číslo smlouvy objednatele: 2018/S/400/76

číslo smlouvy zhotovitele:

Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism

a

 Lion Communications, s.r.o. – divize Zenith

Smlouva o realizaci

**Kampaně České hory**

Smlouva

uzavřená podle ustanovení § 1746 odst. 2 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

1. Smluvní strany
	1. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism

|  |  |
| --- | --- |
| se sídlem: | Vinohradská 46, 20 41 Praha 2 |
| IČ:  | 49 27 76 00 |
| DIČ: | CZ 49 27 76 00 |
| Zastoupené: | Monikou Palatkovou, ředitelkou ČCCR – CzechTourism |

(dále jen „Objednatel“)

a

|  |  |
| --- | --- |
| Firma: | Lion Communications, s.r.o. – divize Zenith |
| se sídlem: | Jankovcova 1114/23, 170 00 Praha 7 |
| IČ:  | 27384802 |
| DIČ: | CZ27384802 |
| Zhotovitel je plátce DPH  | ano |
| Bankovní spojení: č. účtu |  |
| **Zastoupená:** | Tomášem Vargou |

(dále jen „Zhotovitel“)

1. Preambule

Podkladem pro uzavření této smlouvy je nabídka zhotovitele podaná ve veřejné zakázce malého rozsahu, nazvané: **Kampaň České hory.**

1. Výkladová ustanovení

 Při výkladu obsahu této Smlouvy budou níže uvedené pojmy vykládány takto:

* 1. Nabídka – nabídka Zhotovitele podaná v rámci řízení k zadání veřejné zakázky malého rozsahu na realizaci metodiky „****Kampaň České hory“****.
1. Základní ustanovení

Zhotovitel se touto Smlouvou zavazuje zajistit pro Objednatele služby spojené s realizací metodiky.

* 1. Objednatel se touto Smlouvou zavazuje řádně provedené služby Zhotoviteli zaplatit, a to ve výši a za podmínek stanovených touto Smlouvou.

Článek 3 Předmět Smlouvy

3.1. Předmětem zadávacího řízení je zajištění realizace kampaně České hory.

Článek 4 Specifikace plnění

* 1. Zhotovitel se zavazuje zajistit tyto služby:

V rámci plnění této veřejné zakázky vítězný dodavatel zajistí nákup mediálního prostoru v souladu s předloženým mediaplánem (Příloha č. 5), dále zajistí správu kampaně na trhu Česká republika a zajistí průběžnou kontrolu průběhu kampaně a finální vyhodnocení výkonu a efektivity kampaně. Úkolem dodavatele je zajistit realizaci marketingových aktivit na zdrojovém trhu Česká republika.

**Cíle kampaně**

Hlavním komunikačním cílem veřejné zakázky je profilovat image horských a podhorských oblastí Česka jako výjimečných destinací, kde mohou tuzemští turisté prožít svou zimní dovolenou. České hory chceme představit jako místo, kde lze trávit volný čas bez ohledu na sněhovou pokrývku a na ní navázané lyžařské aktivity. České hory v návaznosti na Český systém kvality služeb disponují dostatečnou nabídkou a šíří aktivit i pro turisty, kteří nejsou aktivními lyžaři a v kombinaci s dalšími službami jsou ideálním místem pro trávení dovolené i pro cílovou skupinu, která hory prvoplánově pro trávení volného času nevyhledává.

Marketingovým cílem veřejné zakázky je zvýšit počet a výdaje tuzemských turistů v jednotlivých turistických regionech Česka, které budou komunikovány v kampani.

**Cílová skupina**

Zadavatel chce zasáhnout cílovou skupinu s následující charakteristikou:

Primární cílová skupina (B2C - Business to consumer):

* Aktivní památkáři (25-54 let, VŠ/VOŠ vzdělání, bezdětní/plné hnízdo, vyšší příjmy)
* Sportovci (18-29 let, bezdětní/plné hnízdo/singles, vyšší příjmy)

Popis chování cílové skupiny (CS):

* Důležité jsou především **preference, zájmy a lifestyle CS**. CS vyhledává spíše autenticitu zážitku a prožitku, svými způsobem i exkluzivitu (jedinečná atmosféra, genius loci, nové znalosti, hrdost na svůj domov) a snaží se vybírat si nevšední a autentické destinace, které nabízí možnost tyto nevšední zážitky prožít.
* Podnikají **kratší několikadenní dovolené**, a to i **vícekrát do roka**. Cestují převážně automobilem a výrazně častěji než jiné segmenty.
* Při cestování využívají **internet a mobilní aplikace**, přičemž mladší turista používá moderní technologie běžněa nemá problém s aplikací do normálního života – starší generace tyto technologie **objevuje a nebrání se** jejich využití.
* Jsou to většinou **movitější turisté**, pro něž není cestování jen o počtu navštívených míst.
* Zapojují se do **sociálních aktivit** a jsou častými uživateli komunitních portálů.

**Harmonogram mediaplánu**

V mediaplánu uvádí zadavatel také data nasazení jednotlivých typů reklamy. Zadavatel umožňuje, aby v odůvodněných případech (např. při vyprodání inzerce v daném termínu) dodavatel navrhl nejbližší možný termín, v němž je možné inzerci realizovat. Tento (případně) pozměněný harmonogram nicméně musí být v souladu s doporučeními timingu uvedenými v mediaplánu. Pokud nedojde k mimořádným okolnostem, které by mohly mít vliv na další úpravu harmonogramu mediaplánu (např. při nutnosti čekat na vypořádání případných odvolání neúspěšných dodavatelů, nebo pozdější podpis smlouvy), bude v případě vítězného dodavatele mediaplán předložený do nabídky považován po podpisu smlouvy za Finální mediaplán obsahující závazné termíny pro dodání a uveřejnění inzerce.

**Kreativa kampaně**

Zadavatel se zavazuje předat vítěznému dodavateli veškeré reklamní formáty, které budou využity v kampani. Kreativa kampaně rozvíjí koncept horských a podhorských oblastí Česka, jako destinací, kde mohou turisté prožít svou zimní dovolenou a komunikuje benefity jednotlivých pohoří.

**Mediální nákup a správa kampaní**

Součástí plnění této zakázky je rovněž kontinuální monitoring, správa a optimalizace kampaní. Povinnosti plnění vítězného dodavatele v jednotlivých částech kampaně jsou přitom následující:

*Internet*

Dodavatel zrealizuje internetovou kampaň, která bude probíhat kontinuálně po celé realizační období integrované kampaně, bude probíhat v českém jazyce a na území ČR.

*Display reklama*

Zadavatel požaduje, aby v systémech, které toto umožňují, dodavatel spravoval kampaně prostřednictvím účtu, do nějž bude mít zadavatel přístup (viz níže reklama). Povinností dodavatele bude rovněž monitorování výkonu display reklamy. Navzdory platebnímu modelu CPT bude dodavatel rovněž sledovat CTR reklamy na jednotlivých serverech. V případě viditelné podprůměrné efektivity bannerů (za mezní budou považovány bounce rate vyšší než 60 %) navrhne dodavatel řešení – např. změnu textové či obrazové kreativy bannerů, cílové URL. Po schválení tohoto nového řešení zadavatelem zajistí dodavatel jeho implementaci. Zadavatel tímto na dodavatele nemíní přesunout zodpovědnost za kreativní obsah (ten byl vytvořen externě a schválen zadavatelem), nicméně požaduje maximální a aktivní součinnost při zajištění efektivity kampaně.

*Reklama ve vyhledávačích a jejich sítích*

Zadavatel požaduje, aby dodavatel spravoval kampaně prostřednictvím 1 účtu, do nějž bude mít zadavatel přístup. V globálním reklamním systému má zadavatel vytvořen svůj vlastní klientský účet (centrum), nové účty si proto vítězný dodavatel propojí se svým vlastním klientským centrem. To umožní zadavateli sledovat všechny jím realizované kampaně na jednom místě.

*Reklama na sociálních sítích*

Inzeráty zobrazované na sociálních sítích budou zacíleny podle následujících kritérií: lokalita (bydliště), věk, zájmy. Reklamy jsou tvořeny s ohledem na to, že budou inzerovat obsah, který se nachází mimo prostředí sociální sítě. Tento typ reklamy je dodavatel povinen monitorovat.

Kampaň bude spravována prostřednictvím účtu (/ů), který bude propojen se správou profilu (business manager) zadavatele.

*Reklama na serverech určených pro přehrávání videoobsahu*

Rovněž u tohoto typu reklamy je dodavatel povinen monitorovat její průběh. V případě výrazně podprůměrných výsledků na jednotlivých serverech (nízké CTR, vysoká míra přeskočení videa apod.) je dodavatel povinen zadavateli navrhnout řešení, které povede k zlepšení výkonu kampaně (např. změna textového popisu, nasazení videa apod.).

*Měření internetové kampaně*

Pro část kampaně, která je nakupovaná na zobrazení, je nutné použít pro měření jeden centrální systém (AdForm nebo Gemius).

Nedílnou součástí vyhodnocení kampaně bude písemné potvrzení od navrhovaných dodavatelů o realizaci kampaně a objednaných hodnot.

V nabídce je nutné garantovat počet daných jednotek v plánu, není možné je bez souhlasu zadavatele měnit. V případě, že se díky optimalizaci podaří splnit stanovený objem při nižším než původně alokovaném rozpočtu v nabídce, bude tato nevyčerpaná částka určena do posílení kampaní v daném nebo adekvátně fungujícím mediatypu, a to vždy po předchozí dohodě a písemném schválení zadavatele.

Počet jednotek a způsob auditu doručení daného objemu:

• Display nákup na zobrazení - počet impresí (auditováno systémem Adform)

• Google (mobilní zařízení – podpora webové prezentace CzT) - počet kliků na bannerové pozice (auditováno daty v rozhraní AdWords)

• Google (mobilní zařízení – podpora stažení aplikace CzT) – počet stažení mobilní aplikace (auditováno daty v rozhraní AdWords)

• Youtube – počet přehrání videa, celých 20/25 sekund (auditováno daty v rozhraní AdWords)

*Správa sociální sítě Facebook*

Součástí mediaplánu je i správa profilu Česko – země příběhů na sociální síti Facebook (<https://www.facebook.com/czechrepublic.cz>). Cílem je zachování stylu značky Česko – země příběhů a kontinuity příspěvkůna sociálních sítích. Využít plně výhod komunikace v rámci profilu CzechTourism a zaujmout kvalitním, zábavným a užitečným obsahem, ve kterém budou promítnuty komunikační cíle společnosti CzechTourism.

Najdeme optimální frekvenci(3-5 postů za týden) pro naši cílovou skupinu.

Budeme bedlivě sledovat efektivitu jednotlivých typů obsahu a optimalizovat publikační plány podle jejich výsledků + čísla nebudou jediným hodnocením, důležitý je i přínos stránky fanouškům.

Předpokladem pro správu facebookového profilu je zajištění podkladů (videa, fotografie, text) ze strany dodavatele.

**Průběžné zprávy, závěrečné zprávy**

Vítězný dodavatel je povinen předkládat zadavateli:

a) Pravidelné průběžné týdenní zprávy monitoringu a vyhodnocování průběhu plnění zakázky. Vítězný dodavatel bude předkládat týdenní zprávy v českém jazyce, vždy do 4 pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období;

b) Závěrečnou zprávu, která bude předána nejpozději 10 pracovních dnů od ukončení plnění zakázky.

Všechny uvedené zprávy budou předány v elektronické podobě (doc, pdf, ppt). Průběžné zprávy i závěrečnou zprávu dodá vítězný dodavatel zadavateli v elektronické verzi, předání bude potvrzeno předávacím protokolem. Zprávy budou obsahovat reporty např. na bázi excel tabulek, které budou sledovat naplňování kvantitativních a kvalitativních cílů.

Zadavatel má právo si také vyžádat vypracování mimořádné zprávy, pokud to bude situace vyžadovat. Zprávy budou předkládány v českém jazyce.

Článek 5 Doba plnění

* 1. Zhotovitel započne s plněním zakázky bez zbytečného odkladu po uzavření smlouvy.
* Dle navrženého mediaplánu, nejpozději do 15. 2. 2018.

Článek 6 Místo plnění

* 1. Místem realizace předmětu plnění je: **Česká republika.**

Článek 7 Cena realizace

* 1. Cena Realizace zakázky je stanovena jako cena nejvýše přípustná, kterou není možné, s výjimkou případu uvedeného v odst. 7. 4. této Smlouvy, překročit, přičemž činí: 2 000 000,- Kč bez DPH.
	2. Cena Realizace zakázky odpovídá celkové výši nabídkové ceny uvedené Zhotovitelem v Nabídce.
	3. DPH se pro účely této Smlouvy rozumí peněžní částka, jejíž výše odpovídá výši daně z přidané hodnoty vypočtené dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.
	4. Cenu Realizace zakázky je možno překročit pouze v případě, že dojde ke změnám daňových právních předpisů, které budou mít prokazatelný vliv na výši Ceny realizace zakázky, a to zejména v případě zvýšení sazby DPH.

Článek 8 Platební podmínky

* 1. Cena za Realizaci zakázky bude Zhotoviteli uhrazena následujícím způsobem:

- 90 % ceny včetně DPH bude Objednatelem uhrazeno po doložení potvrzení o rezervaci ploch dle mediaplánu

- 10 % ceny včetně DPH bude Objednatelem uhrazeno po řádném dokončení kampaně.

* 1. Cena za Realizaci zakázky bude uhrazena na základě faktury vystavené Zhotovitelem v souladu s touto Smlouvou. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího vystavení. Zhotovitel je povinen doručit Objednateli fakturu alespoň 20 dnů přede dnem její splatnosti, jinak se přiměřeně posouvá termín splatnosti.
	2. Veškeré platby dle této Smlouvy budou probíhat výlučně bezhotovostním
	převodem v české měně.
	3. Faktura dle této Smlouvy musí být vystavena ve lhůtě a s náležitostmi stanovenými právními předpisy, zejména zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. V případě, že faktura doručená Objednateli nebude obsahovat některou z předepsaných náležitostí, nebo ji bude obsahovat chybně, je Objednatel oprávněn vrátit tuto fakturu Zhotoviteli. Lhůta splatnosti se v takovém případě přerušuje a počíná znovu běžet až od vystavení opravené či doplněné faktury.
	4. Zhotovitel není oprávněn započíst jakékoli pohledávky oproti nárokům Objednatele. Pohledávky a nároky Zhotovitele vzniklé v souvislosti s touto Smlouvou nesmějí být postoupeny třetím osobám, zastaveny nebo s nimi jinak disponováno.

Článek 9 Další práva a povinnosti smluvních stran

* 1. Zhotovitel je povinen provádět Realizaci zakázky podle této Smlouvy s odbornou péčí a v souladu s právními předpisy České republiky, touto Smlouvou a s pokyny Objednatele.
	2. Zhotovitel bude provádět Realizaci zakázky na své náklady, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost a nebezpečí.
	3. Objednatel je oprávněn kontrolovat způsob provádění jednotlivých činností Zhotovitelem a udělovat mu kdykoliv v průběhu provádění Realizace upřesňující pokyny týkající se zpracování Realizace či jiných činností nezbytných k řádnému provádění Výzkumů, nebo pokyny ke zjednání nápravy. Nevytknutí vady či nedodělku Objednatelem nezbavuje Zhotovitele povinnosti k jejich neprodlenému bezplatnému odstranění.
	4. V případě, že Zhotovitel nebude schopen zajistit plnění zakázky v celém rozsahu, např. z důvodu zrušení jakékoliv části výzkumu má Objednatel nárok na náhradu plnění, a to v co nejkratší době. Pokud Zhotovitel odpovídající náhradu neposkytne nebo Objednatel nebude s nabízenou náhradou souhlasit, je Zhotovitel povinen vrátit Objednateli poměrnou část odměny a to do 15 dnů od doručení písemné výzvy Objednatele Zhotoviteli.
	5. Zhotovitel odpovídá za škodu vzniklou Objednateli nebo třetím osobám v souvislosti s plněním, nedodržením nebo porušením povinností vyplývajících z této Smlouvy.
	6. Zhotovitel je povinen Objednateli neprodleně oznámit jakoukoliv skutečnost, která by mohla mít, byť i částečně, vliv na schopnost Zhotovitele plnit své povinnosti vyplývající z této Smlouvy. Takovým oznámením však Zhotovitel není zbaven povinnosti nadále plnit své závazky vyplývající z této Smlouvy.
	7. Zhotovitel smí používat podklady předané mu Objednatelem pouze k provedení Realizace této zakázky dle této Smlouvy. Jakékoli jiné použití vyžaduje písemný souhlas Objednatele. Veškeré podklady, které byly předány Zhotoviteli Objednatelem, zůstávají v majetku Objednatele a budou mu na první výzvu vydány.

Článek 10 Úprava autorských práv

* 1. Pro případ, že budou v souvislosti s plněním této Smlouvy Objednatelem Zhotoviteli předány jakékoliv podklady (např. grafické návrhy, vizuály, spoty apod.), které budou mít charakter autorského díla (dále jen „Autorské dílo“) ve smyslu 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, budou vztahy mezi smluvními stranami týkající se těchto Autorských děl upraveny takto:
		1. Objednatel prohlašuje a garantuje, že je nositelem autorských práv k takovémuto předávanému Autorskému dílu, a že je oprávněn s tímto Autorským dílem disponovat v rozsahu sjednaném v této Smlouvě a že toto Autorské dílo bude nedotčeno právy jiných osob. Objednatel se dále pro případ, že bude předáváno Autorské dílo vytvořené třetí osobou, zavazuje, že zajistí souhlas autora k poskytnutí práva Zhotoviteli k užívání Autorského díla v rozsahu uvedeném v této Smlouvě (a to zejména formou licence dle ustanovení § 2371 Občanského zákoníku).
		2. Objednatel poskytuje Zhotoviteli oprávnění k výkonu práva předané Autorské dílo užít ode dne uzavření této smlouvy do 31. 10. 2016 a bez místního omezení, a to pouze v souvislosti s plněním této Smlouvy.
		3. Zhotovitel není oprávněn do předaného Autorského díla zasahovat a upravovat si ho bez předchozího souhlasu Objednatele.
		4. Zhotovitel je oprávněn práva na užití Autorského díla specifikovaná shora v sub-odst. 10.1.2. a 10.1.3. postoupit zcela nebo zčásti na třetí osoby jen s písemným souhlasem Objednatele.
	2. Oprávnění k užití Autorských práv v rozsahu a za podmínek sjednaných shora v tomto článku Smlouvy Objednatel poskytuje Zhotoviteli bezúplatně.

Článek 11 Smluvní pokuty

* 1. V případě prodlení Zhotovitele s předáním Díla (nebo jeho části) dle čl. 5.1. a 5.2. této smlouvy přísluší Objednateli smluvní pokuta ve výši 0,1 % z ceny prodlení za každý započatý den prodlení.

11.2. V případě závažného porušení povinnosti Zhotoviteli vyplývající ze Smlouvy je Zhotovitel povinen Objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 10 % z Ceny dle odst. 7.1. Smlouvy, a to za každý jednotlivý případ takového porušení povinnosti.

11.3. V případě méně závažného porušení povinnosti Zhotoviteli vyplývající ze Smlouvy je Zhotovitel povinen Objednateli uhradit smluvní pokutu ve výši 1 % z Ceny dle odst. 7.1. Smlouvy, a to za každý jednotlivý případ takového porušení povinnosti.

11.4. Porušení povinnosti bude pro účely uplatnění nároku na smluvní pokutu považováno za závažné, jestliže Zhotovitel věděl v době uzavření Smlouvy nebo v této době bylo rozumné předvídat s přihlédnutím k účelu Smlouvy, který vyplývá z jejího obsahu nebo z okolností, za nichž byla Smlouva uzavřena, že porušení povinnosti zbaví Objednatele prospěchu, který oprávněně očekával, a zároveň bude-li ekonomická hodnota tohoto prospěchu adekvátní či vyšší ve vztahu ke stanovené výši smluvní pokuty. Za závažné porušení povinností považuje Objednatel zejména nedodržení rozsahu plnění specifikovaného ve Specifikaci plnění, jakož i veškerá další porušení smluvních povinností Zhotovitele mající za následek omezení či úplné zrušení jakékoliv části výzkumu.

11.5. Vznikem povinnosti hradit smluvní pokutu, uplatněním nároku na zaplacení smluvní pokuty ani jejím faktickým zaplacením nezanikne povinnost Zhotovitele splnit povinnost, jejíž plnění bylo zajištěno smluvní pokutou. Zhotovitel tak bude i nadále povinen ke splnění takovéto povinnosti.

11.6. Vznikem povinnosti hradit smluvní pokutu ani jejím faktickým zaplacením není dotčen nárok Objednatele na náhradu škody v plné výši ani na odstoupení od Smlouvy. Odstoupením od Smlouvy nárok na již uplatněnou smluvní pokutu nezaniká.

11.7. Smluvní pokuta je splatná doručením písemného oznámení o jejím uplatnění Zhotoviteli. Objednatel je oprávněn svou pohledávku z titulu smluvní pokuty započíst oproti splatné pohledávce Zhotovitele na zaplacení Ceny.

11.8. Smluvní strany shodně prohlašují, že s ohledem na charakter povinností, jejichž splnění je zajištěno smluvními pokutami, jakož i s ohledem na veřejný zájem na jejich splnění, považují smluvní pokuty uvedené v tomto článku za přiměřené.

Článek 12 Ustanovení o vzniku a zániku Smlouvy

12.1. Tato Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího zveřejnění v registru smluv.

12.2. Tato Smlouva může být zrušena dohodou smluvních stran v písemné formě, přičemž účinky zrušení této Smlouvy nastanou k okamžiku stanovenému v takovéto dohodě. Nebude-li takovýto okamžik dohodou stanoven, pak tyto účinky nastanou ke dni uzavření takovéto dohody.

12.3. Objednatel může tuto smlouvu vypovědět, a to i bez udání důvodu. Výpovědní lhůta v délce 30 dnů počne plynout od doručení písemné Dodavateli.

12.4. Zhotovitel je oprávněn od této Smlouvy odstoupit v případě, že Objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících z této Smlouvy po dobu delší než 90 dnů.

12.5. Každé odstoupení od této Smlouvy musí mít písemnou formu, přičemž písemný projev vůle odstoupit od této Smlouvy musí být druhé smluvní straně řádně doručen.

12.6. Účinky každého odstoupení od Smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této Smlouvy druhé smluvní straně. Odstoupení od Smlouvy se nedotýká nároku na náhradu škody vzniklé porušením této Smlouvy ani nároku na zaplacení smluvních pokut.

12.7. Závazky smluvních stran vzniklé v důsledku odstoupení od Smlouvy budou vypořádány následujícím způsobem. V případě odstoupení od Smlouvy je Zhotovitel povinen neprodleně předat Objednateli zakázku v aktuálně rozpracovaném stavu. Pro případ odstoupení od Smlouvy z důvodů na straně Objednatele má Zhotovitel nárok na poměrnou část Ceny odpovídající rozsahu jím provedeného a předané Zakázce. V případě odstoupení od Smlouvy z důvodů na straně Zhotovitele má Zhotovitel nárok na náhradu nutných nákladů, které prokazatelně vynaložil na provedení Výzkumu.

12.8. V případě předčasného ukončení této Smlouvy je Zhotovitel povinen poskytnout Objednateli nezbytnou součinnost tak, aby Objednateli nevznikla škoda.

12.9. Smluvní strany se dohodly na vyloučení ustanovení § 1897 z. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník; tuto smlouvu tak nelze postoupit rubopisem listiny.

Článek 13 Kontaktní osoby

13.1 Smluvní strany se dohodly na následujících kontaktních osobách:

1. za Objednatele: Martin Šlajchrt
2. za Zhotovitele: Josef Justián

Článek 14 Závěrečná ustanovení

* 1. Právní vztahy z této Smlouvy se řídí ustanoveními zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.
	2. Všechny spory, které vzniknou z této Smlouvy nebo v souvislosti s ní a které se nepodaří vyřešit přednostně smírnou cestou, budou rozhodovány obecnými soudy v souladu s ustanoveními zákona č. 99/1963 Sb., občanského soudního řádu, ve znění pozdějších předpisů.
	3. Právní účinky doručení jakékoli písemnosti doručované v souvislosti s touto Smlouvou či na jejím základě nastávají pouze tehdy, je-li tato písemnost odesílatelem či odesílatelem pověřeným provozovatelem poštovních služeb osobně předána jejímu adresátovi nebo je-li tato písemnost doručena jejímu adresátovi formou doporučeného psaní odeslaného prostřednictvím držitele poštovní licence nebo zvláštní poštovní licence ve smyslu zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů. Při doručování prostřednictvím osobního předání nastávají účinky doručení okamžikem písemného potvrzení adresáta o přijetí doručované písemnosti. Při doručování prostřednictvím doporučeného psaní nastávají účinky doručení okamžikem přijetí doručované písemnosti adresátem od poštovního doručovatele dle platných poštovních podmínek uveřejněných na základě zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách, ve znění pozdějších předpisů. Doporučené psaní adresované smluvní straně této Smlouvy je třeba adresovat vždy na adresu smluvní strany uvedenou v této Smlouvě. Tato doručovací adresa smluvní strany může být změněna pouze písemným oznámením doručeným druhé smluvní straně. Pro doručování jiných poštovních zásilek než písemností platí toto ustanovení této Smlouvy obdobně.
	4. Smluvní strany se zavazují vzájemně respektovat své oprávněné zájmy související s touto Smlouvou a poskytnout si veškerou nutnou součinnost, kterou lze spravedlivě požadovat k tomu, aby bylo dosaženo účelu této Smlouvy, zejména učinit veškeré právní a jiné úkony k tomu nezbytné.
	5. Tato Smlouva obsahuje úplnou a jedinou písemnou dohodu smluvních stran o vzájemných právech a povinnostech upravených touto Smlouvou.
	6. Tato Smlouva může být měněna pouze dohodou smluvních stran v písemné formě, přičemž změna této Smlouvy bude účinná k okamžiku stanovenému v takovéto dohodě. Nebude-li takovýto okamžik stanoven, pak změna této Smlouvy bude účinná ke dni uzavření takovéto dohody.
	7. Tato Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, přičemž každá ze smluvních stran obdrží po jednom z nich.

Objednatel: Zhotovitel:

V Praze dne \_\_\_\_\_\_\_\_\_ V Praze dne \_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Monika Palatková Tomáš Varga

ředitelka CEO

České centrály cestovního ruchu- Lion Communications, s.r.o.

CzechTourism