – optimalizace na návštěvnost cílového webu
- pro reklamy umístěné na TikTok, kampaň Podívej se 2x:
 - cílení na uživatele 25 let a starší
- pro reklamy umístěné na TikTok, kampaň Bezpečně na přechodech:
 - cílení na uživatele 13 let a starší

- pro formáty promování obsahu sdělení kampaně pomocí PR, článků a obsahových spoluprací:
 - média musí být na CZ doméně, auditované NetMonitorem, minimální návštěvnost 100 000 reálných uživatelů / měsíc dle NetMonitoru
- pro umístění videoformátů na relevantních médiích a platformách s parametry:
 - Pouze tzv. „instream” videoformáty = videa umístěná před vlastním videoobsahem daného média, nejedná se o videa v bannerech
 - média musí být na CZ doméně, auditované NetMonitorem, minimální návštěvnost 100 000 reálných uživatelů / měsíc dle NetMonitoru), maximální frekvence 2 shlédnutí na uživatele na video
- Na sociálních sítích (Facebook, Instagram, ...) a YouTube – omezení frekvence zobrazení na 1 zobrazení na den a 3 zobrazení za týden na kampaň na daném médiu.
- Na sociálních sítích a YouTube – V každém médiu bude kampaň nasazena s minimálně 3 AdSety (podčástmi kampaně), které se budou lišit zacílením na různé relevantní segmenty cílových skupin.
- Úvodní nastavení s maximálním příhozem na 0,35 Kč za Video View v Google, 0,30 Kč za Thru Play na Facebooku, Instagramu (může být změněno po písemné dohodě s Objednatelem).
- Na YouTube poběží reklama přes reklamní systém Google Ads, pouze na YouTube a pouze v tzv. „instream“ médiích.
- V reklamní síti Facebooku a Instagramu poběží reklama přes tzv. „Ad Account“ v nativní reklamní platformě Facebooku, pouze na médiích Facebook a Instagram (ne v přidružených reklamních sítích) a pouze v tzv. „feedech“ a „stories“.
- Minimální dodaný počet zobrazení se pro níže uvedené aukční systémy nákupu reklamy stanovuje dle rozpisu níže. Poskytovatel je povinen investovat všechny naplánované prostředky tak, aby doručil co největší počet zobrazení za zachování kvalitativních aspektů kampaně. Splnění Minimálního počtu dodaných zobrazení neznamena, že by měl Objednatel právo kampaně zastavit a neproinvestovat naplánované investice do patřičného média. Rozpis Minimálních dodaných počtů zobrazení:
 - Pro kampaň: Osvětová kampaň BESIP k vybraným přestupkům v sociálních médiích a online
 - 8 000 000 pro Facebook
 - 8 000 000 pro Instagram
 - Pro kampaň: Podívej se 2x
 - 4 628 099 pro YouTube
 - 4 722 550 pro Facebook
 - 4 722 550 pro Instagram
 - 1 889 020 pro TikTok
 - 4 628 099 pro Google Ads, Sklik
 - Pro kampaň: Bezpečně na přechodech – část On-line

- 5 950 413 pro YouTube
- Pro kampaň: Bezpečně na přechodech – část Sociální sítě
 - 2 125 148 pro Facebook
 - 2 125 148 pro Instagram
 - 1 062 574 pro TikTok
 -
- V případě, že by v průběhu kampaně pro jakékoliv médium hrozilo nesplnění Minimálního dodaného počtu zobrazení definovaného výše, je Poskytovatel povinen o této skutečnosti neprodleně písemně informovat Objednatele vč. doložení podkladů a důvodů takového nesplnění. Objednatel je pak oprávněn situaci posoudit a písemným souhlasem oprávněné osoby Objednatele dle této smlouvy BESIP upravit Minimální počet zobrazení až na úroveň 80 % z původní hodnoty nebo realokovat počty zobrazení mezi jednotlivými médii.
- Kampaň bude rozložena v termínu realizace kampaně dle priorit Objednatele. Přesné rozložení bude uvedené v Objednávce.
- Kampaně budou realizovány jménem již existujících profilů Objednatele na sítích Facebook, Instagram, TikTok a YouTube.