

# SMLOUVA O ZAJIŠTĚNÍ INFORMAČNÍ KAMPANĚ PROJEKTU ELEKTRONICKÁ EVIDENCE TRŽEB

## Objednatel:

**Česká republika – Generální finanční ředitelství**

se sídlem: Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1 – Nové Město  
zastoupená: Ing. Janem Ronovským, ředitelem Sekce řízení úřadu  
IČO: 720 80 043  
DIČ: CZ72080043  
bankovní spojení: Česká národní banka  
číslo účtu: 11122011/0710

na straně jedné (dále jen „*Objednatel*“)

a

## Poskytovatel:

**PHD, a. s.**

se sídlem: Praha 4 - Nusle, Lomnického 1705/5, PSČ 14000  
zastoupená: Ludkem Hatoněm, předsedou představenstva a Dagmar Jindrovou,  
členem představenstva  
zapsaná: v Obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl  
B, vl. č. 6838  
IČO: 26210738  
DIČ: CZ26210738  
bankovní spojení: Citibank Europe plc, organizační složka  
číslo účtu: 2035050103/2600

na straně druhé (dále jen „*Poskytovatel*“)

(Objednatel a Poskytovatel dále jen „*Smluvní strany*“)

Smluvní strany uzavřely na základě výsledků řízení o veřejné zakázce se zakázkovým číslem 5/2016 a s názvem „Elektronická evidence tržeb – nákup mediálního prostoru“ (dále jen „*VZ*“), v souladu s ustanovením § 1746 odst. 2 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „*Občanský zákoník*“) a ve smyslu zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „*ZVZ*“), tuto

## SMLOUVU O ZAJIŠTĚNÍ INFORMAČNÍ KAMPANĚ PROJEKTU ELEKTRONICKÁ EVIDENCE TRŽEB

(dále jen „*Smlouva*“)

### I.

#### Předmět Smlouvy

- 1.1. Předmětem této Smlouvy je povinnost Poskytovatele v rozsahu a specifikaci dle přílohy č. 1 Smlouvy (Nabídka Poskytovatele) a za podmínek stanovených touto Smlouvou realizovat následující plnění:

- **zajistit informační kampaň** projektu elektronické evidence tržeb (dále též „Informační kampaň“), čímž se rozumí:
  - a) **nákup mediálního prostoru** v TV, rozhlasu, tištěných médiích (print) a na Internetu (on-line média) v souladu s Mediálním plánem tvořícím Přílohu č. 2 této Smlouvy (dále také jen „Mediální plán“), naceněným Poskytovatelem v rámci výběrového řízení na VZ (dále jen „nákup mediálního prostoru“), a **další aktivity s tím spojené**, zejména:
    - příprava konkrétních mediaplánů,
    - objednávání prostoru v médiích dle těchto Objednatelem schválených a akceptovaných měsíčních konkrétních mediaplánů,
    - distribuce reklamních podkladů pro uveřejnění do jednotlivých médií,
  - b) **správa a průběžná kontrola průběhu kampaně** na mediálním trhu v ČR,
  - c) **vyhotovování reportů**, a to
    - průběžných měsíčních reportů monitoringu a vyhodnocování průběhu Informační kampaně,
    - závěrečného reportu s vyhodnocením celé Informační kampaně

(dále také jen „Zajištění Informační kampaně“).

- 1.2. Objednatel se zavazuje za podmínek stanovených touto Smlouvou Poskytovateli za řádné Zajištění Informační kampaně zaplatit cenu dle čl. IV. této Smlouvy.

## II.

### Termín a realizace plnění

- 2.1. Poskytovatel se zavazuje zahájit plnění této Smlouvy neprodleně po obdržení písemného pokynu oprávněné osoby Objednatele (dále jen „Oprávněná osoba“) k zajištění Informační kampaně tak, aby Informační kampaň začala běžet v médiích **v předpokládaném termínu zahájení Informační kampaně, tj. 1. 5. 2016** (dále jen „předpokládaný termín zahájení“), Při udělení pokynu je Objednatel povinen v co nejširší míře zohlednit realizovatelnost plnění.
- 2.2. Objednatel vydá písemný pokyn k plnění dle bodu 2.1 této Smlouvy nejpozději do tří (3) měsíců od nabytí platnosti zákona o evidenci tržeb, nebo jsou Smluvní strany oprávněny od této Smlouvy odstoupit. Nenabyde-li zákon o evidenci tržeb platnosti nejpozději do 31. 5. 2016, je Objednatel oprávněn od této Smlouvy odstoupit. Odstoupení od Smlouvy musí být písemné, jinak je neplatné. Odstoupení musí obsahovat vymezení důvodu odstoupení. Odstoupení je účinné ode dne, kdy bylo doručeno druhé Smluvní straně.
- 2.3. Za den obdržení písemného pokynu Objednatele bude považován den, kdy byl pokyn prokazatelně doručen Poskytovateli.
- 2.4. **Předpokládaná délka realizace Informační kampaně je sedm (7) na sebe navazujících kalendářních měsíců** (tj. květen až listopad 2016).
- 2.5. Informační kampaň bude realizována v souladu s Oprávněnou osobou předem akceptovanými **konkrétními mediaplány pro každý kalendářní měsíc** Informační kampaně (dále jen „Konkrétní mediaplán“ nebo souhrnně „Konkrétní mediaplány“), které bude Poskytovatel připravovat v souladu s tímto článkem Smlouvy.
- 2.6. Konkrétní mediaplány pro každý kalendářní měsíc Informační kampaně, který se bude realizovat, musí **vycházet a být v souladu s Mediálním plánem**, a to zejména v části

umístění TV spotů/inzerátů/bannerů a dalších prostředků komunikace v této Informační kampani (dále jen „Prostředky“) do jednotlivých časových úseků, tj. zejména měsíců V. – XI., vyznačených v Mediálním plánu.

2.7. Konkrétní mediaplán musí obsahovat zejména následující položky:

- a) kalendářní měsíc, pro který je daný Konkrétní mediaplán vyhotoven;
- b) v části mediaplánu pro TV kampaň:
  - konkrétní název TV stanice,
  - konkrétní data a časy uveřejnění,
  - konkrétní TV pořady,
  - celkový zásah,
  - frekvence (počet odvysílání),
  - GRPs,
  - reach 1+/3+ (pouze informativní charakter),
  - celková cena s DPH,
  - celková cena bez DPH,
  - sazba DPH;
- c) v části mediaplánu pro tiskovou kampaň:
  - název vydavatele,
  - název titulu,
  - den otištění,
  - formát inzerce či vkladu,
  - jednotková cena za jedno uveřejnění - cena bez DPH,
  - jednotková cena za jedno uveřejnění - cena včetně DPH,
  - celková cena s DPH,
  - celková cena bez DPH;
  - sazba DPH;
- d) v části mediaplánu pro online kampaň:
  - název serveru,
  - název a formát banneru,
  - jednotková cena nákupu CPT,
  - počet nakoupených garantovaných impresí,
  - celková cena s DPH,
  - celková cena bez DPH,
  - sazba DPH;
- e) v části mediaplánu pro rozhlasovou kampaň:
  - konkrétní název radiozastupitele,
  - konkrétní název rozhlasového bundle,
  - výčet rozhlasových stanic v rozhlasovém bundle,
  - časové pásmo uveřejnění rozhlasového spotu,
  - jednotková cena za jedno uveřejnění - cena bez DPH,
  - jednotková cena za jedno uveřejnění - cena včetně DPH,
  - celková cena s DPH,
  - celková cena bez DPH;
  - sazba DPH.

2.8. V rámci pokynu dle bodů 2.1. a 2.2. této Smlouvy či neprodleně po jeho udělení sdělí Objednatel Poskytovateli za účelem příprav Konkrétních mediaplánů jím preferované TV pořady pro realizaci TV kampaně v souladu s Mediálním plánem. Poskytovatel je povinen zajistit v rámci TV kampaně vysílání TV spotu mimo časové pásmo 01.00 –

05.00 hodin. V rámci online kampaně u RTB je Poskytovatel povinen zajistit umístění inzerce pouze v rámci sítě CPEX. V rámci tiskové kampaně je Poskytovatel povinen zajistit v případě inzerce ve formátech 1/2 horizont a junior page alespoň v 50% umístění na pozici pravé strany v 1/3 titulu.

- 2.9. Poskytovatel vyvine veškeré úsilí, aby Konkrétní mediaplán v maximální možné míře respektoval požadované parametry Informační kampaně, tak jak jsou uvedeny v Mediálním plánu (či jeho sděleným určeným částem ve smyslu ustanovení bodu 2.16 písm. c) této Smlouvy).
- 2.10. Objednatel je oprávněn provést změny dle bodu 2.16 této Smlouvy tak, aby veškeré plnění s výjimkou plnění v části vyhotovování reportů bylo realizováno nejpozději do 31. 12. 2016.
- 2.11. Nedohodnou-li se Smluvní strany písemně jinak, předloží Poskytovatel Objednateli prostřednictvím Oprávněné osoby písemný návrh Konkrétního mediaplánu vždy minimálně pět (5) kalendářních dnů před zahájením bookingu mediálního prostoru v TV na daný kalendářní měsíc Informační kampaně.

Návrh Konkrétního mediaplánu pro úvodní první kalendářní měsíc Informační kampaně předloží Poskytovatel Objednateli prostřednictvím Oprávněné osoby k akceptaci bez zbytečného odkladu, nejpozději však do tří (3) kalendářních dnů po obdržení písemného pokynu dle bodu 2.1. a 2.2. této Smlouvy.

Objednavatel bere na vědomí, že zahájení bookingu TV prostoru na každý kalendářní měsíc probíhá vždy cca 35 kalendářních dnů předem.

- 2.12. Objednatel je oprávněn k návrhu Konkrétního mediaplánu, který mu byl předložen, oznámit Poskytovateli neprodleně své připomínky. Neoznámí-li Objednatel prostřednictvím Oprávněné osoby Poskytovateli písemně své připomínky nejpozději do tří (3) kalendářních dnů od obdržení daného návrhu Konkrétního mediaplánu, má se za to, že s návrhem Konkrétního mediaplánu souhlasí a Poskytovatel dle návrhu Konkrétního mediaplánu objedná mediální prostor u příslušných médií.
- 2.13. V případě, že Objednatel prostřednictvím Oprávněné osoby řádně a včas oznámil své připomínky, zavazuje se je Poskytovatel před provedením objednávky mediálního prostoru u příslušných médií v co nejširší míře do návrhu Konkrétního mediaplánu zpracovat do podoby, která bude Objednatelem prostřednictvím Oprávněné osoby následně písemně bez zbytečného prodlení, nejpozději však do tří (3) dnů, odsouhlasena.
- 2.14. Po schválení nákupu mediálního prostoru dle odsouhlaseného návrhu Konkrétního mediaplánu jednotlivými médii (tj. zejména po bookingu prostoru v TV) předloží Poskytovatel Objednateli bez zbytečného prodlení, nejdéle však do tří (3) dnů, Konkrétní mediaplán k finální akceptaci. Objednatel bere na vědomí, že termíny schválení Konkrétních mediaplánů příslušnými médii pro konkrétní měsíc se mohou lišit.
- 2.15. Poskytovatel bere na vědomí, že Konkrétní mediaplán se stává závazným až na základě jeho finální písemné akceptace Objednatelem prostřednictvím Oprávněné osoby. V případě, že má Objednatel ke Konkrétnímu mediaplánu, jenž mu byl předložen k finální akceptaci, připomínky, použije se přiměřeně ustanovení bodu 2.12. této Smlouvy a to i opakovaně až do doby, kdy dojde k finální akceptaci Konkrétního mediaplánu Objednatelem prostřednictvím Oprávněné osoby.
- 2.16. Objednatel má **právo odložit předpokládaný termín zahájení Informační kampaně** (bod 2.1. této Smlouvy) **a/nebo zkrátit předpokládanou délku realizace Informační**

**kampaně** (bod 2.4. této Smlouvy), a to v rámci pokynu dle bodů 2.1. a 2.2. této Smlouvy, přičemž v takovém případě sdělí Poskytovateli:

- a) **novou délkou realizace Informační kampaně** (např. 5 měsíců),
- b) **nový termín zahájení Informační kampaně** (např. od 1. 6. 2016),
- c) **v jakých částech Mediálního plánu**, tj. pro které časové úseky odpovídající kalendářním měsícům V – XII/2 v Mediálním plánu či v nich vyznačených týdnech, bude **Poskytovatel realizovat plnění** (např. že budou realizovány měsíce Mediaplánu VI, VII, VIII, IX, X).

2.17. Nedohodnou-li se Objednavatel s Poskytovatelem výslovně jinak, převede Objednavatel nevyužitě Prostředky v částech (tj. časových úsecích) Mediálního plánu, ve kterých zejména v důsledku změn dle bodu 2.16 této Smlouvy nebude plnění realizováno, do částí Mediálního plánu, ve kterých plnění realizováno bude, a to tak, aby byla zachována výše Maximální ceny za zajištění Informační kampaně dle čl. IV. této Smlouvy odpovídající Maximální nabídkové ceně uvedené Poskytovatelem v rámci výběrového řízení na VZ, přičemž

- v případě TV kampaně budou nevyužitě GRPy převedeny za pomoci jednotlivých měsíčních indexů CPP stanovených v rámci výběrového řízení na VZ Poskytovatelem v Mediaplánu pro měsíce V – XII/2
- v případě tiskové, online a rozhlasové kampaně nemají změny dle bodu 2.16. této Smlouvy vliv na výši jednotkové ceny či maximální ceny za kampaň v daném mediálním typu, jak je Poskytovatel stanovil v Mediálním plánu v rámci výběrového řízení na VZ (tj. Poskytovatel u těchto kampaních garantuje výši jednotkové ceny a celkové ceny za kampaň v daném mediálním typu, jak je uvedl do Mediálního plánu v rámci výběrového řízení na VZ).

2.18. V případě změn dle bodu 2.16. této Smlouvy se ustanovení 2.5. až 2.15. této Smlouvy použijí obdobně.

2.19. Při změnách dle bodu 2.16. této Smlouvy je Objednatel povinen v co nejširší míře zohlednit realizovatelnost plnění (tj. zejména v části nákupu mediálního prostoru) ze strany Poskytovatele tak, aby Informační kampaň mohla začít od sděleného nového termínu zahájení Informační kampaně.

2.20. Objednatel si vyhrazuje právo požadovat realizaci plnění v části nákupu mediálního prostoru i po uzavření možnosti objednávek inzerce jednotlivými médii, zejména si vyhrazuje právo požadovat pro TV kampaň nákup GRPů i po oficiálních termínech zahájení bookingu pro konkrétní kalendářní měsíce, v níž bude realizována. V takovém případě se s Poskytovatelem dohodne na konkrétních podmínkách, rozsahu a podobě plnění zejména v části nákupu mediálního prostoru.

Jestliže v důsledku této skutečnosti nebude Poskytovatel prokazatelně schopen pro daný kalendářní měsíc Informační kampaně dané plnění zrealizovat, bude s nevyužitými Prostředky postupováno obdobně podle ustanovení bodu 2.17. této Smlouvy.

### III.

#### Vykazování plnění

3.1. Poskytovatel je povinen předkládat Objednateli:

- A. **pravidelné průběžné měsíční reporty monitoringu a vyhodnocování průběhu Informační kampaně**, a to, nedohodnou-li se Smluvní strany písemně jinak, vždy do pěti (5) pracovních dnů po uplynutí hodnoceného období; hodnoceným obdobím je vždy uplynulý předcházející kalendářní měsíc, v němž byla realizována Informační kampaň;
- B. **závěrečný report**, který bude předán, nedohodnou-li se Smluvní strany písemně jinak, nejpozději do patnácti (15) pracovních dnů od ukončení Informační kampaně dle této Smlouvy.

**Průběžné reporty předložené Poskytovatelem musí obsahovat následující údaje:**

- a) pro TV kampaň:
- zásah cílové nákupní skupiny a primární cílové skupiny kampaní,
  - dosažené efektivní frekvence - Reach 1+ a 3+,
  - doručené nákupní GRPs a jejich podíly v super prime time, prime time a off prime time v rámci jednotlivých TV stanic,
  - celková cena za realizované plnění s DPH,
  - celková cena za realizované plnění bez DPH,
  - sazba DPH;
- b) pro tiskovou kampaň:
- zásah cílové skupiny jednotlivými tituly a kampaní,
  - dosažené efektivní frekvence, Reach 1+ a 3+,
  - CPT,
  - OTS,
  - celková cena za realizované plnění s DPH,
  - celková cena za realizované plnění bez DPH,
  - sazba DPH;
- c) pro online kampaň:
- zásah cílové skupiny kampaní,
  - doručené imprese,
  - CPT,
  - cena za návštěvu a zásah,
  - skutečný zásah v % oproti zásahu plánovanému celkem,
  - celková cena za realizované plnění s DPH,
  - celková cena za realizované plnění bez DPH,
  - sazba DPH;
- d) pro rozhlasovou kampaň:
- zásah cílové skupiny kampaní;
  - týdenní a měsíční reach;
  - celková cena za realizované plnění s DPH,
  - celková cena za realizované plnění bez DPH;
  - sazba DPH.
- 3.2. Přílohou všech jednotlivých reportů musí být měsíční post buy analýza TV, post buy analýza rozhlasu a post buy analýza online; a dokladové výtisky v počtu 2 ks z každého vydání, kde byla umístěna tištěná inzerce.
- 3.3. Závěrečný report musí obsahovat údaje požadované pro průběžné reporty i údaj o finálním vyhodnocení výkonu a efektivity Informační kampaně.

- 3.4. Jednotlivé reporty a závěrečný report mohou kromě výše uvedených údajů zahrnovat i jiné informace, které Poskytovatel považuje za účelné.
- 3.5. Objednatel může k průběžnému reportu i k závěrečnému reportu vznést připomínky ve lhůtě šesti (6) pracovních dnů ode dne jeho obdržení. Nedohodnou-li se Objednatel s Poskytovatelem písemně jinak, zavazuje se Poskytovatel připomínky Objednatele do zpráv zpracovat a takto upravený či doplněný report doručit Objednateli nejpozději do tří (3) pracovních dnů ode dne obdržení připomínek Objednatele. Zpracování veškerých těchto změn Poskytovatelem je součástí ceny. Tento postup bude opakován do vypořádání všech připomínek Objednatele. Nebude - li mít Objednatel k reportu žádné připomínky, akceptuje report a zašle tuto informaci písemně Poskytovateli.
- 3.6. Každý report dodá Poskytovatel Objednateli v českém jazyce v elektronické podobě (doc, strojově čitelné pdf, ppt). Závěrečný report musí Poskytovatel předat navíc na jednom CD/ DVD (podle předchozí volby Objednatele) a v jednom tištěném vyhotovení.
- 3.7. V případě, že poskytovatel nerealizuje plnění v rozsahu a podobě, jak byl uveden v Konkrétním mediaplánu akceptovaným Objednatelem, bude s nevyužitými Prostředky postupováno obdobně podle ustanovení bodu 2.17. této Smlouvy.

#### IV.

#### Cena za plnění a platební podmínky

- 4.1. Maximální cena za zajištění celé Informační kampaně dále jen „Maximální cena“) nepřekročí částku 25.296.804,- Kč (slovy: dvacet pět milionů dvě stě devadesát šest tisíc osm set čtyři koruny české) bez DPH. DPH ve výši 21 % činí 5.312.329,- Kč (slovy: pět milionů tři sta dvanáct tisíc tři sta dvacet devět korun českých) a celková cena včetně DPH činí 30.609.133,- Kč (slovy: třicet milionů šest set devět tisíc jedno sto třicet tři koruny české).
- 4.2. Maximální cena je stanovena jako nejvýše přípustná a nepřekročitelná a zahrnuje veškeré náklady Poskytovatele vzniklé v souvislosti s veškerým zajištěním Informační kampaně dle této Smlouvy.
- 4.3. Vzhledem k ustanovení bodu 2.16. této Smlouvy nemusí být maximální cena zcela vyčerpána, a to zejména v případě, že nedojde k převodu nevyužitých Prostředků dle bodů 2.17., 2.20. a 3.8. této Smlouvy – (v takovém případě Poskytovateli nenáleží za nerealizované plnění odměna dle bodu 4.4. této Smlouvy).
- 4.4. Za každý realizovaný měsíc Informační kampaně náleží Poskytovateli odměna ve výši odvozené z jednotkových cen (tj. cena za tiskový inzerát, CPP, CPT a cena za rozhlasový spot) uvedených v Mediálním plánu (ve výši jak je Poskytovatel do Mediálního plánu zadal v rámci výběrového řízení na VZ) podle skutečného rozsahu poskytnutého plnění (zejména využitých Prostředků) za daný kalendářní měsíc.
- 4.5. Pokud dojde k převodu nevyužitých Prostředků dle ustanovení bodu 2.17., 2.20. a 3.8. této Smlouvy, cena za tyto Prostředky v kalendářním měsíci, do kterého byly převedeny, bude odpovídat ceně ostatních Prostředků využitých v daném kalendářním měsíci, přičemž
  - v případě TV kampaně bude cena za převedené GRPy přepočítána na základě měsíčních indexů CPP stanovených v rámci výběrového řízení na VZ Poskytovatelem v Mediaplánu pro měsíce V – XII/2,
  - v případě tiskové, online a rozhlasové kampaně nemá převod prostředků této Smlouvy na výši jednotkové ceny či celkové ceny za kampaň v daném

mediálním typu, jak je Poskytovatel stanovil v Mediálním plánu v rámci výběrového řízení na VZ, vliv.

- 4.6. Měsíční odměna za poskytnuté plnění dle této Smlouvy pro uplynulý kalendářní měsíc Informační kampaně bude Objednatel uhrzena na základě daňového dokladu vystaveného Poskytovatelem v souladu s touto Smlouvou po akceptaci měsíčního průběžného reportu nebo závěrečného reportu, které budou sloužit jako podklad pro vystavení daňového dokladu.
- 4.7. Objednatel neposkytuje zálohy.
- 4.8. Daňový doklad doručí Poskytovatel Objednateli v písemné podobě buď v listinné podobě na adresu Generálního finančního ředitelství Lazarská 15/7, 117 22 Praha 1 nebo elektronicky do datové schránky Objednatele či na emailovou adresu [faktura7000@fs.mfcr.cz](mailto:faktura7000@fs.mfcr.cz). Objednatel upřednostňuje elektronické faktury vytvářené v IS DOC, akceptovány jsou také elektronické faktury ve formátu PDF.
- 4.9. Daňový doklad musí obsahovat všechny náležitosti dle § 29 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a náležitosti ve smyslu ustanovení § 435 Občanského zákoníku. Splatnost daňového dokladu musí činit minimálně 21 kalendářních dnů ode dne jeho doručení Objednateli. Daňový doklad musí obsahovat zejména úplné bankovní spojení Poskytovatele, přičemž číslo účtu musí odpovídat číslu účtu uvedenému v záhlaví Smlouvy nebo číslu účtu v registru plátců DPH, popř. číslu účtu postupem dle Smlouvy řádně změněnému.
- 4.10. Objednatel je oprávněn před uplynutím lhůty splatnosti vrátit bez zaplacení daňový doklad Poskytovateli k provedení opravy, neobsahuje-li náležitosti stanovené právními předpisy a touto Smlouvou nebo budou-li povinné údaje uvedeny chybně. Poskytovatel je povinen podle povahy nesprávnosti daňový doklad opravit nebo nově vyhotovit. Do doby doručení doplněné či opravené faktury není Objednatel v prodlení se zaplacením ceny. Splatnost nového nebo opraveného daňového dokladu musí činit minimálně jednadvacet (21) kalendářních dnů ode dne jeho doručení Objednateli.
- 4.11. Za den uhrazení ceny plnění bude považován den odepsání příslušné částky z bankovního účtu Objednatele ve prospěch bankovního účtu Poskytovatele.
- 4.12. Cenu za plnění je možné změnit v případě, že dojde v průběhu plnění Smlouvy ke změnám daňových právních předpisů upravujících výši DPH. Tato změna nebude Smluvními stranami považována za změnu Smlouvy a nebude proto požizován dodatek ke Smlouvě. Poskytovatel bude fakturovat sazbu DPH platnou v den zdanitelného plnění.

## V.

### Další práva a povinnosti Smluvních stran

- 5.1. Objednatel si vyhrazuje právo žádat po Poskytovateli ve lhůtě tří (3) let ode dne uzavření Smlouvy poskytnutí navazujících služeb spočívajících v realizaci plnění dle čl. I Smlouvy a za podmínek stanovených touto Smlouvou (dále jen „obdobný předmět plnění“). Za účelem realizace Obdobného předmětu plnění bude mezi Objednatel a Poskytovatelem uzavřena samostatná smlouva v jednacím řízení bez uveřejnění v souladu s § 99 odst. 2 ZVZ.
- 5.2. Objednatel se zavazuje předat Poskytovateli do deseti (10) kalendářních dnů od jeho písemné žádosti všechny reklamní formáty splňující požadované technické specifikace, které budou využity v Informační kampani.
- 5.3. Poskytovatel se zavazuje, že zajistí dodání reklamních formátů splňujících požadované technické specifikace do příslušných médií tak, aby mohly být médii uveřejněny



v datech uveřejnění uvedených v Objednatelem akceptovaných Konkrétních mediaplánech.

- 5.4. Poskytovatel bude při zajištění Informační kampaně respektovat instrukce Objednatele ohledně způsobu a rozsahu Informační kampaně, nebudou-li v rozporu s aplikovatelnými právními předpisy.
- 5.5. Poskytovatel se zavazuje postupovat při realizaci plnění s odbornou péčí, podle nejlepších znalostí a schopností a chránit a prosazovat práva a oprávněné zájmy Objednatele a řídit se jeho pokyny. Pokyny Objednatele však není vázán, jsou-li v rozporu s právními předpisy nebo touto Smlouvou. V případě nevhodnosti pokynu Objednatele bude Poskytovatel povinen na jejich nevhodnost Objednatele upozornit a předložit Objednateli alternativní způsob řešení, který je s dotčenými ustanoveními a předpisy v souladu a maximálně reflektuje požadavky Objednatele.
- 5.6. Poskytovatel se při zajištění Informační kampaně dle této Smlouvy zavazuje dodržovat veškeré právní předpisy, zejména se zavazuje, že se svým jednáním nedopustí nekalé soutěže.
- 5.7. Poskytovatel je povinen zajistit, aby v souvislosti se zajištěním Informační kampaně dle této Smlouvy nebylo jakkoli poškozováno dobré jméno a dobrá pověst Objednatele.
- 5.8. Poskytovatel se zavazuje provádět veškeré práce spojené se zajištěním Informační kampaně na svůj náklad a na své nebezpečí podle podmínek stanovených právními předpisy nebo touto Smlouvou.
- 5.9. Poskytovatel je povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly provést kontrolu dokladů souvisejících se zajištěním Informační kampaně, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, vše ve znění pozdějších předpisů).
- 5.10. Poskytovatel je podle ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.
- 5.11. Poskytovatel se zavazuje nezměnit subdodavatele, prostřednictvím kterého prokazoval ve VZ kvalifikaci, bez předchozího písemného souhlasu Objednatele. Spolu se žádostí o vyslovení souhlasu Objednatele se změnou subdodavatele dle předchozí věty je Poskytovatel povinen doložit doklady prokazující ze strany nově navrhovaného subdodavatele kvalifikaci odpovídající kvalifikaci nahrazovaného subdodavatele, nebo alespoň takovou kvalifikaci, aby Poskytovatel i po změně subdodavatele nadále naplňoval minimální úroveň všech technických kvalifikačních předpokladů dle článku 5. bodu 5.1.4 zadávací dokumentace k VZ.
- 5.12. Poskytovatel je povinen v souladu s ustanovením § 147a ZVZ předložit Objednateli v průběhu plnění této Smlouvy každý rok vždy k 28. únoru seznam subdodavatelů, ve kterém uvede subdodavatele, jimž za plnění subdodávky uhradil více než 10 % z celkové částky uhrazené mu na základě této Smlouvy za uplynulý kalendářní rok. Obdobný seznam Poskytovatel rovněž předloží do šedesáti (60) dnů od splnění této Smlouvy. Má-li subdodavatel, uvedený v seznamu, formu akciové společnosti, bude přílohou seznamu i seznam vlastníků akcií, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě devadesát (90) dnů předem předložením seznamu subdodavatelů.
- 5.13. Objednatel se zavazuje poskytnout Poskytovateli veškerou součinnost potřebnou k zajištění Informační kampaně dle této Smlouvy, zejména mu předat veškeré potřebné podklady, nemůže-li Poskytovatel zajistit požadované plnění jinak, má-li je Objednatel k dispozici a zákonné důvody nebrání jejich poskytnutí. Neposkytnutí součinnosti

Objednatel Poskytovateli nezavazuje Poskytovatele povinnosti realizovat zajištění Informační kampaně řádně a včas, pokud je mohl plnit i přes takové neposkytnutí součinnosti.

- 5.14. Objednatel je kdykoliv v průběhu trvání této Smlouvy oprávněn kontrolovat plnění povinností Poskytovatele vyplývajících z této Smlouvy. Za tímto účelem je Poskytovatel povinen na základě předchozí výzvy poskytnout Objednateli veškerou požadovanou součinnost, poskytnout požadované informace atp. Oprávněným výkonem těchto práv ze strany Objednatele nesmí dojít k nadměrnému zásahu do práv a oprávněných zájmů Poskytovatele.
- 5.15. Objednatel je oprávněn provádět průběžnou kontrolu poskytování plnění, bezodkladně informovat Poskytovatele o námitkách k průběhu činností souvisejících s poskytováním plnění nebo ke kvalitě poskytovaného plnění a požadovat nápravu.
- 5.16. Poskytovatel se zavazuje sdělovat Objednateli veškeré informace, kterou jsou pro zajištění Informační kampaně Smlouvy nezbytné. Poskytovatel je zejména povinen písemně informovat Objednatele o všech událostech, které by mohly negativně ovlivnit včasné nebo řádné provedení zajištění Informační kampaně, resp. o dalších skutečnostech významných pro zajištění Informační kampaně této Smlouvy.

## VI.

### Povinnost mlčenlivosti

- 6.1. Smluvní strany se zavazují, že neuvolní třetí osobě diskrétní informace a zprávy druhé strany bez jejího souhlasu, a že podniknou všechny nezbytné kroky k zabezpečení těchto informací a zpráv.
- 6.2. Smluvní strany se zavazují, že zachovají jako diskrétní informace a zprávy týkající se vlastní spolupráce a vnitřních záležitostí Smluvních stran a předmětu Smlouvy, pokud by jejich zveřejnění mohlo poškodit druhou stranu.
- 6.3. Smluvní strany budou za diskrétní informace považovat též veškeré informace jako diskrétní označené a informace, u kterých se z povahy věci dá předpokládat, že se jedná o informace podléhající závazku mlčenlivosti nebo informace o smluvní straně, které by mohly z povahy věci být považovány za důvěrné a které se dozvědí v souvislosti s plněním Smlouvy.
- 6.4. Smluvní strany jsou povinny zabezpečit proti zcizení nebo jinému zneužití veškeré podklady mající charakter diskrétní informace, které jim byly poskytnuty druhou Smluvní stranou.
- 6.5. Poskytovatel je povinen svého případného subdodavatele zavázat povinností mlčenlivosti a respektováním práv Objednatele nejméně ve stejném rozsahu, v jakém je v tomto smluvním vztahu zavázán sám.
- 6.6. Ochrana diskrétních informací se nevztahuje zejména na případy, kdy:
  - a) Smluvní strana prokáže, že je tato informace veřejně dostupná, aniž by tuto dostupnost způsobila sama Smluvní strana;
  - b) Smluvní strana prokáže, že měla tuto informaci k dispozici ještě před datem zpřístupnění druhou stranou, a že ji nenabyla v rozporu se zákonem;
  - c) je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem, zejména zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů, nebo závazným rozhodnutím příslušného orgánu státní správy či samosprávy;

- 6.7. Závazek mlčenlivosti není časově omezen. Povinnost zachovávat mlčenlivost o důvěrných informacích dle této Smlouvy trvá i po ukončení spolupráce, popř. po ukončení účinnosti Smlouvy.
- 6.8. Za prokázané porušení ustanovení v tomto článku má druhá Smluvní strana právo požadovat náhradu takto vzniklé újmy.

## **VII.**

### **Práva a povinnosti z vadného plnění, náhrada újmy**

- 7.1. V případě, že za splnění podmínek Objednatelem dojde v rámci tiskové kampaně k nesprávnému otištění tiskového inzerátu, má Objednatel právo požadovat po Poskytovateli 100% náhradu (bezplatné poskytnutí nového tiskového inzerátu v nejbližším možném srovnatelném vydání).
- 7.2. Poskytovatel odpovídá za veškeré vady plnění. Na odpovědnost Poskytovatele za vady plnění se použijí obdobně ustanovení Občanského zákoníku o kupní smlouvě.
- 7.3. Smluvní strany se zavazují k vyvinutí maximálního úsilí k předcházení škodám a k minimalizaci vzniklých škod.
- 7.4. Smluvní strany jsou povinny nahradit újmu způsobenou druhé smluvní straně porušením jejich právní povinnosti.
- 7.5. Žádná ze Smluvních stran není odpovědná za škodu vzniklou porušením povinnosti ze Smlouvy, prokáže-li, že jí ve splnění povinnosti ze Smlouvy dočasně nebo trvale zabránila mimořádná nepředvídatelná a nepřekonatelná překážka vzniklá nezávisle na její vůli. Překážka vzniklá ze škůdcových osobních poměrů nebo vzniklá až v době, kdy byl škůdce s plněním povinnosti ze Smlouvy v prodlení, ani překážka, kterou byl škůdce podle Smlouvy povinen překonat, ho však povinnosti nahradit újmu nezproští.

## **VIII.**

### **Sankce**

- 8.1. V případě zaviněného porušení povinnosti stanovené v čl. V. bodu. 5.3. této Smlouvy Poskyvatelem, tj. v případě nepředání reklamních formátů splňujících požadované technické specifikace Poskyvatelem do příslušných médií tak, aby mohly být médii uveřejněny v datech uveřejnění uvedených v Objednatelem akceptovaných Konkrétních mediaplánech, vzniká Objednateli právo požadovat smluvní pokutu ve výši 25.000,- Kč (slovy: dvacet pět tisíc korun českých) za každé prokazatelné porušení takové povinnosti.
- 8.2. V případě porušení povinnosti stanovené v čl. III. bodu. 3.1., 3.2. a 3.3. této Smlouvy Poskyvatelem, tj. porušení povinnosti Poskyvatele předat Objednateli průběžné reporty a závěrečný report, popř. pro případ, kdy tyto zprávy nebudou obsahovat povinné údaje a přílohy vzniká Objednateli právo požadovat smluvní pokutu ve výši ve výši 5.000,- Kč (pět tisíc korun českých) za každý započatý den prodlení.
- 8.3. V případě porušení povinnosti stanovené v čl. III. bodu. 3.5. této Smlouvy Poskyvatelem, tj. pro případ, kdy Poskyvatel neopraví průběžné reporty či závěrečný report na základě oprávněných připomínek vznesených ze strany Objednatele, vzniká Objednateli právo požadovat smluvní pokutu ve výši ve výši 1.000,- Kč (jeden tisíc korun českých) za každý započatý den prodlení.
- 8.4. V případě porušení povinnosti stanovené v čl. V. bodu 5.11 této Smlouvy Poskyvatelem, vzniká Objednateli právo požadovat smluvní pokutu ve výši 5.000,- Kč (pět tisíc korun českých) za každý započatý den prodlení.

- 8.5. V případě porušení povinnosti stanovené v čl. V. bodu 5.12 této Smlouvy Poskytovatelem, vzniká Objednateli právo požadovat smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč (jeden tisíc korun českých) za každý započatý den prodlení.
- 8.6. V případě porušení povinnosti vyplývající z čl. VI. Smlouvy (povinnost mlčenlivosti) některou ze Smluvních stran, vzniká druhé smluvní straně právo požadovat smluvní pokutu ve výši 100.000,- Kč (slovy: sto tisíc korun českých) za každé prokazatelné porušení takové povinnosti.
- 8.7. Při prodlení Objednatele se zaplacením řádně vystavené a doručené faktury je Poskytovatel oprávněn požadovat zaplacení úroku z prodlení ve výši stanovené nařízením vlády č. 351/2013 Sb., kterým se určuje výše úroků z prodlení a nákladů spojených s uplatněním pohledávky, určuje odměna likvidátora, likvidačního správce a člena orgánu právnické osoby jmenovaného soudem a upravují některé otázky Obchodního věstníku a veřejných rejstříků právnických a fyzických osob z fakturované částky za každý den prodlení.
- 8.8. Smluvní pokuta dle této Smlouvy je splatná do deseti (10) dnů od doručení písemné výzvy Objednatele k její úhradě Poskytovateli, a to bezhotovostním převodem na bankovní účet Objednatele dle čl. IV. bodu 4.9.

## IX. Ukončení Smlouvy

- 9.1. Tato Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do 31. 12. 2016.
- 9.2. Smlouva může být ukončena písemnou dohodou Smluvních stran.
- 9.3. Objednatel je oprávněn Smlouvu kdykoliv písemně vypovědět i bez uvedení důvodu. Výpovědní doba je jeden (1) měsíc a končí ke konci měsíce následujícího po měsíci, v němž byla doručena výpověď Poskytovateli.
- 9.4. Objednatel je oprávněn od Smlouvy odstoupit za podmínek stanovených touto Smlouvou nebo z důvodu jejího podstatného porušení Poskytovatelem, přičemž za podstatné porušení Smlouvy se zejména považuje:
  - a) prodlení s plněním oproti Konkrétním mediaplánům trvajícím déle než deset (10) kalendářních dní,
  - b) vykazování neexistujících plnění v průběžných reportech, jednání odporující poctivému obchodnímu styku nebo dobrým mravům,
  - c) jednání Poskytovatele, které může ohrozit či poškodit dobré jméno Objednatele, či jiným způsobem narušit řádný průběh zajištění Informační kampaně,
  - d) plnění Poskytovatele, které neodpovídá kvalitě nebo rozsahu touto Smlouvou sjednaných, přičemž Poskytovatel ani přes písemné upozornění Objednatele neučiní nápravu v Objednatelem jednostranně stanoveném přiměřeném termínu,
  - e) nesplnění jakékoliv povinnosti Poskytovatele podle této Smlouvy, pokud Poskytovatel nezjedná nápravu ani do pěti (5) pracovních dnů od doručení písemné výzvy Objednatele s upozorněním na neplnění konkrétní povinnosti,
  - f) takové porušení povinnosti Poskytovatele, že z toho důvodu hrozí nebo vzniká Objednateli újma a Poskytovatel bez zbytečného odkladu neprovede nápravu ani po předchozím písemném upozornění ze strany Objednatele. Mezi takové porušení povinnosti Poskytovatele zejména patří, pokud Poskytovatele bez oprávněného

důvodu přerušit provádění zajištění Informační kampaně, nebo pokud se Poskytovatel opakovaně neřídí pokyny Objednatele,

- g) jestliže se Poskytovatel dopustí jednání, které může mít za následek sankci ze strany kontrolních orgánů, či vznik jiné škody,
  - h) porušení povinnosti Poskytovatelem dle čl. V bodu 5.11. Smlouvy.
- 9.5. Poskytovatel je oprávněn od Smlouvy odstoupit z důvodu jejího podstatného porušení Objednatelem, přičemž za podstatné porušení Smlouvy se zejména považuje prodlení Objednatele se zaplacením ceny za plnění dle čl. IV této Smlouvy delším než dvacet (20) kalendářních dnů, pokud Objednatel nezjedná nápravu ani do deseti (10) kalendářních dnů od doručení písemného oznámení Poskytovatele o takovém prodlení se žádostí o jeho nápravu.
- 9.6. Smluvní strany dále mohou odstoupit od Smlouvy z důvodů stanovených zákonem, zejména Občanským zákoníkem.
- 9.7. Odstoupení od Smlouvy musí být písemné, jinak je neplatné. Odstoupení musí obsahovat vymezení důvodu odstoupení. Odstoupení je účinné ode dne, kdy bylo prokazatelně doručeno druhé Smluvní straně.
- 9.8. Poskytovatel se zavazuje vrátit Objednateli v případě ukončení tohoto smluvního vztahu veškeré poskytnuté podklady a nosiče informací, a to v případě odstoupení ze strany Objednatele do tří (3) dnů od ukončení účinnosti této Smlouvy, v ostatních případech nejpozději k datu ukončení účinnosti této Smlouvy.
- 9.9. V případě výpovědi nebo odstoupení od Smlouvy je Objednatel povinen zaplatit Poskytovateli do dne ukončení tohoto smluvního vztahu účelně vynaložené náklady spojené s realizací Informační kampaně ve výši, kterou Poskytovatel prokáže Objednateli, pokud jejich vyčíslení doručí Objednateli do patnácti (15) dnů od účinnosti ukončení Smlouvy, to však pouze za předpokladu, že poskytnuté plnění je pro Objednatele využitelné.
- 9.10. Ukončením Smlouvy nejsou dotčena ustanovení o odpovědnosti za škodu a vady, nároky na uplatnění smluvních pokut, o ochraně důvěrných informací a ostatních práv a povinností založených Smlouvou, která mají dle zákona nebo Smlouvy trvat i po jejím zrušení.

## X.

### Závěrečná ustanovení

- 10.1. Smluvní strany se dohodly, že si neprodleně po uzavření této Smlouvy, nejpozději však do pěti (5) dní určí a navzájem písemně sdělí Oprávněné osoby za Objednatele a Poskytovatele (dále jen „Oprávněná osoba“). Oprávněné osoby jsou oprávněné ke všem jednáním týkajícím se této Smlouvy, není-li v této Smlouvě stanoveno jinak, s výjimkou změn nebo ukončení této Smlouvy. V případě, že strana má více Oprávněných osob, zasílají se veškeré e-mailové zprávy na adresy všech Oprávněných osob současně.
- 10.2. Není-li v této Smlouvě výslovně stanoveno jinak, je pro účely této Smlouvy považována za písemnou formu i elektronická forma (e-mail či datová zpráva).
- 10.3. Tato Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma Smluvními stranami a účinnosti dnem udělení Pokynu dle čl. II bod 2.1. a 2.2 této Smlouvy.
- 10.4. Tato Smlouva je vyhotovena ve čtyřech (4) vyhotoveních s platností originálu, přičemž obě Smluvní strany obdrží po dvou (2) vyhotoveních.

- 10.5. Tato Smlouva může být měněna pouze dohodou Smluvních stran formou písemných číslovaných dodatků Smlouvy podepsaných oběma Smluvními stranami. Jiná ujednání jsou neplatná, nestanoví-li Smlouva jinak.
- 10.6. Poskytovatel si je vědom povinnosti Objednatele uveřejnit na svém profilu tuto Smlouvu včetně všech jejích případných dodatků.
- 10.7. Nedílnou součástí Smlouvy jsou její přílohy:
- Příloha č. 1: Nabídka Poskytovatele (tvořená nabídkou předloženou Poskytovatelem v rámci výběrového řízení na VZ)
  - Příloha č. 2: Mediální plán (tvořená Mediálním plánem naceněným Poskytovatelem v rámci výběrového řízení na VZ);

Smluvní strany prohlašují, že si tuto Smlouvu přečetly, s jejím zněním souhlasí a na důkaz pravé a svobodné vůle připojují níže své podpisy.

**Za Objednatele:**

V Praze dne 26-04-2016

Česká republika – Generální  
finanční ředitelství  
Ing. Jan Ronovský  
ředitel Sekce řízení úřadu

**Za Poskytovatele:**

V Praze dne 20.4.2016

PHD, a.s.

Luděk Hatoň  
předseda představenstva

PHD, a.s.

Dagmar Jindrová  
člen představenstva