

# **Smlouva na nákup služby komplexní cílené reklamy v prostředí internetu – propagace náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR**

objednávka čj. MO 249116/2018–2230

## **Čl. I. Smluvní strany**

### **1.1. Kupující:**

**Česká republika – Ministerstvo obrany, organizační složka státu**

Se sídlem: Tychonova 1, 160 01 Praha 6 – Hradčany  
Jednající: plk. gšt. Ing. Vratislav BERAN, ředitel Agentury personalistiky AČR  
Na adrese: náměstí Svobody 471/4, 160 01 Praha 6 – Bubeneč  
IČ: 60162694  
DIČ: CZ60162694  
Bankovní spojení: Česká národní banka, Na Příkopě 28, Praha 1  
Číslo účtu: 404881/0710

**Konečný příjemce:** Vojenské zařízení 2230, nám. Svobody 471/4, 160 01 Praha 6  
(dále jen „konečný příjemce“)

Kontaktní osoba:



(dále jen „kupující“)

a

### **1.2. Prodávající:**

**Obchodní společnost – Fox Hunter s.r.o.**

Se sídlem: Přemyslovská 211, 130 00 Praha 3  
Zapsaná: v OR ved. MěS v Praze, oddíl C, vložka 127722  
IČ: 27936325  
DIČ: CZ 27936325  
Zastoupena osobou: Tomáš Kovář  
Bankovní spojení: UniCredit Bank  
Číslo účtu: 2107331802/2700



Adresa pro doručování korespondence:  
(dále jen „prodávající“)

uzavírají podle ustanovení § 2079 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „OZ“) tuto:

**kupní smlouvu na nákup služby komplexní cílené reklamy v prostředí internetu – propagace náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR**

(dále jen „Smlouva“).

## **Čl. II.**

### **Předmět a účel Smlouvy**

Předmětem Smlouvy je služba internetové reklamy – **návrh účinného řešení a realizace reklamní kampaně** (dále jen „reklama“ a „reklamní kampaň“) k propagaci náboru vojenského personálu do ozbrojených sil ČR (dále jen „OS ČR“). Reklamní kampaň se rozumí programatická, dynamická reklamní kampaň v prostředí internetu a hybridního televizního vysílání.

**OS ČR se ve smyslu reklamy rozumí:**

- Armáda České republiky,
- aktivní záloha OS ČR,
- dobrovolné vojenské cvičení,
- Univerzita obrany (vojenská vysoká škola).

**Účelem reklamy** je zajištění dynamické regionálně (vč. hyperlokální) a sociálně úzce cílené propagace náboru vojenského personálu do OS ČR dle aktuálních potřeb doplňování personálu, posílení image OS ČR coby **poskytovatele atraktivního zaměstnání a studijních příležitostí**, zviditelnění webových stránek pro nábor do OS ČR **kariera.army.cz** (URL: <http://kariera.army.cz>).

**Primárním cílem reklamy** je maximalizovat početnost odeslaných elektronických formulářů zájemce o povolání do služebního poměru vojáka z povolání (URL: <https://kariera.army.cz/registracni-formular#1>). Minimální počet unikátních odeslání elektronických formulářů související s reklamními a finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně: **600 elektronických formulářů**, tedy 600 konverzí. Unikátním odesláním se rozumí elektronický formulář vyplněný a odeslaný skutečnou, existující osobou, občanem ČR.

Požadovaná návštěvnost webových stránek [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz) z odkazujících zdrojů přímo souvisejících s reklamními a finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně – požadovaná hodnota v termínu zveřejnění reklamy: **min. 100 000 unikátních návštěvníků** – RU, (maximum nestanoveno) v nejvyšší možné míře odpovídajících cílové skupině náboru do OS ČR.

**Obecná definice cílové skupiny náboru:** aktivní lidé, občané ČR ve věku 18 až 26 let, min. s dokončeným středoškolským vzděláním s výučním listem nebo maturitou.

- 2.1.** Reklama je orientována na dynamickou internetovou působnost – včetně hybridního televizního vysílání – v rámci území České republiky, komunikačním jazykem reklamy ve smyslu syntaktickém i sémantickém je čeština.

**Hlavní systémy šíření reklamy:**

- obsahová síť Google, tj. internetový vyhledávač Google, [google.com](http://google.com), resp. [google.cz](http://google.cz) (URL: <https://www.google.cz/>),
- reklamní síť Google, tj. široká selektivní síť partnerských webů Google včetně Youtube.com,
- obsahová síť Seznam, tj. internetový vyhledávač Seznam, [seznam.cz](http://seznam.cz), (URL: <https://www.seznam.cz/>),
- reklamní síť Seznam, tj. široká selektivní síť partnerských webů Seznam včetně Stream.cz,
- webové stránky (portály; např. videoportály), které nejsou součástí partnerské sítě Google ani partnerské sítě Seznam,
- hybridní televizní vysílání (HbbTV).

Výše uvedené systémy zahrnují způsob financování PPC („Pay Per Click“ – platba za proklik) i způsob financování za jednotlivá zhlédnutí reklamních prostředků – imprese.

### **Součástí reklamní kampaně je placená reklama na sociálních sítích.**

Systém Facebook Ads a Instagram Ads:

- internetová sociální síť Facebook Česká republika (URL: <https://cs-cz.facebook.com/>),
- internetová sociální síť Instagram Česká republika (URL <https://www.instagram.com/>).

Správa efektivní reklamy na sociální síti Facebook a na sociální síti Instagram k realizaci přes účty/stránky kupujícího:

- sociální síť Facebook,

(URL: <https://www.facebook.com/NaborDoOzbrojenychSilCzechArmy/>),

- sociální síť Instagram: účet/stránka na sociální síti Instagram bude založen kupujícím se zahájením reklamní kampaně a oznámen zástupci dodavatele.

Prodávající je u uvedených účtů kupujícího v době účinnosti Smlouvy veden jako správce placené reklamy, za níž zodpovídá. **Prodávající rovněž odpovídá za celkové zabezpečení všech nezbytných prostředků k dosažení dostatečně účinné reklamy na uvedených sociálních sítích.**

### **Reklamní kampaně je rozdělena na tyto fáze:**

- fáze přípravná,
- fáze veřejné realizace (termínované zveřejňování, vyhodnocování, optimalizace, přidávání reklamních prostředků atp.).

### **Fáze reklamní kampaně zahrnují:**

- **přesná specifikace cílové skupiny naboru a regionů** k zásahu reklamou,
- návrh a realizace technického zabezpečení reklamní strategie,
- vytvoření reklamních prostředků,
- realizace příslušné technologické přípravy v IT prostředí,
- technické zabezpečení reklamního prostoru odpovídající požadavkům dle Smlouvy, včetně zabezpečení budoucího šíření dostatečně účinné reklamy na sociální síti Facebook a na sociální síti Instagram,
- orientační návrh zveřejňování (plán) cílených reklamních prostředků.

(dále jen „fáze přípravná“)

- zveřejňování (aktivace) cílených reklamních prostředků,
- průběžné vyhodnocování efektivity reklamních prostředků,
- optimalizace a aktualizace reklamních prostředků,
- deaktivace a reaktivace reklamních prostředků,
- vytvoření dalších reklamních prostředků,
- sledování propagačních postupů dle zadání kupujícího (reflektovat průběžný vývoj naboru do OS ČR),
- reporting o výkonnosti reklamy.

(dále jen „fáze veřejné realizace“)

**Reklamními prostředky** se rozumí tyto internetové elementy, prostory a mechanismy: webový poutač statický nebo dynamický (banner – dále jen „poutač“), videoreklama, textová reklama vč. nativní (dále jen „reklamní text“), prolink, proklik, emailing, klíčová slova a sousloví, obsahová síť (internetový vyhledávač Google a Seznam), reklamní síť (partnerské weby Google a Seznam), reklama a systém promování na sociální síti Facebook a sociální síti

Instagram, textové vyhledávání, retargeting (behaviorální reklama), promování, zvýhodněná pozice, topování apod.

**Termín přípravy reklamní kampaně** ( fáze přípravná): do 21 pracovních dní od nabytí účinnosti Smlouvy.

**Termín zveřejnění reklamy** ( fáze veřejné realizace): počínaje ukončením fáze přípravné do 30. dubna 2019 – celková délka termínu určena objemem čerpání dílčích úkonů smluvního plnění (dále jen „plnění“) ze strany kupujícího, dále zejména dosažením kritérií (cílů) reklamy (viz dále).

**Dílčím úkonem plnění** se ve smyslu Smlouvy rozumí návrh zveřejnění a zveřejnění reklamního prostředku, sledování a vyhodnocení jeho efektivity, návrh jeho optimalizace, jeho optimalizace a aktualizace, popř. deaktivace nebo reaktivace.

**Primárním cílem reklamy** je maximalizovat početnost odeslaných elektronických formulářů zájemce o povolání do služebního poměru vojáka z povolání (URL: <https://kariera.army.cz/registracni-formular#1>). S tím souvisí prvotní i průběžná volba a nastavení reklamních prostředků pro dosažení nejpříznivějšího konverzního poměru. Minimální počet unikátních odesláních elektronických formulářů zájemce o povolání do služebního poměru vojáka z povolání: **600 elektronických formulářů**, tedy 600 konverzí. Dosažení této hranice je pevným kritériem reklamní kampaně. Dosažení této hranice však neopravňuje prodávajícího ke skončení Smlouvy. Smlouva bude skončena v souladu s Čl. III Smlouvy. Při nesplnění tohoto kritéria jsou závazné kroky dle Čl. VI. Smlouvy. Predikce počtu odeslaných elektronických formulářů celkem: 720 elektronických formulářů zájemce o povolání do služebního poměru vojáka z povolání.

**Požadovaná návštěvnost** webových stránek [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz) z odkazujících zdrojů přímo souvisejících s reklamními a finančními prostředky, účelem, orientací, cíli a termínem reklamní kampaně – požadovaná hodnota v termínu zveřejnění reklamy: **min. 100 000 unikátních návštěvníků** – RU (maximum nestanoveno) v nejvyšší možné míře odpovídajících cílové skupině náboru do OS ČR. Cílová skupina bude v prostředí internetu identifikována v rámci fáze přípravné. Dosažení této hranice je pevným kritériem reklamní kampaně. Dosažení této hranice však neopravňuje prodávajícího ke skončení Smlouvy. Smlouva bude skončena v souladu s Čl. III Smlouvy. Při nesplnění tohoto kritéria jsou závazné kroky dle Čl. VI. Smlouvy.

**Bližší specifikace reklamy, reklamou se dále rozumí:**

- reklamní kampaní se rozumí online reklamní kampaň, která jako základní jednotku měření efektivity kampaně započítává proklik, resp. „click through rate“ – CTR, tedy návštěvnost webových stránek [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz), resp. míru „proklikovosti“ reklamních prostředků,
- dynamická propagace s nutností průběžné optimalizace, tedy plánovitě i operativní správy reklamní kampaně – termínované nasazování reklamních prostředků,
- přesné a rychlé oslovení cílových skupin uživatelů v prostředí internetu dle aktuálního požadavku kupujícího,
- možnost rychlého odprezentování případných „akčních nabídek“ kupujícího,
- reklama cílena regionálně, sociálně i behaviorálně (retargeting),
- okamžitá aktivace, deaktivace i reaktivace reklamy na základě požadavku kupujícího.

### **Předpokládané nástroje pro správu a vyhodnocování reklamy:**

- Google AdWords,
- AdForm (také pro HbbTV),  
nástroj přímé správy reklamy v HbbTV,
- Google Analytics,
- SOS.Seznam apod.

**2.2.** Implicitní součástí poutačů, popř. jiných k tomu vhodných reklamních prostředků, je vložený odkaz (prolink) na webové stránky [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz). Poutače, videoreklamy, reklamní texty apod. **budou navrženy a vytvořeny kupujícím v úzké spolupráci s prodávajícím.** Úzkou spoluprací se rozumí bilaterální participace na návrhu a vzájemné umožnění editace reklamních prostředků mezi smluvními stranami.

Formát (velikost) a souborový formát poutačů a videoreklam, resp. reklamních textů, včetně rozměrů, resp. rozsahu, bude v rámci fáze přípravné určen prodávajícím. Poutače, videoreklamy a reklamní texty, popř. jiné reklamní prostředky ve finální podobě schválené pro zveřejnění kupující vždy zašle přes elektronickou poštu (z e-mailu: [REDACTED] na e-mail [REDACTED] prodávajícímu, společně se stručnou informací o definitivnosti podoby poutačů, videoreklam, reklamních textů, popř. jiných reklamních prostředků, a to včetně informace o termínu zahájení dílčího úkonu plnění (termínované nasazování). Emailová komunikace, s uvedeným termínem zahájení dílčího úkonu plnění je pro prodávajícího závazná s náležitostmi dle odst. 7.1.

**2.3.** Za pomoci analýzy návštěvnosti (dle počtu prokliků – prolink na webové stránky [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz), popř. dle počtu konverzí) budou v rámci reklamy ponechávány poutače, videoreklamy, reklamní texty a další reklamní prostředky s nejvyšší „proklikovostí“ (nejlepší „click through rate“ – CTR) či jinou příslušnou interakcí vedoucích k návštěvě webových stránek [kariera.army.cz](http://kariera.army.cz). Průběžnou analýzu návštěvnosti uskutečňuje prodávající, kupující nad tímto vykonává dohledovou činnost a je oprávněn v průběhu reklamy i po jejím skončení po prodávajícím **požadovat příslušný reporting.** Reportingem se rozumí záznam o výkonnosti reklamních prostředků a průběhu reklamy jako celku (kvantifikace výsledků, grafy výkonnosti apod.).

**2.4.** Prodávající se zavazuje k tomu, uskutečňovat dílčí úkony plnění **hospodárně, transparentně a vždy pouze po písemném souhlasu kupujícího (e-mail: [REDACTED]** dále také umožnit kupujícímu průběžný audit správy reklamy dle podmínek dohodnutých před podpisem Smlouvy – např. poskytnutí přístupu do příslušných nástrojů správy reklamy.

**2.5.** Kupující se zavazuje k tomu, nepožadovat po prodávajícím zveřejnění takové reklamy, jež není v souladu s právními předpisy ČR (včetně GDPR), obecnou korektností, dobrými mravy apod.

**2.6.** Prodávající se zavazuje k tomu, aby reklama v termínu zveřejnění nebyla zobrazována na takových partnerských webech společností Google a Seznam (reklamní síť Google a Seznam) a ani jinde, kde by formální nebo obsahová stránka byla v příkrém rozporu s náborem vojenského personálu do OS ČR (nevztahuje se na seriózní náborové kampaně bezpečnostních sborů ČR) či v nesouladu s právními předpisy ČR, obecnou korektností, dobrými mravy (např. zobrazování erotických motivů a projevů) apod. Blacklist (seznam nežádoucích prostorů k šíření reklamy) bude smluvními stranami vytvořen v průběhu fáze přípravné.

**2.7.** Prodávající se zavazuje akceptovat nárok kupujícího na **provádění operativních náhrad** a deaktivaci reklamních prostředků, vždy však při striktním respektování termínů umožňujících technickou proveditelnost takového zásahu.

- 2.8. Kupující si vyhrazuje právo provádět konkretizace v oblasti výběru propagace určitých složek, volných pozic a studijních příležitostí v OS ČR ve vztahu k reklamě, avšak vždy výlučně po předchozím oznámení prodávajícímu či v rámci operativní náhrady (viz odst. 2.7.).
- 2.9. Poutače, videoreklamy, reklamní texty apod. jsou majetkem kupujícího, ten s nimi může nakládat dle vlastních potřeb také souběžně s probíhajícím zveřejněním reklamy, ale i kdykoliv po něm.

### **Čl. III.**

#### **Doba a skončení Smlouvy**

- 3.1. Doba smluvního plnění je **od nabytí účinnosti Smlouvy do 30. dubna 2019.**
- 3.2. Smlouva může skončit:
- a) splněním všech smluvních závazků řádně a včas,
  - b) dnem, který bude uveden v dohodě obou smluvních stran o skončení Smlouvy při vzájemném vyrovnání účelně vynaložených a prokazatelně doložených nákladů ke dni zániku Smlouvy,
  - c) jednostranným odstoupením od Smlouvy ze strany kupujícího pro její podstatné porušení prodávajícím, kterým se rozumí ve smyslu § 2002 odst. 1 OZ:
    - prodlení se zahájením fáze přípravné o více než 14 kalendářních dní;
    - prodlení se zahájením fáze veřejné realizace o více než 10 kalendářních dní;
    - prodlení s dílčím úkonem plnění o více než 5 kalendářních dní;
    - nedodržení podmínek zveřejnění reklamy ve stanovené podobě, formátu, optimalizaci a aktualizaci, období (termínu zveřejnění), četnosti, výkonnosti, umístění a v ohledu pevných kritérií,
    - zjištěné vady plnění nebyly odstraněny do 3 pracovních dnů od uplatnění vad plnění.

### **Čl. IV.**

#### **Výše kupní ceny**

- 4.1. Smluvní strany se ve smyslu zákona č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů, dohodly na celkové kupní ceně ve výši:

**Celková cena včetně DPH 681 230 Kč**

cena bez DPH **563 000 Kč**

výše DPH **118 230 Kč**

- 4.2. Prodávající se zavazuje **uvádět celkovou kupní cenu za celou, kompletní zakázku**, tedy cenu celkem za reklamní kampaň ve fázi přípravné i za fázi veřejné realizace. Celková kupní cena je stanovena jako cena nejvýše přípustná. **Kupující neposkytuje zálohové platby.**

## **Čl. V.** **Dodací podmínky**

- 5.1. Kupující zašle elektronickou poštou na emailovou adresu [REDAKCE] prodávajícímu nejpozději tři pracovní dny před každým dílčím úkonem plnění finální podobu poutače, videoreklamy reklamního textu apod., tato lhůta se však nevztahuje na fázi přípravou.
- 5.2. Kupující není povinen akceptovat reklamu, která vykazuje nedostatky a odporuje Smlouvě ve smyslu bezvadné, účinné a korektní propagace náboru do OS ČR dle Čl. II. a III. Smlouvy.
- 5.3. Místem plnění (služby) je: obsahová a reklamní síť Google a obsahová a reklamní síť Seznam, sociální síť Facebook a sociální síť Instagram, prostředí hybridního televizního vysílání (HbbTV), dle dohody smluvních stran uskutečněné v rámci fáze přípravné také jiné webové stránky (servery, videosevery, portály práce atp.), aplikace pro chytré telefony (např. „click to call“), emailový systém prodávajícího či zprostředkovaný apod.

Místem schválení poutačů, videoreklam, reklamních textů apod., dále také akceptace reklamní strategie vč. akceptace jednotlivých reklamních prostředků je: Vojenské zařízení 2230, nám. Svobody 471/4, Praha 6 – Bubeneč. Pro elektronickou komunikaci vč. schvalování ze strany kupujícího je využíván e-mail: [REDAKCE]

## **Čl. VI.** **Fakturační a platební podmínky**

### **6.1. Podmínky vzniku a rozdělení práva fakturace:**

- po ukončení přípravné fáze reklamy vzniká prodávajícímu právo fakturovat **40 %** celkové částky z dohodnuté ceny,
- dne 30. dubna 2019 vzniká prodávajícímu právo fakturovat zbývajících **60 %** celkové částky z dohodnuté ceny, **za podmínky řádného splnění náležitostí** vyplývajících ze Smlouvy a z ujednání smluvních stran po podpisu Smlouvy. Pokud se prodávajícímu nepodaří splnit požadované kritérium zisku 600 konverzí nebo se prodávajícímu nepodaří splnit požadované kritérium 100 000 unikátních návštěvníků přivedených na webové stránky kariera.army.cz, (dle Čl. II. Smlouvy), vzniká mu nárok fakturovat 60 % celkové částky z dohodnuté ceny až tehdy, kdy dojde ke splnění těchto kritérií.

Tímto není dotčeno ustanovení čl. III. Doba a skončení Smlouvy.

- 6.2. Do 5 pracovních dní po vzniku práva fakturace prodávající vystaví a doporučeně odešle kupujícímu daňový doklad (dále jen „faktura“). Faktura bude obsahovat zejména všechny náležitosti stanovené § 29 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zák. o dani“) a číslo Smlouvy.
- 6.3. Fakturu zašle prodávající na adresu konečného příjemce nebo přes elektronickou poštu na e-mail [REDAKCE]
- 6.4. Kupující zaplatí cenu dle faktury do 30 dní od jejího prokazatelného doručení. Je-li na faktuře odlišná lhůta splatnosti, platí ujednání podle Smlouvy.

- 6.5. Faktura se považuje za uhrazenou okamžikem odepsání platby z účtu kupujícího a jejím směřováním ve prospěch účtu prodávajícího.
- 6.6. **Kupující bude na faktuře uveden ve formě:**
- Odběratel:** ČR – Ministerstvo obrany  
Tychonova 1, 160 01 Praha
- Konečný příjemce:** Vojenské zařízení 2230 Praha  
Náměstí Svobody 471/4  
161 01 Praha 6 – Bubeneč
- 6.7. Pokud faktura nebude obsahovat požadované náležitosti uvedené v odst. 6.2. a 6.6. Smlouvy, vrátí kupující fakturu prodávajícímu bez proplacení k opravě jejích náležitostí.
- 6.8. V případě, že kupující vrátí fakturu prodávajícímu dle bodu 6.7. Smlouvy, nedostává se do prodlení a platí, že nová lhůta splatnosti počíná běžet dnem doručení opravené faktury kupujícímu.
- 6.9. Nová lhůta splatnosti faktury dle odst. 6.8. Smlouvy, počíná běžet dnem doručení nové faktury kupujícímu i v případě, že prodávající námitky kupujícího neuzná a s písemným odůvodněním neuznání námitek vrátí fakturu kupujícímu v původním znění zpět.
- 6.10. Pokud budou u prodávajícího shledány důvody k naplnění institutu ručení za daň podle § 109 zák. o dani, bude konečný příjemce při zaslání úplaty vždy postupovat zvláštním způsobem zajištění daně podle § 109a tohoto zákona.

## **Čl. VII.**

### **Smluvní pokuty a úroky z prodlení**

- 7.1. Prodávající zaplatí kupujícímu v případě nedodržení podmínek Smlouvy uvedených v Čl. II. **Předmět a účel Smlouvy:**
- smluvní pokutu ve výši 0,07 % z kupní ceny za každý započatý den prodlení se zahájením fáze přípravné (vztahuje se pouze na pracovní dny),
  - smluvní pokutu ve výši 0,32 % z kupní ceny za každý započatý den prodlení se zahájením fáze veřejné realizace,
  - smluvní pokutu ve výši 0,03 % z kupní ceny za každý započatý den prodlení s dílčím úkonem plnění.
- 7.2. Právo vymáhat a fakturovat smluvní pokuty a úroky z prodlení vzniká jen kupujícímu, a to následující den po marném uplynutí lhůty pro splnění závazku.
- 7.3. Smluvní pokuty a úroky z prodlení jsou splatné do 30 dnů od marného uplynutí lhůty uplatnění vad plnění dle Čl. III.

## **Čl. VIII.**

### **Zvláštní ujednání**

- 8.1. Smluvní strany se dohodly, že si bezodkladně písemně sdělí skutečnosti, které se týkají změn některého ze základních identifikačních údajů, včetně právního nástupnictví.
- 8.2. Smlouva je vyhotovena v elektronické podobě a uložena na portále elektronického tržiště ([www.nen.nipez.cz](http://www.nen.nipez.cz)) a v registru smluv pokud se tato povinnost na smlouvu vztahuje.
- 8.3. Prodávající podpisem smlouvy uděluje podle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů, souhlas kupujícímu, jako správci údajů, se zpracováním jeho osobních a dalších údajů ve smlouvě uvedených pro účely naplnění práv a povinností vyplývajících z této smlouvy, a to po dobu její platnosti a dobu stanovenou pro archivaci.



- 8.4. Pokud nebude smlouva prodávajícím potvrzena bez jakýchkoliv dodatků nebo odchylek, jedná se o jednostranný právní úkon, jehož plnění není vymahatelné.

## **Čl. IX.** **Závěrečná ustanovení**

- 9.1. Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech každý s platností originálu, z nichž jeden stejnopis obdrží kupující a jeden prodávající.
- 9.2. Smlouvu lze měnit nebo doplňovat pouze písemnými, vzájemně odsouhlasenými, podepsanými a vzestupně očíslovanými dodatky, které se stávají její nedílnou součástí.
- 9.3. Smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu poslední smluvní stranou.
- 9.4. Tato smlouva má 9 očíslovaných stran. Zástupci smluvních stran na důkaz svého souhlasu s obsahem Smlouvy připojují pod ni své podpisy.

V Praze

V Praze

Za prodávajícího:

Za kupujícího:

Ing. Tomáš  
Kovář

Digitálně podepsal Ing. Tomáš Kovář  
DN: c=CZ, o=5.4.97-NTBCZ-27936325, ou=Fox Hunter s.r.o.  
[C.27936325], ou=V Galvábkách 2833/3, Praha 3 130 00,  
gn=I, cn=Ing. Tomáš Kovář, sp=Kovář,  
givenName=Tomáš, serialNumber=P510632,  
c=cz, o=Jednatel společnosti  
Datum: 2018.10.23 14:10:31 +0200

Jednatel

Ing. Tomáš KOVÁŘ

Ředitel

plk. gšt. Ing. Vratislav BERAN

Elektronický podpis - 23.10.2018

Certifikát autora podpisu :

Jméno : Ing. Vratislav Beran  
Vydal : ACAeID3.1 - Issuing Ce...  
Platnost do : 6.8.2019