

Operační program Technická pomoc

OPTP 2014-2020

Projekt: CZ.08.1.125/0.0/0.0/15_001/0000109 - Informační kampaně o ESI fondech II

Č.j.: 40397/2018-28

Číslo v CES: 5722

Číslo úkolu: 3661/5169/56/28 EU zdroje
a 3661/5169/55/28 SR ČR

RÁMCOVÁ SMLOUVA O ZAJIŠTĚNÍ MEDIÁLNÍHO ON-LINE PROSTORU

(dále jen „smlouva“)

Článek I. Smluvní strany

Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj

Se sídlem: Praha 1, Staroměstské náměstí 6, PSČ 110 15
Zastoupená: Ing. Radkem Kobzou, ředitel Odboru publicity EU
IČO: 660 02 222
DIČ: neplátce DPH
Bankovní spojení: ČNB, Praha 1, Na Příkopě 28
č. účtu: 629001/0710

(dále jen „objednatel“), na straně jedné

a

REMMARK, a. s.

zaps. v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, v odd. B, vl. 5258

se sídlem: **Křemencova 178, 110 00 Praha 1**

IČO: **25652869**

DIČ: **CZ25652869**

bank. spojení

za níž jedná: **Ing. Roman Heřman, člen představenstva**

(dále jen „poskytovatel“), na straně druhé

Smluvní strany uzavřely dále uvedeného dne, měsíce a roku podle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku (dále jen „občanský zákoník“), v návaznosti na zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZZVZ“), a za podmínek dále uvedených tuto

smlouvu o zajištění mediálního on-line prostoru
Článek II.

Předmět smlouvy

1. Účelem této smlouvy je realizace mediální kampaně zajišťující rozšíření pozitivního povědomí široké veřejnosti o tom, že Česká republika je díky čerpání prostředků z Evropských investičních a strukturálních fondů (ESIF) příjemcem rozvojových dotací, které prostřednictvím realizovaných projektů zvyšují kvalitu života v ČR.
2. Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele zajistit pro objednatele mediální on-line prostor pro komunikační aktivity a kampaně ESIF po dobu 4 let ode dne nabytí účinnosti této smlouvy. Specifikace požadovaného mediálního prostoru a struktura kampaně je uvedena v příloze č. 1. Plnění bude probíhat na základě výzev objednatele zasílaných poskytovateli podle čl. III. Předmětem smlouvy je rovněž závazek objednatele zaplatit poskytovateli za řádně a včas poskytnuté služby cenu sjednanou v čl. IV. odst. 1 této smlouvy.

Článek III.

Způsob a termín plnění, předání předmětu plnění

1. Poskytovatel je při plnění smlouvy povinen postupovat s odbornou péčí, podle svých nejlepších znalostí a schopností, přičemž je při své činnosti povinen chránit zájmy a dobré jméno objednatele a postupovat v souladu s jeho pokyny.
2. Poskytovatel bude plnění podle této smlouvy poskytovat dle aktuálních potřeb objednatele, a to na základě výzev k plnění, které bude objednatel zasílat poskytovateli na e-mailovou adresu: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Poskytovatel se zavazuje zaslat objednateli potvrzení o přijetí výzvy k plnění nejpozději následující pracovní den po jejím doručení. Poskytovatel bere podpisem smlouvy na vědomí, že objednatel není povinen odebrat od poskytovatele během trvání smlouvy žádné plnění.
3. Výzva k plnění bude minimálně obsahovat:
 - a. věcný popis požadovaného plnění s přihlédnutím k požadavkům objednatele uvedeným v příloze č. 1,
 - b. požadovanou dobu poskytnutí služeb,
 - c. požadavek na předložení mediaplánu, který bude představovat konkrétní návrh plnění poskytovaného objednateli, a lhůtu k jejímu předložení. Mediaplán bude povinně zahrnovat alespoň následující body (*podrobný obsah mediaplánu bude vždy dohodnut smluvními stranami s ohledem na charakter daného plnění*):
 - umístění videoreklamy a počet zobrazení,
 - umístění PPC reklamy a počet prokliků,
 - specifikace navrhovaných on line zpravodajských serverů,
 - harmonogram kampaní znázorňující běh kampaní ve dnech pro každé jednotlivé medium,
4. Poskytovatel se zavazuje předat objednateli mediaplán prostřednictvím multimediálního nosiče. Poskytovatel je povinen předložit první mediaplán ke schválení objednateli do 15 pracovních dnů od dne nabytí účinnosti smlouvy, přičemž jej vyhotoví na základě výtahu relevantních informací z Ročního komunikačního plánu OPTP a MMR- NOK 2018, který připravil objednatel a který je přílohou č. 4 této smlouvy. Poskytovatel se dále zavazuje zpracovat návrh mediaplánu na daný kalendářní rok, a to nejpozději do 1 měsíce ode dne, v němž mu Objednatel předá výtah relevantních informací z aktuálního Ročního komunikačního plánu OPTP a MMR- NOK.

Objednatel si vyhrazuje právo na úpravu či doplnění dalších aktivit do mediaplánu také mimo výše uvedený výťah, který byl předán poskytovateli. Výzva k plnění bude objednatelem zaslána poskytovateli vždy nejpozději 4 týdny před požadovaným termínem poskytnutí služeb, které jsou předmětem této smlouvy.

5. Objednatel si vyhrazuje právo vznést k návrhu mediaplánu dle odst. 3 připomínky, a to nejpozději do 2 pracovních dnů ode dne, v němž mu byl mediaplán doručen, přičemž poskytovateli stanoví přiměřenou lhůtu k vypořádání připomínek. Poskytovatel se zavazuje zapracovat veškeré připomínky objednatele. Připomínkové řízení týkající se mediaplánu může probíhat vícekolově, vždy ovšem musí proběhnout tak, aby požadované plnění bylo poskytnuto v termínu uvedeném ve výzvě k plnění.
6. Předání a převzetí předmětu plnění dle článku II. bude probíhat v sídle objednatele, a to písemným protokolem o předání a převzetí dokončeného plnění odpovídajícího dané výzvě k plnění. Předávací protokol podle tohoto odstavce vypracuje poskytovatel a podepíše jej kontaktní osoby obou smluvních stran. Veškeré plnění poskytnuté na základě této smlouvy bude poskytovatelem předáno objednateli na multimediálních nosičích.
7. Poskytovatel se v rámci svého plnění zavazuje, že mediální zásah cílové skupiny u jednotlivých komunikačních kanálů dle mediaplánu minimálně naplní následující hodnoty Target Rating Point (TRP):

Typ média (souhrnně za všechny navržené v mediaplánu)	Minimální garantovaná hodnota TRP/zobrazení/prokliků
Internet (u internetu bude garantovaným ukazatelem: minimální počet zobrazení (videoreklama, bannerová reklama a reklama na sociálních sítích) a počet prokliků (PPC))	161.560.000

Článek IV.

Cena plnění a platební podmínky

1. Smluvní strany se dohodly, že objednatel zaplatí poskytovateli za plnění specifikované v článku II. této smlouvy a podle této smlouvy řádně dodané poskytovateli cenu v souladu s cenovým listem dle přílohy č. 2 této smlouvy. Smluvní strany se zároveň dohodly, že celková cena uhrazená objednatelem poskytovateli za plnění podle této smlouvy nepřekročí částku 12.315.380 Kč (dvanáctmilionůtřístapatnácttisícůtřistaosmdesát korun), z toho DPH ve výši 21 % je 2.137.380 Kč (dvamilionystotřicetsedmtřistaosmdesát korun) a cena bez DPH 10.178.000,00 Kč (desetmilionůstosedmdesátosm tisíc)
2. Poskytovatel prohlašuje, že výše sjednaná cena předmětu plnění zahrnuje veškeré náklady vzniklé v souvislosti s poskytnutím předmětu plnění a že jde o cenu nejvýše přípustnou, nepřekročitelnou a platnou po celou dobu trvání smlouvy. Uvedená cena zahrnuje také licenční odměnu. Úprava ceny uvedené v této smlouvě je možná pouze v případě změny sazby DPH.
3. Cena za předmět plnění odpovídající konkrétní výzvě k plnění bude zaplacená na základě faktury vystavené poskytovatelem po řádném dodání předmětu plnění a jeho převzetí objednatelem, což bude potvrzeno podpisem předávacího protokolu kontaktní osobou objednatele (čl. III odst. 6). Faktura (daňový doklad) vystavená poskytovatelem musí obsahovat náležitosti stanovené právními předpisy a vyplývající z režimu spolufinancování projektu z ESIF. Na faktuře musí být uvedena věta „Hrazeno z OPTP 2014-2020, projektu Informační kampaně o ESI fondech II - Projektový záměr PZ/2017/028/5“. Splatnost faktury je 30 dnů od jejího

doručení objednateli. Faktura musí být zaslána na adresu Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, odbor publicity EU, Staroměstské nám. 6, Praha 1, 110 15. Na faktuře musí být podpis osoby oprávněné jednat za poskytovatele a číslo smlouvy v CES objednatele. Kopie předávacího protokolu bude přílohou faktury (daňového dokladu). V případě, že faktura nebude obsahovat zákonem předepsané a výše uvedené náležitosti, je objednatel oprávněn ji do data splatnosti vrátit s tím, že poskytovatel je poté povinen vystavit novou fakturu s novým termínem splatnosti. V takovém případě není objednatel v prodlení s úhradou faktury. Změna označení projektu uvedeného v této smlouvě je účinná dnem doručení písemného oznámení o změně poskytovateli; změna může být provedena také formou e-mailu.

4. Předmětná faktura musí být objednateli doručena nejpozději do 15. 12. daného roku, aby mohla být proplacena v tomtéž kalendářním roce. V případě nedoručení v uvedeném termínu bude faktura proplacena až v roce následujícím.
5. Dojde-li během plnění smlouvy ke změně sazby daně z přidané hodnoty, bude poskytovatel účtovat k ceně plnění daň podle aktuální sazby.
6. Smluvní strany se dohodly, že dlužná částka je uhrazena okamžikem jejího odepsání z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele.
7. Smluvní strany se dohodly, že objednatel je oprávněn započíst jakoukoli svou peněžitou pohledávku za poskytovatelem oproti jakékoli peněžité pohledávce poskytovatele za objednatel.
8. Objednatel nebude poskytovat poskytovateli jakékoliv zálohy na úhradu ceny předmětu plnění nebo její části.

Článek V.

Práva a povinnosti smluvních stran

1. Kontrola průběhu prací na předmětu plnění bude vykonávána dle potřeb objednatele. Poskytovatel se zavazuje předkládat objednateli na jeho žádost písemné informace (včetně multimediálních nosičů) o průběhu a obsahu mediální kampaně, a to nejpozději do tří (3) pracovních dnů od doručení žádosti objednatele, která může být učiněna a doručena i prostřednictvím e-mailu.
2. Objednatel je oprávněn nařídit v rámci kontroly průběhu prací na předmětu plnění kontrolní den, který se bude konat v místě a době určené objednatel, a poskytovatel je povinen se kontrolního dne účastnit a předložit veškeré požadované informace a dokumenty. Objednatel je povinen poskytovateli oznámit termín kontrolního dne nejméně pět (5) pracovních dnů předem, a to prostřednictvím e-mailu na adresu kontaktní osoby poskytovatele dle čl. IX. odst. 6.
3. Poskytovatel vyhotoví k realizované mediální kampani Závěrečnou zprávu o realizaci mediální kampaně, která bude dokládát naplnění cílů a obsahu předmětu plnění dle této smlouvy. Přílohou Zprávy budou kopie realizovaných výstupů (popř. nosiče s kopiemi inzertních výstupů). Pro každý realizovaný inzertní výstup bude uveden zásah v cílové skupině v jednotkách TRP s doložením způsobu výpočtu a zdrojů, ze kterých výpočet vyplývá. U internetu bude zásah doložen počtem zhlédnutí videoreklamy a počtem kliků u reklamních systémů PPC. Zpráva bude vyhotovena ve dvou (2) výtiscích, které budou podepsány oběma smluvními stranami a každá ze smluvních stran obdrží po jednom (1).
4. Poskytovatel se zavazuje během realizace předmětu plnění i po jeho předání objednateli zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se dozví od objednatele v souvislosti s realizací předmětu plnění a které nejsou veřejně dostupné.

5. Poskytovatel je povinen uchovávat veškeré originální dokumenty související s realizací veřejné zakázky po dobu uvedenou v závazných právních předpisech upravujících oblast zadávání veřejných zakázek, nejméně však po dobu 10 let od finančního ukončení projektu, zároveň však alespoň do 31. 12. 2028. Po tuto dobu je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s realizací veřejné zakázky.
6. Po dobu uvedenou v odst. 5 je poskytovatel povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektů provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním smlouvy.
7. Poskytovatel je povinen opatřit každý výstup z veřejné zakázky, pokud je určen pro informování široké veřejnosti nebo pro cílové skupiny o podpořené operaci včetně jakéhokoliv potvrzení účasti nebo jiného potvrzení, znakem EU spolu s názvem fondu a programu. Podklady pro splnění pravidel dodá objednatel.
8. Poskytovatel prohlašuje, že ke dni nabytí účinnosti smlouvy je s výše uvedenými povinnostmi seznámen. V případě, že v průběhu plnění smlouvy dojde ke změně těchto pravidel, je objednatel povinen o této skutečnosti poskytovatele bezodkladně informovat.
9. Poskytovatel není oprávněn postoupit práva, povinnosti a závazky smlouvy třetí osobě nebo jiným osobám bez předchozího písemného souhlasu objednatele.
10. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli umožní přístup k aktuálním datům vyplývajícím ze smluv uzavřených se subjekty poskytujícími níže uvedený typ služeb, které poskytovateli poskytnou průběžný, přímý přístup a využívání aktuálních dat v oblastech:
 - a) internetu, četnosti tisku a poslechovosti rádií v ČR,
 - b) monitoringu reklamních investic rozhlasu, internetu v ČR,a to po celou dobu trvání této smlouvy.
11. Poskytovatel ke splnění předmětu smlouvy použije realizační tým složený z minimálně 3 osob, který uvedl ve své nabídce a který je vymezen v příloze č. 3 této smlouvy, nebo který byl obměněn v souladu s následujícím ustanovením této smlouvy. Objednatel si vyhrazuje právo požadovat výměnu těch členů realizačního týmu, u kterých i v průběhu plnění této smlouvy vznikne podezření na střet zájmů, přičemž poskytovatel má povinnost příslušného člena nahradit ekvivalentním expertem, a to nejpozději do 1 měsíce, nestanoví-li objednatel jinak. Poskytovatel je povinen navrhnout objednateli jako nového člena realizačního týmu pouze osobu splňující veškeré požadavky objednatele, které musel splnit stávající člen realizačního týmu. Případnou písemnou žádost o souhlas s výměnou/doplněním člena realizačního týmu je poskytovatel povinen objednateli doručit nejpozději do 10 kalendářních dnů před požadovaným termínem této změny.

Článek VI. Odpovědnost za vady

1. Poskytovatel se zavazuje, že předmět plnění bude mít vlastnosti stanovené ve specifikaci předmětu plnění po dobu plnění smlouvy. Za vadu je dále mj. považován stav, kdy je plnění dle této smlouvy zobrazováno na tzv. dezinformačních webech, které jsou uvedeny pod následujícím odkazem: http://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/weby_list/. Vyskytne-li se plnění na dezinformačním webu, zavazuje se jej poskytovatel z daného dezinformačního webu odstranit bez zbytečného odkladu po oznámení objednatele, upravit formát plnění tak, aby se již nadále nezobrazovalo na dezinformačním webu a poskytovatel rovněž nebude „zásah“ z dezinformačního webu započítávat do výkonu kampaně TRPů.

2. Poskytovatel neodpovídá za vady a nedodělky na předmětu plnění, které byly po jeho převzetí způsobeny objednatelem, neoprávněným zásahem třetí osoby či neodvratitelnými událostmi.
3. V případě, že předané plnění vykazuje vady, musí tyto vady objednatel písemně u poskytovatele reklamovat, a to na adresu uvedenou v záhlaví této smlouvy nebo e-mailem na adresu roman.herman@dataserver.cz. Písemná forma je podmínkou platnosti reklamace. V reklamaci musí objednatel uvést, jak se zjištěné vady projevují.
4. V případě, že se jedná o vadu, kterou lze odstranit opravou, má objednatel právo na bezplatné odstranění vad nebo nedodělků. Poskytovatel se vady plnění zavazuje odstranit bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 5 dnů ode dne oznámení vady, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě jinak.
5. Jestliže jde o vady, které nelze odstranit a vady či nedodělky jsou takového charakteru, že podstatně ztěžují užívání předmětu plnění či dokonce brání v jeho užívání, platí, že objednatel má právo od smlouvy odstoupit.
6. Reklamace vad musí být doručena poskytovateli nejpozději poslední den záruční doby, jinak práva objednatele z odpovědnosti za vady zanikají. Záruční doba v délce 12 měsíců začíná běžet datem podpisu předávacího protokolu. Záruka však neběží po dobu, kdy je oznámení vad doručeno poskytovateli, a to až do odstranění vad.

Článek VII.

Smluvní pokuty, odstoupení od smlouvy a výpověď

1. V případě prodlení poskytovatele ve lhůtách pro předání řádně vypracovaného předmětu plnění podle čl. II. a III. této smlouvy je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 5 000,- Kč za každý i započatý den prodlení.
2. V případě prodlení poskytovatele s odstraněním vad předmětu plnění dle čl. VI. je poskytovatel povinen objednateli uhradit smluvní pokutu plnění ve výši 2 000,- Kč za každý i započatý den prodlení, a to za každou vadu zvlášť.
3. V případě, že na základě kontroly garantovaných minimálních hodnot TRP dle čl. III. odst. 7 této smlouvy bude objednatelem zjištěno, že některé hodnoty TRP nebyly naplněny, zavazuje se poskytovatel uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 2 000,- Kč za každý započatý procentní bod výsledné odchylky od garantované hodnoty TRP.
4. Jestliže poskytovatel poruší povinnost mlčenlivosti podle čl. V. této smlouvy, zavazuje se uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 20 000,- Kč za každé jednotlivé porušení této povinnosti.
5. Smluvní strany se dohodly, že celková výše náhrady škody, kterou je objednatel oprávněn požadovat po poskytovateli z titulu smluvních pokut uvedených ve smlouvě, nepřekročí částku 800 000 Kč
6. Objednatel je povinen zaplatit poskytovateli za prodlení s úhradou faktury po sjednané lhůtě splatnosti úrok z prodlení ve výši dané zákonným úrokem z prodlení stanoveným nařízením vlády č. 351/2013 Sb., kterým se určuje výše úroků z prodlení, a to z dlužné částky bez DPH za každý i započatý den prodlení.
7. Poskytovatel bere na vědomí, že objednatel není v prvních dvou měsících daného roku v prodlení s úhradou fakturované částky, pokud nedošlo ke schválení státního rozpočtu (včetně rozpočtů projektů, které se podílí na úhradě faktur) a objednatel tak není schopen proplácet daňové doklady – faktury v souladu se stanovenou splatností.

8. Smluvní pokuta a úrok z prodlení jsou splatné do 30 kalendářních dnů ode dne doručení dokladu k jejich úhradě.
9. Zaplacením smluvní pokuty a úroku z prodlení není dotčen nárok smluvních stran na náhradu škody nebo odškodnění v plném rozsahu ani povinnost poskytovatele řádně dodat předmět plnění.
10. Za podstatné porušení této smlouvy poskytovatelem, které zakládá právo objednatele na odstoupení od této smlouvy, se považuje zejména:
 - a) prodlení poskytovatele s vypracováním a předáním řádně zpracovaného předmětu plnění o více než sedm (7) kalendářních dnů;
 - b) neodstranění vad předmětu plnění ve lhůtě stanovené podle čl. VI. odst. 4);
 - c) nezpracování připomínek objednatele do předmětu plnění v souladu s čl. III odst. 5 této smlouvy
11. Objednatel je dále oprávněn od této smlouvy odstoupit v případě, že
 - a) vůči majetku poskytovatele probíhá insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku, pokud to právní předpisy umožňují;
 - b) insolvenční návrh na poskytovatele byl zamítnut proto, že majetek poskytovatele nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení;
 - c) poskytovatel vstoupí do likvidace.
12. Poskytovatel je oprávněn od smlouvy odstoupit v případě, že objednatel bude v prodlení s úhradou svých peněžitých závazků vyplývajících z této smlouvy po dobu delší než šedesát (60) kalendářních dní.
13. Účinky každého odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně. Odstoupení od smlouvy se nedotýká zejména nároku na náhradu škody, smluvní pokuty a povinnosti mlčenlivosti.
14. Objednatel je rovněž oprávněn odstoupit od smlouvy pouze v částečném rozsahu.
15. Každá ze smluvních stran je oprávněna vypovědět tuto smlouvu, přičemž 3měsíční výpovědní doba počíná běžet prvním dnem kalendářního měsíce následujícím po měsíci, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně. V případě, že během výpovědní doby bude probíhat plnění některé výzvy k plnění, zavazuje se poskytovatel dokončit provádění tohoto plnění bez ohledu na uplynutí výpovědní doby.
16. Tímto článkem není dotčeno ustanovení § 223 ZZVZ.

Článek VIII.

Uveřejnění smlouvy a výše skutečně uhrazené ceny

1. Poskytovatel si je vědom zákonné povinnosti objednatele uveřejnit na svém profilu tuto smlouvu včetně všech jejích případných změn a dodatků a výši skutečně uhrazené ceny za plnění této smlouvy.
2. Profilem objednatele je elektronický nástroj, prostřednictvím kterého objednatel, jako veřejný zadavatel dle zákona uveřejňuje informace a dokumenty ke svým veřejným zakázkám způsobem, který umožňuje neomezený a přímý dálkový přístup, přičemž profilem objednatele v době uzavření této smlouvy je <https://nen.nipez.cz>.

3. Smluvní strany souhlasí s tím, že tato smlouva může být bez jakéhokoliv omezení zveřejněna na oficiálních internetových stránkách Ministerstva pro místní rozvoj (www.mmr.cz).
4. Smluvní strany se dohodly, že v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), tuto smlouvu v registru smluv uveřejní objednatel.

Článek IX. Závěrečná ujednání

1. Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to na dobu 4 let ode dne nabytí její účinnosti nebo do vyčerpání celkové ceny za plnění uvedené v čl. IV. odst. 1 podle toho, která z těchto skutečností nastane dříve.
2. Smluvní strany se dohodly, že jejich závazkový vztah se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem.
3. V případě změny identifikačních údajů uvedených v záhlaví a v příloze této smlouvy je objednatel a poskytovatel povinen bez zbytečného odkladu tuto skutečnost oznámit druhé smluvní straně, včetně nových identifikačních údajů.
4. V případě, že některé ustanovení této smlouvy bude v budoucnosti posouzeno z důvodu nesrozumitelnosti nebo neurčitosti jako zdánlivé (nicotné), a nepodaří-li se tuto nesrozumitelnost či neurčitost ujednání dodatečně mezi stranami vyjasnit, pak se posoudí vliv takové vady na smlouvu analogicky podle ustanovení § 576 občanského zákoníku.
5. Smluvní strany se dohodly, že vylučují aplikaci ustanovení § 557 občanského zákoníku.
6. Kontaktními osobami pro účely této smlouvy jsou:
 - za objednatele: **Mgr. Šárka Grygarová, e-mail** [REDACTED]
 - za poskytovatele: **Ing. Roman Heřman, e-mail** [REDACTED]
7. Poskytovatel je ve smyslu ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále „ZFK“), osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontrol prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů nebo z veřejné finanční podpory, tj. dodavatel je povinen dle § 13 ZFK poskytnout požadované informace a dokumentaci kontrolním orgánům (ŘO OPTP MMR ČR, Ministerstvu financí, Evropské komisi, Evropskému účetnímu dvoru, Evropskému úřadu pro boj proti podvodům, Nejvyššímu kontrolnímu úřadu, příslušnému finančnímu úřadu a dalším oprávněným orgánům správy) a vytvořit kontrolním orgánům podmínky k provedení kontroly vztahující se k předmětu smlouvy a poskytnout jim součinnost.
8. Veškeré změny smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků ke smlouvě odsouhlasených oběma smluvními stranami. Ustanovení předchozí věty se neuplatní na změnu kontaktních osob uvedených v odst. 6 tohoto článku a další případy uvedené v této smlouvě; tato změna je účinná dnem jejího písemného oznámení druhé smluvní straně.
9. Vzhledem k povinné elektronické komunikaci dle § 211 ZZVZ je tato smlouva vyhotovena pouze v 1 elektronickém vyhotovení.

10. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv.
11. Smluvní strany prohlašují, že je jim znám celý obsah smlouvy a že tuto smlouvu uzavřely na základě své svobodné a vážné vůle. Na důkaz této skutečnosti připojují své podpisy.

V Praze dne



.....
Ing. Radek Kobza
ředitel Odboru publicity EU



Ing. Roman Heřman
člen představenstva

Příloha č. 1: Specifikace požadovaného mediálního prostoru a struktura kampaně

Příloha č. 2: Cenový list (samostatný dokument)

Příloha č. 3: Seznam členů realizačního týmu, který je součástí nabídky Poskytovatele (bude doplněn před uzavřením smlouvy)

Příloha č. 4: Výtah z Ročního komunikačního plánu OPTP a MMR- NOK 2018 (samostatný dokument)

Příloha č. 1: Specifikace požadovaného mediálního prostoru a struktura kampaně

Objednatel předpokládá, že během každého roku trvání rámcové smlouvy budou realizovány tři samostatné kampaně, na které bude požadovaný reklamní prostor alokován.

Požadovaná struktura mediální kampaně je poptávána pro tyto reklamní formáty (objemy reklamních formátů jsou uváděné jako maximální požadavek objednatele za 1 rok plnění)

Pre-roll videoreklama

- 10 sec délka videa,
- Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství) + weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR),
- Návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016),
- Požadovaný počet je 8.000.000 zobrazení,
- Maximální podíl investice na jeden web v rámci jedné kampaně je 40 %.

Bannery Zpravodajské weby

- Formát leaderboard a megaboard (především 970x100, 970x210, 990x100, 990x210, 998x100, 998x200),
- Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství, definice SPIR),
- Návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016),
- Požadovaný počet je 20.000.000 zobrazení,
- Maximální podíl investice na jeden web v rámci jedné kampaně je 40 %.

Bannery RTB (Real Time Bidding)

- Bannery (především ve formátech 300x250, 300x600, 160x600, 120x600),
- Real Time Bidding systémy - HP rozcestníků, zpravodajské weby sekce Zpravodajství, weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR), sekce Ekonomika, finance, právo,
- Návštěvnost min. 200.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016),
- Cílení podle dané cílové skupiny (definice CEPEX),
- Požadovaný počet je 8.000.000 zobrazení.

Komerční články

- Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství, definice SPIR),
- Návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016),
- Požadovaný počet je 20 komerčních článků,
- Maximální podíl investice na jeden web v rámci jedné kampaně je 40 %.

Sociální sítě – Facebook

- Promovaný post, prokliky na kampaňovou microsite,
- Požadovaný počet je 1.200.000 zobrazení,
- Objednatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV.

Sociální sítě – Facebook

- Reklama rotující formát, prokliky na kampaňovou microsite,
- Požadovaný počet je 3.000.000 zobrazení,
- Objednatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV.

Sociální sítě – Instagram

- Promovaný post, prokliky na kampaňovou microsite,
- Požadovaný počet je 150.000 zobrazení,
- Objednatel připouští i jiné sociální sítě, podobného charakteru, počtu unikátních návštěvníků a PV.

PPC systémy

- Minimální požadovaný počet je 40.000 prokliků,
- Maximální podíl investice do jednoho reklamního systému v rámci jedné kampaně je 60 %.

Jednotlivé reklamní formáty bude poskytovatel realizovat na základě poptávky objednatele. Objednatel není zavázán poptat všechny reklamní formáty, stejně jako není povinen poptat celý objem těchto reklamních formátů. Z webových stránek, na kterých se mohou zobrazovat výše uvedené reklamní formáty, musí být vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny pod následujícím odkazem http://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/webu_list/

Cenový list

Podmínka platná pro všechny reklamní formáty: z webových stránek, na kterých se mají zobrazovat, musí být vyloučeny tzv. dezinformační weby, které jsou uvedeny pod odkazem http://www.evropskehodnoty.cz/fungovani-ceskych-dezinformacnich-webu/weby_list/.

Reklamní formát	Popis	Poptávané množství (odhad zadavatele na 1 rok plnění VZ)	Cena za jednotku reklamního formátu v Kč bez DPH	Celková cena za reklamní formát v Kč bez DPH (odhad zadavatele na 1 rok plnění)	Výše DPH v %	Celková výše DPH v Kč	Celková cena za reklamní formát v Kč včetně DPH (odhad zadavatele na 1 rok plnění)
Pre roll videoreklama 10 sec	Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství) +weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR): - návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016), - maximální podíl investice 40% na jeden web.	8.000.000 zobrazení	0,07	560 000	21%	117 600	677 600
Bannery ve formátu leaderboard a megaboard (především 970x100, 970x210, 990x100, 990x210, 998x100, 998x200)	Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství, definice SPIR): - návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016), - maximální podíl investice 40% na jeden web.	20.000.000 zobrazení	0,03	600 000	21%	126 000	726 000
Real Time Bidding Bannery (především ve formátech 300x250, 300x600, 160x600, 120x600)	Real Time Bidding systémy, HP rozcestníků, zpravodajské weby sekce Zpravodajství, weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR), sekce Ekonomika, finance, právo: - návštěvnost min. 200.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016), - cílení podle dané cílové skupiny (CPEX -	8.000.000 zobrazení	0,03	240 000	21%	50 400	290 400
Komerční článek	Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství, definice SPIR): - návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016),	20 komerčních článků	22 000	440 000	21%	92 400	532 400
Reklama rotující formát, prokliky na kampaňovou microsite	Sociální sítě - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV).	3.000.000 zobrazení	0,07	210 000	21%	44 100	254 100
Promovaný post, prokliky na kampaňovou microsite	Sociální sítě - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV).	1.200.000 zobrazení	0,07	84 000	21%	17 640	101 640
Promovaný post, prokliky na kampaňovou microsite	Sociální sítě - Instagram (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobného charakteru, počtu unikátních návštěvníků a PV)	150.000 zobrazení	0,07	10 500	21%	2 205	12 705
PPC	PPC systémy: - maximální podíl investice 60% do jednoho reklamního systému.	40.000 prokliků	10	400 000	21%	84 000	484 000
Modelová cena za 1 rok plnění VZ (součet za všechny reklamní formáty)				2 544 500	21%	534 345	3 078 845

Pre-roll videoreklama

Zpravodajský web	Počet zobrazení	Podíl
idnes.cz	3 200 000	40%
lidovky.cz	3 200 000	40%
aktualne.cz	1 600 000	20%

Komerční článek

Zpravodajský web	Počet zobrazení	Podíl
idnes.cz	8	40%
lidovky.cz	8	40%
aktualne.cz	4	20%

Bannery

Zpravodajský web	Počet zobrazení	Podíl
idnes.cz	8 000 000	40%
lidovky.cz	8 000 000	40%
aktualne.cz	4 000 000	20%

PPC

PPC systém	Počet prokliků	Podíl
Sklik	20 000	50%
Adwords	20 000	50%

Formulář prokazující splnění technické kvalifikace ve smyslu § 79 odst. 2 písm. c) ZZVZ

Návěti pro statutární orgán právnické osoby: Dodavatel REMMARK, a. s., Křemencova 178, 110 00 Praha 1, IČO: 25652869 jednající Ing. Roman Heřman, jediný člen představenstva tímto zadavateli pro účely prokázání splnění kritéria technické kvalifikace podle § 79 odst. 2 písm. c) zákona o zadávání veřejných zakázek předkládá

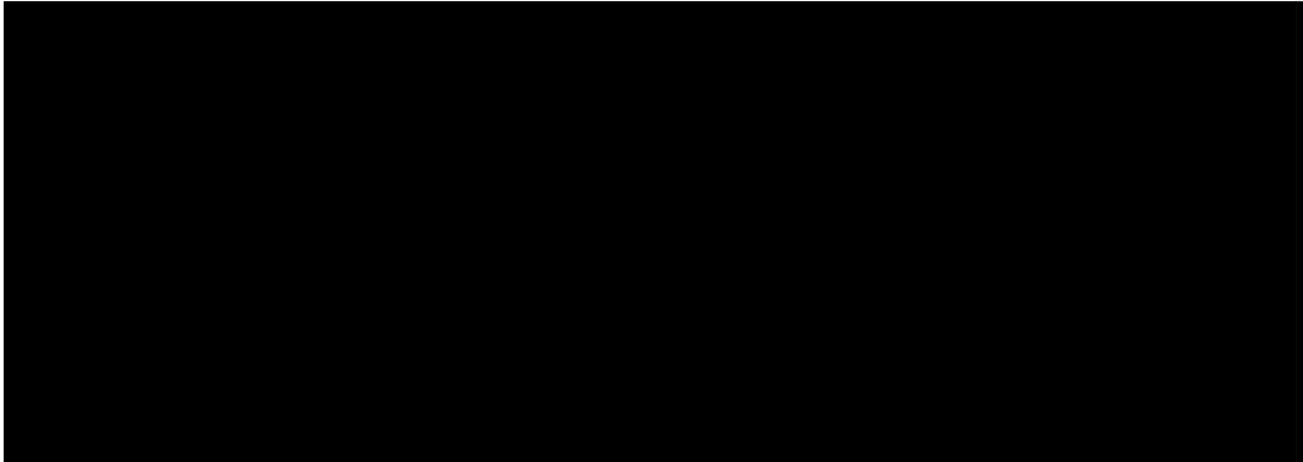
**Seznam techniků, kteří se budou podílet na plnění
veřejné zakázky „Nákup mediálního on-line prostoru pro komunikační aktivity a kampaně ESIF
“**

(ve smyslu § 79 odst. 2 písm. c) zákona č.134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, ve znění
pozdějších předpisů)

jméno technika	role technika	funkce technika	stupeň vzdělání člena týmu (minimálně středoškolské)	doba a náplň praxe člena týmu (minimálně 3letá praxe v oblasti plánování a nákupu mediálního prostoru)
Ing. Jiří Tošer	Media Planner	plánování nákupu mediálního prostoru	<i>vysokoškolské</i>	<i>25 let praxe v oboru (mediální výzkum, strategické a mediální plánování)</i>
Petra Roučová	Media Buyer	nákup mediálního prostoru	<i>středoškolské</i>	<i>20 let praxe v oboru mediální výzkum, 10 let praxe v oboru mediálního nákupu</i>
Ing. Roman Heřman	Account Manager	řízení plnění předmětu veřejné zakázky a řízení komunikace se Zadavatelem (objednatelem) a dodavatelem mediálního prostoru	<i>vysokoškolské</i>	<i>26 let praxe v oboru (mediální plánování a nákup, client servis director, obchodní ředitel</i>

Media planner: Ing. Jiří Tošer

STRUKTUROVANÝ PROFESNÍ ŽIVOTOPIS



Zakázky, které jsem realizoval na pozici media planner

1. **Pražské vodovody a kanalizace**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Podpora zákaznického portálu PVK“
 - b. období prosinec 2017

2. **Pražská energetika**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Vánoční poděkování“
 - b. období prosinec 2017 (obdobně 2016, 2015,...)

3. **Czech Tourism**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Služby Q“
 - b. období říjen - prosinec 2017

4. **Lesnicko-dřevařská komora**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Doba dřevěná“
 - b. období listopad - prosinec 2017

5. **MŠMT**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Mediální kampaň OP VVV v tisku“
 - b. období červenec - prosinec 2017

6. **MŠMT**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Mediální kampaň OP VVV na internetu“
 - b. období červenec - prosinec 2017

7. **Zařízení MZe**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Nákup mediálního prostoru za účelem propagace sladkovodní akvakultury pro rok 2017“
 - b. období srpen – říjen 2017

8. **Dům zahraniční spolupráce**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Zajištění informovanosti široké veřejnosti o programu Erasmus“
 - b. období květen - prosinec 2017

9. **Ministerstvo financí**
 - a. plánování a nákup mediální kampaně „Propagace EHP a Norských fondů a Programu švýcarsko-české spolupráce“
 - b. období srpen 2016 - prosinec 2017

10. České dráhy

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Příště vlakem“
- b. období červenec - listopad 2017

11. MŠMT

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Mediální kampaň OP VVV v TV“
- b. období listopad 2016 – prosinec 2017

12. HMP / Technická správa komunikací

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Modernizace systému řízení dopravy a Intenzifikace telematických zařízení:“
- b. období srpen - prosinec 2016

13. MPSV

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Internetová kampaň OP Zaměstnanost“
- b. období říjen – prosinec 2016

14. Správa KRNP

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Tundra v srdci Evropy“
- b. období září – listopad 2015

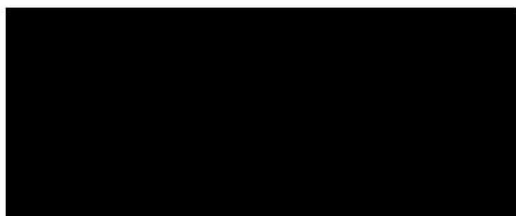
15. MPSV

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Právo na dětství“
- b. období duben – listopad 2015

16. RF Hobby

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Televizní kampaň pro časopis Šťastná hvězda““
- b. období leden – září 2014

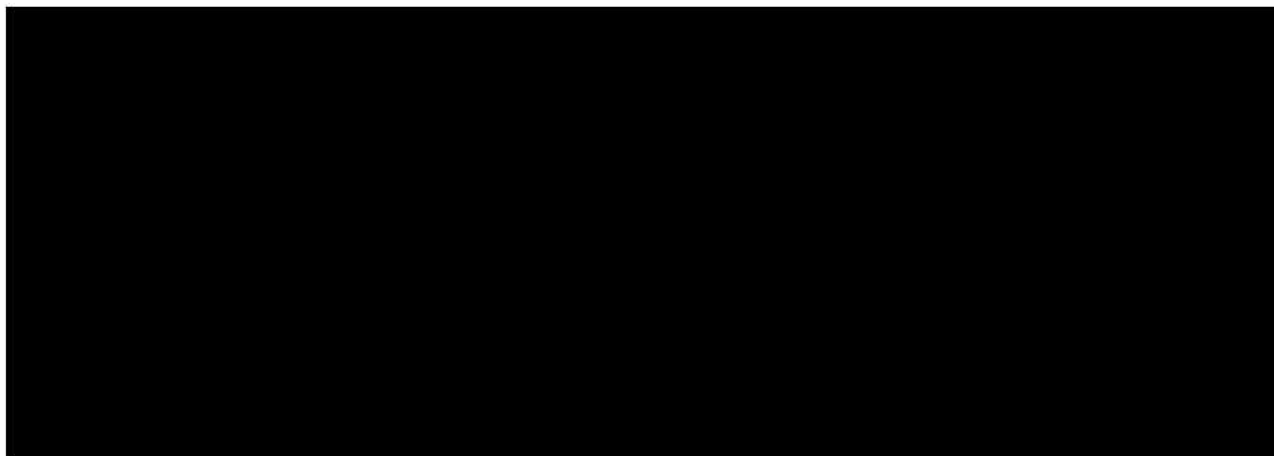
Čestně prohlašuji, že uvedené údaje jsou pravdivé a v případě vítězné nabídky budu součástí realizačního týmu.



Ing. Jiří Tošer

Media buyer: Petra Roučová

STRUKTUROVANÝ PROFESNÍ ŽIVOTOPIS



Zakázky obdobné svým předmětem, na kterých jsem spolupracovala na pozici media buyer

Komunikační a PR kampaně pro klienty:

2017 mediální kampaň MŠMT (on-line)

2016 mediální kampaň MPSV (on-line)

2015 – 2017 inzerce Karlovarské mediální vody, a. s.

2009-2012 mediální kampaň Operační program Doprava (Ministerstvo dopravy)

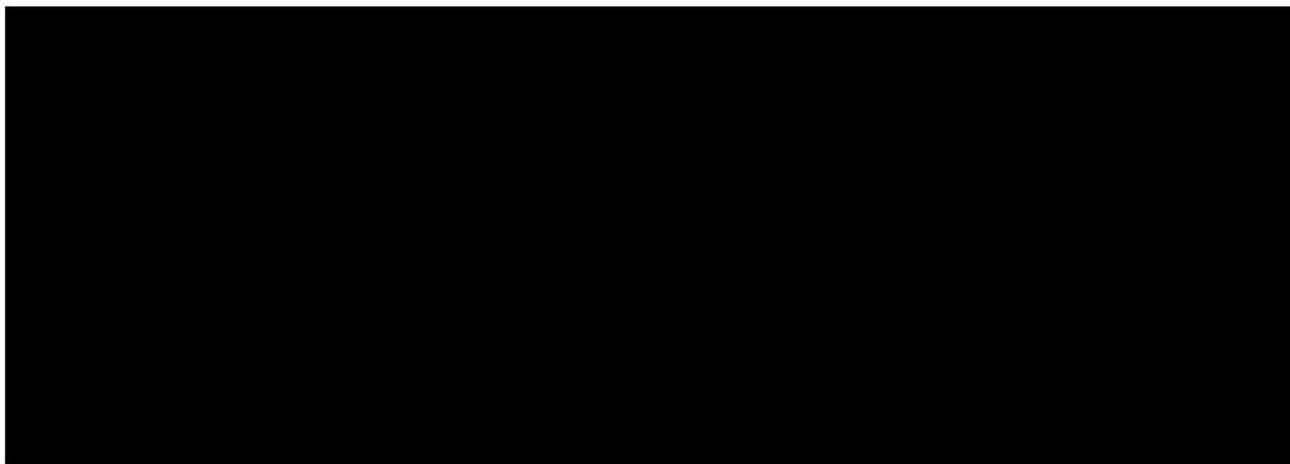
Čestně prohlašuji, že uvedené údaje jsou pravdivé a v případě vítězné nabídky budu součástí realizačního týmu.



Petra Roučová

Account Manager: Ing. Roman Heřman

STRUKTUROVANÝ PROFESNÍ ŽIVOTOPIS



Zakázky, které jsem realizoval na pozici account manager (týkající se mediálního plánování a nákupu)

17. Pražské vodovody a kanalizace

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Podpora zákaznického portálu PVK“
- b. období prosinec 2017

18. Pražská energetika

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Vánoční poděkování“
- b. období prosinec 2017 (obdobně 2016, 2015,...)

19. Czech Tourism

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Služby Q“
- b. období říjen - prosinec 2017

20. Lesnicko-dřevařská komora

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Doba dřevěná“
- b. období listopad - prosinec 2017

21. MŠMT

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Mediální kampaň OP VVV v tisku“
- b. období červenec - prosinec 2017

22. MŠMT

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Mediální kampaň OP VVV na internetu“
- b. období červenec - prosinec 2017

23. Zařízení MZe

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Nákup mediálního prostoru za účelem propagace sladkovodní akvakultury pro rok 2017“
- b. období srpen – říjen 2017

24. Dům zahraniční spolupráce

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Zajištění informovanosti široké veřejnosti o programu Erasmus“
- b. období květen - prosinec 2017

25. Ministerstvo financí

Příloha č. 3

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Propagace EHP a Norských fondů a Programu švýcarsko-české spolupráce“
- b. období srpen 2016 - prosinec 2017

26. České dráhy

- a. plánování a nákup mediální kampaně „Příště vlakem“
- b. období červenec - listopad 2017

27. MŠMT

- c. plánování a nákup mediální kampaně „Mediální kampaň OP VVV v TV“
- d. období listopad 2016 – prosinec 2017

28. HMP / Technická správa komunikací

- c. plánování a nákup mediální kampaně „Modernizace systému řízení dopravy a Intenzifikace telematických zařízení:“
- d. období srpen - prosinec 2016

29. MPSV

- c. plánování a nákup mediální kampaně „Internetová kampaň OP Zaměstnanost“
- d. období říjen – prosinec 2016

30. Správa KRNAP

- c. plánování a nákup mediální kampaně „Tundra v srdci Evropy“
- d. období září – listopad 2015

31. MPSV

- c. plánování a nákup mediální kampaně „Právo na dětství“
- d. období duben – listopad 2015

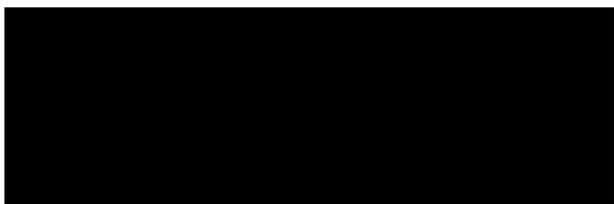
32. RF Hobby

- c. plánování a nákup mediální kampaně „Televizní kampaň pro časopis Šťastná hvězda““
- d. období leden – září 2014

a mnoho dalších.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že výše uvedené profesní zkušenosti a ostatní informace jsou aktuální a pravdivé. Dále prohlašuji, že se budu podílet na realizaci projektu a souhlasím se začleněním do týmu.



Roman Heřman



EVROPSKÁ UNIE
Fond soudržnosti
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Výtah z Roční komunikační plná OPTP a MMR- NOK 2018

PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT 2018

aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram
Mediální kampaň „Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost regionů“ On-line kampaň „Kde evropské fondy pomáhají“	TV, on-line, print on-line	ŠV	masmediální kampaň k tématu konkurenceschopnosti regionů, inovací a výzkumu Doplnková on-line kampaň zaměřující se na propagaci úspěšných projektů.	1	2.Q 2018 4.Q 2018
Den otevřených dveří na projektech	série eventů + on-line kampaň	ŠV	den otevřených dveří úspěšných projektů v 7 vybraných regionech podpořených on-line kampaní	5	9/2018
Prezentace ESIF na vybraném hudebním festivalu	event	ŠV	interaktivní prezentace přínosů evropských fondů vůči mladým lidem na vybraném hudebním festivalu, aktivita je určena pro obtížněji oslovitelnou cílovou skupinu tradiční masmediální kampaní. Spolupráce s agenturou Czechtourist.	1	léto 2018
Putovní fotovýstava v krajských městech	Série fotovýstava v	ŠV	Putovní fotovýstava úspěšných projektů podpořených z Evropských fondů, podpořených on-line kampaní ve všech 13 krajských městech	13	6-12/2018
Den Evropy	event	ŠV	tradiční akce ke Dni Evropy (ve spolupráci se ZEK)	1	5/2018
LadronkaFest	event	ŠV	prezentace na festivalu volnočasových aktivit	1	9/2018

Soutěž „Navrhni projekt“ 7. ročník	soutěž	ŠV	soutěž pro studenty SŠ	1	9/2017-2/2018
Soutěž „Poznej projekt“ 6. ročník	soutěž	ŠV	soutěž na facebookovém profilu Soutěžte s fondy	1	2-6/2018
Soutěž „Vyfoť projekt“ 9. ročník	soutěž	ŠV	letní fotografická soutěž, na webových stránkách www.dotaceEU.cz	1	7-9/2018
Přímá komunikace Eurocenter o přínosech ESI fondů na vybraných regionálních akcích (např. festivalech)	event	ŠV	Prezentace o podpořených projektech a přínosech na akcích regionálního významu pro širokou veřejnost	39	v průběhu celého roku 2018
Publicita ITI	kampaň	ŠV (OV)	kampaň o projektech podpořených v rámci ITI (částečně i IPRU) a to především v regionálních médiích s důrazem na tisk a outdoorové reklamní plochy (billboardy, polepy MHD apod.)	1	4.2018
Nová publikace: Kde EU fondy pomáhají (brožury po regionech)	publikace	ŠV (OV)	Přínosy podpořených projektů ve fotografiích, nový díl fotoknihy členěný podle jednotlivých regionů (7 NUTS nebo 13 krajů)	7 až 13	2. Q 2018
Nová publikace: EU v 10 minutách	publikace	ŠV	publikace určená k jednoduchému a rychlému vysvětlení základních informací o EU včetně ESI fondů, určena především středoškolským studentům		1. Q 2018
Bulletin Oko NOKu	newsletter	OV	informační bulletin MMR-NOK, e-verze	6	v průběhu celého roku

Nové publikace: Komunitně vedený místní rozvoj (CLLD)	publikace	OV	publikace určené pro implementační strukturu ESI fondů a opinion makery	1	1. Q 2018
Nové publikace: Výstupy z evaluace PO 2007 – 2013	publikace	OV	publikace určené pro odbornou veřejnost a opinion makery	1	1. Q 2018
Dotisk ESI fondy v kostce	publikace	OV	publikace určená pro implementační strukturu ESI fondů a odbornou veřejnost (CZ i ENG)	1	průběžně 2018
Semináře Eurocenter	eventy	CSJP	semináře na aktuální témata pro žadatele a příjemce	80	průběžně 2018
Dotisk Evropské fondy pro MSP	publikace	CSJP	Tematický přehled dotačních možností pro malé a střední podniky	1	2. Q 2017
Aktualizace a dotisk publikací: Evropské fondy pro obce Evropské fondy pro NNO	publikace	CSJP	tematický přehled dotačních možností pro uvedené skupiny žadatelů	2	2. Q 2018
Tiskové zprávy, tiskové konference	PR	M, OV	TZ a TK k aktuálním tématům		Příležitostně dle potřeby
Generátor nástrojů povinné publicity	on-line aplikace	CSJP	provoz aplikace na tvorbu tiskových dat plakátů apod. pro příjemce		celý rok 2018
Webový portál www.dotaceEU.cz	webové stránky	ŠV, OV, CSJP, M	provoz zastřešujícího webového portálu spuštění nové podoby webové prezentace,		celý rok 2018

			součástí bude i nová struktura včetně nové sekce zaměřené na širokou veřejnost (Jak EU fondy pomáhají) web bude dále rozvíjen a aktualizován. Část obsahu bude dle potřeb přizpůsobována souvisejícím komunikačním aktivitám		
Propagační předměty	prop. předměty	ŠV, OV	podpůrný komunikační nástroj zejména na eventy a jednání	díličí poptávky v rámci DNS	1.Q 2018
Průběžné rozšiřování fotodatabáze podpořených projektů ESIF	ostatní	---	rozšíření fotodatabáze úspěšných projektů realizovaných v PO 2007-2013 a nově i PO 2014 – 2020 včetně časosběrných snímků (150 projektů)	1	V průběhu 2018 až 2019
Evaluační aktivity	-	-	dotazníkové šetření a evaluace	2	1. až 2. Q 2018

Financování bude zajištěno z projektů OPTP 2014-2020 na komunikační aktivity.

Indikátory

V roce 2018 budou sledovány a naplňovány následující indikátory:

Indikátory výsledku

Kód národního číselníku	Indikátor	Měrná jednotka
80120	Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin	%
80110	Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin	%
80130	Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU	%