

SMLOUVA O VYTVOŘENÍ REKLAMNÍ KAMPANĚ PRO VELETRH VĚDY 2018 č. 218-X/18

Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.

sídlo: Národní 1009/3, 110 00 Praha 1

IČO: 60457856

DIČ: CZ60457856

zastoupená: Ing. Tomášem Wenclem, MBA, ředitelem,

zapsaná v rejstříku veřejných výzkumných institucí vedeném Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy

Bankovní spojení: [REDAKCE]

Číslo účtu: [REDAKCE]

kontaktní osoba: [REDAKCE]

(dále jen „**Klient**“)

a

PRIA SYSTEM s.r.o.

sídlo: Nad Stráněmi 5656, 760 05 Zlín

IČO: 29206740

DIČ: CZ29206740

zastoupená: Ing. Janem Podzimkem, jednatelem

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 65663

Bankovní spojení: [REDAKCE]

Číslo účtu: [REDAKCE]

(dále jen „**Agentura**“)

(Klient a Agentura dále společně jen „**Smluvní strany**“ a jednotlivě „**Smluvní strana**“)

tímto uzavírají na základě vzájemné dohody v souladu s ustanovením § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění (dále jen „**občanský zákoník**“) smlouvu o vytvoření reklamní kampaně pro akci Veletrh Vědy 2018, pořádanou Klientem (dále jen „**Smlouva**“):

I.

Předmět Smlouvy

1. Předmětem této Smlouvy je vytvoření internetové reklamní kampaně pro akci Veletrh vědy 2018 zaměřené na veřejnost se zájmem o vědu. Veletrh vědy je akce pořádaná Klientem ve dnech 7. – 9. 6. 2018.
2. Účelem této Smlouvy je oslovení cílové skupiny s pozvánkou na Veletrh vědy 2018.

II.

Plnění předmětu Smlouvy

1. Agentura se na základě této Smlouvy zavazuje vytvořit pro Klienta ve dnech 4. 5. 2018 až 10. 6. 2018 internetovou reklamní kampaň pro akci Veletrh vědy 2018, pořádanou Klientem, a to způsobem a za podmínek specifikovaných v dokumentu Online kampaň strategie, který tvoří přílohu č. 1 této Smlouvy a v Zadání pro vytvoření internetové kampaně pro Veletrh vědy, který tvoří přílohu č. 2 této Smlouvy.

2. Internetová kampaň bude vytvořena pomocí nástrojů display kampaň a video kampaň, součástí obou kampaní bude remarketing – oslovení uživatelů, kteří interagovali s kampaní.
3. Display kampaň je bannerová kampaň napříč internetem, kdy Agentura umístí na vybrané weby bannery dodané Klientem s cílem maximálně zasáhnout cílovou skupinu. Display kampaň je blíže specifikována na stránkách 4 až 10 přílohy č. 1.
4. Video kampaň bude probíhat na serveru youtube.com, kdy Agentura umístí k vybraným videím přeskočitelnou pre-roll reklamu dodanou Klientem. Video kampaň je blíže specifikována na stránkách 11 až 13 přílohy č. 1.
5. Klient se zavazuje dodat Agentuře bannery a pre-roll reklamu nejpozději do 4. 5. 2018
6. Agentura se zavazuje pravidelně, nejméně jednou za týden vyhodnocovat dopad internetové reklamní kampaně a optimalizovat ji tak, aby oslovila co největší možný počet uživatelů z cílové skupiny.
7. Agentura se zavazuje pravidelně, nejméně jednou za týden informovat Klienta o průběhu internetové reklamní kampaně, a to formou reportů. Každý report bude obsahovat shrnutí výsledků kampaně za předchozí týden.
8. Agentura se zavazuje po skončení Veletrhu vědy 2018, nejpozději však do 2. 7. 2018 vypracovat vyhodnocení internetové reklamní kampaně v podobě stručné prezentace a přehledu mediálních výstupů.
9. Agentura je povinna uskutečňovat činnost, k níž se zavázala touto Smlouvou, v souladu se zájmy Klienta a podle jeho pokynů.

III.

Cena plnění a způsob úhrady

1. Celková cena za plnění podle článku II. této Smlouvy je 100.000,- Kč bez DPH. K této ceně bude připočtena DPH v souladu s právními předpisy účinnými ke dni uskutečnění zdanitelného plnění. Podrobná kalkulace ceny jednotlivých částí plnění je uvedena na straně 15 přílohy č. 1. Daňový doklad / faktura musí obsahovat veškeré náležitosti dle zákona o dani z přidané hodnoty č. 235/2004 Sb., v platném znění, a číslo této smlouvy.
2. Uvedená cena je nepřekročitelná a zahrnuje veškeré náklady Agentury nutné nebo související s řádným plněním předmětu této Smlouvy.
3. Cena bude uhrazena po podpisu předávacího protokolu oběma Smluvními stranami, a to na základě faktury vystavené Agenturou. Kopie předávacího protokolu bude přílohou faktury.
4. Klient se zavazuje zaplatit fakturu bezhotovostně převodem na účet Agentury do 21 dnů ode dne doručení faktury Klientovi.
5. V případě, že daňový doklad nebude obsahovat veškeré náležitosti dle zákona o dani z přidané hodnoty č. 235/2004 Sb., v platném znění, není Klient povinen jej uhradit a není v prodlení s úhradou. Klient je oprávněn chybný nebo neúplný daňový doklad vrátit Agentuře před uplynutím lhůty splatnosti. Pro opravený nebo nový daňový

doklad/fakturu bude běžet nová lhůta 21 dnů od doručení nového nebo opraveného daňového dokladu Klientovi.

6. Agentura prohlašuje, že v době uzavření této Smlouvy není "nespolehlivým plátcem" ve smyslu § 106a zákona o DPH a zavazuje se, že pokud se v době plnění smlouvy nespolehlivým plátcem stane, oznámí tuto skutečnost neprodleně písemně Klientovi.
7. Agentura prohlašuje, že její účet uvedený v záhlaví Smlouvy je účtem, který je správcem DPH zveřejněn způsobem umožňujícím dálkový přístup a že zůstane takovým účtem po celou dobu účinnosti této Smlouvy.

IV.

Předání a převzetí plnění

1. Klient je oprávněn stanovit způsob průběžné kontroly plnění. Agentura je povinna dodržovat stanovená pravidla průběžné kontroly a respektovat požadavky nebo připomínky Klienta.
2. O předání a převzetí plnění sepíší Smluvní strany předávací protokol, který bude podepsán oběma Smluvními stranami.
3. Klient nepřevzme plnění nebo jeho část pokud má zjevné vady. V případě, že Klient zjistí vady plnění nebo jeho části při jeho předání, je Agentura povinna je odstranit do tří (3) dnů, nestanoví-li Klient lhůtu delší.

V.

Autorská díla

1. V případě, že součástí předmětu plnění této Smlouvy je autorské dílo nebo jiné předměty ochrany (dále jen „předmět ochrany“) dle autorského zákona, poskytuje Agentura ke všem takovýmto předmětům ochrany výhradní, množstevně a územně neomezenou licenci, a to na dobu trvání majetkových práv. Agentura se zároveň zavazuje vypořádat veškerá práva třetích osob, které se na tvorbě či výrobě předmětů ochrany podílely. Za případné porušení práv třetích osob je v plném rozsahu odpovědná Agentura.

VI.

Povinnost mlčenlivosti

1. Obě Smluvní strany se zavazují zachovávat mlčenlivost o důvěrných informacích. Toto ustanovení zůstane v platnosti po dobu pěti let od skončení účinnosti této Smlouvy.
2. Za důvěrné informace se v tomto smyslu považují veškeré informace, které jedna ze Smluvních stran (zpřístupňující strana) zpřístupní druhé Smluvní straně (přijímající strana) a které jsou označené jako důvěrné, anebo které jsou za důvěrné či majetkové považovány na základě rozumného obchodního uvážení přijímající strany.
3. Za důvěrné informace se nepovažují informace, které byly (a) před datem jejich přijetí přijímající stranou veřejně známé, (b) staly se veřejně známými bez přičinění či zavinění přijímající strany, anebo (c) které je přijímající strana dle právních předpisů povinna zveřejnit, s podmínkou, že přijímající strana takovou skutečnost předem oznámí zpřístupňující straně a poskytne jí dostatečně dlouhou dobu, aby proti zveřejnění takové důvěrné informace mohla protestovat.
4. Veškeré důvěrné informace zůstávají výhradním vlastnictvím zpřístupňující strany.

VII.
Platnost, účinnost, trvání Smlouvy

1. Smlouva se uzavírá na dobu určitou do 31. 7. 2018, nabývá platnosti dnem podpisu oběma Smluvními stranami a účinnosti dnem uveřejnění v registru smluv.
2. Smlouva může být kdykoliv ukončena výpovědí Klienta bez výpovědní doby. Výpověď nabývá účinnosti okamžikem doručení Agentuře. Agentura je v takovém případě povinna nepokračovat v činnosti podle této Smlouvy. Klient je povinen uhradit Agentuře odměnu za činnosti provedené do okamžiku, kdy bude výpověď doručena Agentuře.

VIII.
Závěrečná ustanovení

1. Tato Smlouva a vztahy z ní vyplývající se řídí právním řádem České republiky.
2. Smluvní strany se zavazují, že veškeré spory vyplývající z této Smlouvy se budou snažit vyřešit smírnou cestou. Nebude-li vyřešení sporu smírnou cestou možné, může jakákoliv Smluvní strana podat návrh na vyřešení takového sporu příslušnému soudu v České republice.
3. Tato Smlouva či její jednotlivá ustanovení mohou být měněny nebo doplňovány pouze formou chronologicky číslovaných písemných dodatků podepsaných oběma Smluvními stranami.
4. Pokud se některá ustanovení této Smlouvy stanou neplatnými, nemá to vliv na platnost zbylých ustanovení Smlouvy. Smluvní strany se zavazují nahradit takové neplatné ustanovení platným tak, aby bylo co nejvíce v souladu s účelem této Smlouvy.
5. Tato smlouva je sepsána ve třech stejnopisech s platností originálu v českém jazyce, z nichž Agentura obdrží jeden a Klient dva stejnopisy.
6. Smluvní strany se shodly, že Klient zajistí uveřejnění této Smlouvy prostřednictvím registru smluv v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a registru smluv, v platném znění.
7. Tato Smlouva obsahuje dvě přílohy:
Příloha č. 1 - Online kampaň strategie
Příloha č. 2 - Zadání pro vytvoření internetové kampaně pro Veletrh vědy

V Praze dne 2.5.2018

Klient:

Agentura:

Středisko společných činností AV ČR, v.v.i.
Ing. Tomáš Wencel, MBA, ředitel

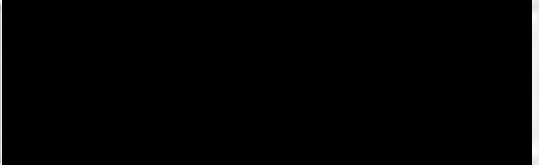
PRIA SYSTEM s.r.o.
Ing. Jan Podzimek, jednatel



ONLINE KAMPAŇ STRATEGIE



Account manager



CÍLE PROJEKTU

**OSLOVENÍ CÍLOVÉ SKUPINY
S POZVÁNKOU NA
VELETRH VĚDY 2018**

NÁSTROJE

DISPLAY KAMPAŇ ([REDACTED] KAMPAŇ NAPŘÍČ INTERNETEM)

- ▶ Maximální zásah cílové skupiny
- ▶ Optimalizace na viditelné prémiové plochy

VIDEO KAMPAŇ (YOUTUBE PRE-ROLL)

- ▶ Forma reklamy, která získá maximální míru pozornosti

+ REMARKETING

- ▶ Práce s uživateli, kteří interagovali s kampaní (navštívili web, shlédli video)
- ▶ Cílení stejnými nástroji (display + video)





DISPLAY KAMPAŇ

(BANNEROVÁ REKLAMA)



DISPLAY

DISPLAY KAMPANĚ

MECHANIKA

- ▶ Cílení na **konkrétní weby**, kde se vyskytuje cílová skupina
- ▶ Optimalizace na **prémiové plochy** (velké bannery viditelné ihned po načtení stránky, pozadí celého webu, ...)
- ▶ Vše zacíleno na **Prahu a okolí (40km)**

DISPLAY

ZACÍLENÍ NA KONKRÉTNÍ WEBY

Weby pro vysokoškolské studenty

- ▶ studentpoint.cz, unium.cz, studenta.cz, ...

Weby zaměřující se na aktuální dění

- ▶ kdykde.cz, ...

Weby pro vědecké pracovníky a populárně-vědecké magazíny

- ▶ sciencedaily.com, phys.org, national-geographic.cz, epochaplus.cz, iflscience.com, ...

ADVERTISEMENT

UKÁZKA:
BANNER
970x250px



← SHARE

21 FEB 2018

GM Crops Found To Increase Yields And Reduce Harmful Toxins In 21 Years Of Data

PLANTS AND ANIMALS

← SHARE

FEB 2014

On Oregon's "School Exclusion Day" Unvaccinated Children Will Be Banned From Attending School

HEALTH AND MEDICINE

UKÁZKA: POZADÍ WEBU

NATIONAL GEOGRAPHIC ČESKO

VYHLEDAT

Časopis **NATIONAL GEOGRAPHIC** PŘEDPLATNÉ

SLEDUJÍ VÁS

ČLÁNKY FOTKY SOUTĚŽE KVÍZY SPECIÁLY ČASOPIS ESHOP DEN V ZOO

JSME NA FACEBOOKU

National Geographic ... Like Page 25K likes

REKLAMA

AMAZONSKÝ DEŠTNÝ PRALES JE NA POKRAJI #ČLÁNKY

UKÁZKA:
BANNER
300x600px

DISPLAY

ZACÍLENÍ NA TÉMATA

Zaměření na články a weby s konkrétními tématy napříč celým internetem

- ▶ Education / College Administration
- ▶ Science / Biology
- ▶ Science / Botany
- ▶ Science / Chemistry
- ▶ Science / Physics
- ▶ Science / Space, Astronomy
- ▶ Careers / Scholarship
- ▶ ...

DISPLAY

REMARKETING

1) Sběr remarketingových publik

- ▶ Uživatelé, kteří navštívili web veletrhvedy.cz (případně další weby, které máte k dispozici)
- ▶ Uživatelé, kteří shlédli video upoutávku na youtube

2) Připomenutí se

- ▶ Zacílení reklamy na tyto uživatele napříč internetem (idnes.cz, novinky.cz a další nejrůznější weby)



VIDEO KAMPAŇ

(YOUTUBE)



VIDEO

VIDEO KAMPAŇ

REKLAMA SE ZOBRAZÍ JAKO PŘESKOČITELNÝ PRE-ROLL (PŘED SPUŠTĚNÍM HLAVNÍHO VIDEO)

- ▶ Cílení na **konkrétní videa** (vědecká videa, dokumenty apod.)
- ▶ Cílení na **databáze uživatelů** (zájem o technické vzdělání apod.)
- ▶ Vše zacíleno na **Prahu a okolí (40km)**
- ▶ + **Remarketing návštěvníků webu**

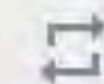


UKÁZKA: VIDEO PRE-ROLL



Nejlepší dokumenty - věda a technika, CZ dabing

Martin Dytrych - 1 / 24



- 1  **Seriál Tajemný vesmír - 1x03 Konec planety Země (CZ dabing)**
Vesmírné dokumenty **41:49**
- 2  **Tajemný vesmír - Vesmírné katastrofy [CZ Dabing] (dokument HD)**
MrDokument CZ **41:31**
- 3  **Za hranice nekonečna (CZ DOKUMENT HD 1080)**
Ladislav86 **52:23**
- 4  **10 způsobů, jak skoncovat se světem -část 2.**
Radar Documentary **44:45**
- 5  **Edgar Cayce - nejznámější jasnovidce Ameriky (dokument)**
GoschaTV1 **31:24**
- 6  **Uvnitř Mléčné dráhy CZ HD**
UfodokumentyCZ **52:08**

Seriál Tajemný vesmír - 1x03 Konec planety Země (CZ dabing)

130 277 zhlédnutí

379

38

SDÍLET



Vesmírné dokumenty

Publikováno 29. 10. 2015

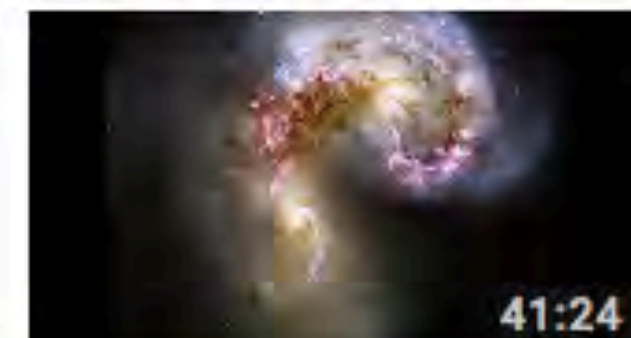
ODEBÍRAT 1,3 TIS.

V třetí epizodě povedeného seriálu Tajemný vesmír se podíváme na hrozby, které hrozí naší planetě Zemi z vesmíru. Jak velká je pravděpodobnost konce života na Zemi, která může přijít z vesmíru ?



Co kdyby se Země přestala otáčet ???

George Wochvor Lutonsky
198 tis. zhlédnutí



Seriál Tajemný vesmír - 1x12 Nejnebezpečnější místa (CZ

Vesmírné dokumenty
109 tis. zhlédnutí



ROZPOČET



ROZPOČET

AGENTURNÍ PRÁCE	ČAS	ROZPOČET
KAMPANĚ DISPLAY (RTB), YOUTUBE (VÝSTAVBA KAMPANÍ, SPRÁVA A OPTIMALIZACE)	█	█
ACCOUNT / PROJECT MANAGEMENT (ŘÍZENÍ PROJEKTU, KOMUNIKACE, REPORTING)	█	█
ROZPOČET (agenturní práce)	█	37.200 Kč

ROZPOČET NA MÉDIA	ROZPOČET
YOUTUBE KAMPAŇ	█
DISPLAY KAMPAŇ	█
ROZPOČET (médiá)	62.800 Kč

Grafické podklady (videospot, bannery v jednotlivých rozměrech) budou dodány klientem.

ROZPOČET

Očekávané výsledky:

400.000 - 600.000

zobrazení banneru

1.200 - 2.500

prokliků na web

100.000 - 150.000

zobrazení videa

15.000 - 30.000

zhlédnutí videa

(30vteřin nebo celé video)

ROZPOČET

DISPLAY:

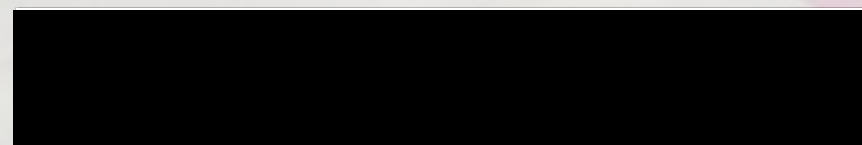
Odhadované rozložení zobrazení formátů bannerů

- ▶ **Branding** (2000x1400 px)
 - ▶ **10.000 - 100.000 zobrazení**
- ▶ **Leaderboardy nad obsahem webu** (970x310, 970x250, 970x210 px)
 - ▶ **50.000 - 200.000 zobrazení**
- ▶ **Prémiové formáty v obsahu webu** (480x300, 300x600, 300x250 px)
 - ▶ **200.000 - 400.000 zobrazení**



Jsme interaktivní agentura

Account manager



Zadání pro vytvoření internetové kampaně pro Veletrh vědy



Předmět: Internetová kampaň, cílem které je propagace Veletrhu vědy 2018

Cíl: Oslovení veřejnosti pozváním na Veletrh vědy 2018

Termín kampaně: cca měsíc před akcí (8. května – 8. června 2018)

Cílová skupina: Praha a okolí; studenti vysokých škol, odborná veřejnost a veřejnost se zájmem o vědu.

Podrobněji: potenciální návštěvníci zájímající se o návštěvu akcí, sledující novinky ze světa vědy a techniky, technologické objevy a trendy, aktuální zpravodajství, zájímající se o literaturu, film, dějiny a historii, biologii, fyziku, matematiku, vesmír, sledující dokumentární pořady a zajímavosti z daných oblastí ...

Rozpočet: 100 000,- (bez dph).

Podrobnosti:

Do rozpočtu není zahrnuta tvorba znělky/spotu a tvorba krátké animace, která je zpracovávána externě. Tyto podklady můžeme pro účely kampaně dodat. Propagace na sociálních sítích Facebook a Instagram bude zpracovávána in-house a není proto zahrnuta do rozpočtu.

Projekt:	Veletrh vědy
Termín:	7.– 9. 6. 2018
Místo konání:	PVA EXPO PRAHA v Letňanech
Organizátor:	Akademie věd České republiky
Zajišťuje:	Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.

Další informace: www.veletrhvedy.cz

O projektu

Veletrh vědy spadá pod projekt Otevřená věda, který je zaměřen na rozvoj lidských zdrojů ve vědě a výzkumu a podporu medializace vědy.

Cílové skupiny projektu:

- 1) Studenti středních, vyšších odborných a vysokých škol
- 2) Pedagogové
- 3) Odborná veřejnost
- 4) Široká veřejnost

V rámci projektu Otevřená věda se v roce 2018 uskuteční tyto akce: Studentské stáže, Veletrh vědy a Letní vědecký kemp.

O Veletrhu vědy

Čtvrtý ročník Veletrhu vědy se bude konat ve dnech 7. – 9. června 2018 v prostorách PVA EXPO Praha v Letňanech. Veletrh naváže na úspěšné předchozí ročníky.

Prezentace vystavovatelů probíhá formou stánků a volných expozic, kde se představují jednotlivá pracoviště Akademie věd ČR, zástupci univerzit a vysokých škol, zkušení popularizátoři vědy, science centra, ale i firmy, které mají blízko k vědě a výzkumu. Jedním z cílů Veletrhu vědy je vytvořit platformu pro pravidelná setkávání zástupců akademické a průmyslové sféry. Důležitou součástí je i možnost HR strategie pro jednotlivé vystavovatele.

Formou panelových diskusí seznámí Veletrh vědy návštěvníky s vizí Strategie AV21, představí svou výzkumnou i publikační činnost. Možnost prezentovat na Veletrhu vědy bude přístupná všem pracovištím AV ČR.

Dominantní postavení bude mít opět Akademie věd ČR; bude se prezentovat v celé škále činností: představí jednotlivé vědní oblasti, pracoviště i vědce.

Akci bude doprovázet mediální kampaň v tištěných médiích s výrazným přesahem na sociální síť, která bude cílit na všechny zmíněné cílové skupiny.

Kontakt:

[REDACTED]
Manažer marketingu

Středisko společných činností AV ČR, v. v. i.

Divize vnějších vztahů – Odbor projektů, grantů a medializace
Národní 1009/3
110 00 PRAHA 1

Kancelář:

Wiehlův dům; Vodičkova 40/792
110 00 PRAHA 1

TEL.: [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

