

Rámcová smlouva o spolupráci

uzavřená ve smyslu ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku,
v platném znění (dále jen „smlouva“)

mezi smluvními stranami, kterými jsou:

Oborová zdravotní pojišťovna zaměstnanců bank, pojišťoven a stavebnictví

Sídlo: Praha 4, Roškotova 1225/1, PSČ 140 21
IČ: 47114321
DIČ: CZ47114321
Zástupce: Ing. Ladislav Friedrich, CSc. – generální ředitel
Veřejný rejstřík: Městský soud v Praze, oddíl A, vložka 7232

(dále též „OZP“)

a

MÉDEA, a.s.

Sídlo: Praha 4, Mikuleckého 1311/8, PSČ 147 00
IČ: 25130013
DIČ: CZ25130013
Zástupce: p. Filip Doubek – místopředseda představenstva
Veřejný rejstřík: Městský soud v Praze, oddíl B, vložka 4728

(dále též „poskytovatel“)

Preambule

1. Tato Rámcová smlouva o spolupráci (dále též „smlouva“) byla uzavřena na základě a v souladu s výsledky zadávacího řízení „Marketingová komunikace 2015-2017 (II.)“ (dále též „zadávací řízení“), konaném v režimu zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZVZ“).
2. Poskytovatel prohlašuje, že je držitelem oprávnění poskytovat služby v rozsahu, k němuž se zavázal touto smlouvou, a který lze očekávat v návaznosti na podklady zadávacího řízení.

I. Předmět a účel smlouvy

1. Účelem této smlouvy je stanovení právního rámce pro poskytování níže definovaných služeb v oblasti marketingové a PR komunikace, a úprava práv a povinností stran pro zadávání a realizaci dílčích veřejných zakázek na poskytování těchto služeb (dále jen „dílčí veřejné zakázky“).
2. Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele poskytovat OZP sjednaným způsobem služby, a to v oblasti marketingové a PR komunikace, včetně poskytování autorských práv na všechna použitá díla, a OZP se za to zavazuje poskytovateli zaplatit smluvní cenu, to vše za podmínek uvedených v této smlouvě, na jejímž základě budou zadávány dílčí veřejné zakázky na realizaci dílčích plnění (dále též „služby“).

3. Pro účely této smlouvy a dílčích veřejných zakázek se za služby v oblasti marketingové komunikace považuje:
 - a) Strategické dlouhodobé plánování nákupu médií
 - b) Detailní mediální plánování na základě optimalizace rozvržených investic a zásahů vybraných cílových skupin
 - c) Zajištění mediálního nákupu a jeho optimalizace tak, aby OZP dosahovala úměrných cen obvyklých na trhu vzhledem k její výši reklamních investic
 - d) Zajištění post buy analýz po reklamní kampani či v jejím průběhu
 - e) Zajištění post mediálních analýz OZP a jejich prezentace OZP po reklamní kampani
 - f) Poskytování poradenství v oblasti mediálního trhu ve vztahu k mediálnímu plánování a nákupu médií
 - g) Kontrola a ochrana zájmů investic OZP v souvislosti s optimalizací mediálních investic/mediálních ukazatelů na straně médií (reklamních nosičů).
 - h) Kreativní monitoring
 - i) Media monitoring
 - j) Analýza mediálního vývoje na trhu – TV, tisk, rádio, internet
 - k) Postanalýza mediálních kampaní
 - l) Odborné konzultace
 - m) Prezentace vývoje mediálních ukazatelů
 - n) PR aktivity
 - o) Kreativní, grafické a DTP práce
 - p) Produkční a tiskové práce.
4. Specifikace plnění tvoří Přílohu č. 1 této smlouvy.

II. Způsob uzavírání dílčích smluv

1. Dílčí veřejné zakázky budou zadávány postupem dle § 92 odst. 1 písm. b) ZVZ, na základě písemné výzvy OZP k podání nabídky. Písemná výzva k podání nabídky bude obsahovat minimálně tyto údaje:
 - a) identifikační údaje OZP, včetně kontaktní osoby OZP,
 - b) číslo rámcové smlouvy, na základě které je učiněna výzva, a datum jejího uzavření,
 - c) informaci o předmětu dílčí veřejné zakázky, resp. přesnou specifikaci požadované služby,
 - d) rozsah požadované služby dle aktuálních potřeb OZP,
 - e) lhůtu a místo pro podání nabídky,
 - f) termín a místo plnění.
2. Doručení výzvy k podání nabídky poskytovatel potvrdí OZP elektronicky do 3 dnů. Ve stejné lhůtě poskytovatel určí odpovědnou osobu za plnění.
3. Nabídka podaná na základě výzvy k podání nabídky musí vyhovovat podmínkám uvedeným v této rámcové smlouvě a podmínkám uvedeným OZP ve výzvě k podání nabídky. Nabídka musí obsahovat přesnou specifikaci plnění (případně variantní řešení, pokud jsou připuštěna), cenovou kalkulaci, přesný harmonogram plnění a další náležitosti, které mohou být obsahem výzvy k podání nabídky.
4. Předložený návrh řešení OZP písemně akceptuje bez výhrad, anebo písemně neakceptuje s uvedením výhrad a termínem pro odstranění vad návrhu. V případě předložení variantního řešení bude součástí akceptace výběr varianty.
5. Dílčí smlouvu uzavřou smluvní strany na základě písemné objednávky k poskytnutí plnění, jež je návrhem na uzavření smlouvy, a písemného potvrzení této objednávky poskytovatelem, jež je přijetím návrhu smlouvy. Poskytovatel elektronicky potvrdí OZP přijatou objednávku bezodkladně, nejpozději do 3 dnů poté, co ji od OZP obdržel.

III. Cena a způsob úhrady

1. Cena je stanovena jako maximální a nepřekročitelná a obsahuje veškeré náklady poskytovatele nezbytné pro řádné a včasné plnění předmětu plnění včetně nákladů souvisejících. V ceně musí být vždy zahrnuty veškeré náklady spojené s předmětem, místem a termínem plnění. Poskytovatel nese v rámci předmětu smlouvy veškeré náklady a poplatky související s plněním předmětu smlouvy včetně veškerých daní, poplatků dle platných předpisů včetně celních, bankovních výloh a pojištění. Poskytovatel nese též náklady související s odstraněním vad a nedodělků, za něž odpovídá.
2. Cena za plnění dílčí veřejné zakázky bude stanovena v souladu s Přílohou č. 2 této smlouvy – Nabídková cena, a to v návaznosti na charakter a rozsah dílčích veřejných zakázek dle jednotlivých písemných výzev OZP k podání nabídky.
3. Cena služeb, jejichž finanční vyjádření je uvedeno v Příloze č. 2 v hodinové sazbě, bude vždy odpovídat této maximálně přípustné hodinové sazbě, vynásobené počtem účelně strávených hodin, které je k předmětu plnění zapotřebí. V případě požadavku OZP bude v nabídce poskytovatele pro příslušnou dílčí veřejnou zakázku uveden maximální cenový limit (případně limit celkového počtu hodin), který nesmí být při plnění dílčí veřejné zakázky překročen.
4. Cena služeb, jejichž finanční vyjádření je uvedeno v Příloze č. 2 jako cena za příslušné plnění v části „Nákup médií“, bude vždy odpovídat této maximálně přípustné sazbě. Při modifikaci požadavků OZP na předmět a rozsah těchto plnění, případně při kombinaci uvedených plnění v rámci dílčí veřejné zakázky, bude maximální cena stanovena zadavatelem ve výzvě k podání nabídky. Tato maximální cena bude stanovena na základě nabídkové ceny dle Přílohy č. 2 za nejbližší odpovídající oceněná plnění, při zohlednění poměru oceněného ku poptávanému plnění zejména co do rozsahu a předmětu takových služeb, při zohlednění ceny obvyklé v daném místě a čase, a při zohlednění aktuálních slev příslušných plnění v daném místě a čase.
5. DPH bude vypořádána dle právních předpisů platných ke dni zdanitelného plnění.
6. Cena plnění může být měněna pouze v souvislosti se změnou sazeb DPH dle platných a účinných právních předpisů České republiky. Z jakýchkoliv jiných důvodů nesmí být cena plnění v neprospech OZP měněna.
7. Úhrada ceny plnění bude provedena na základě daňového dokladu vystaveného poskytovatelem (dále jen „faktura“). OZP se zavazuje hradit faktury do 30 kalendářních dní od jejich doručení. Fakturace se provádí po zpracování všech dílčích zásilek obdržených od OZP v daném kalendářním měsíci.
8. Fakturace může být provedena pouze ve vztahu ke skutečně realizovanému plnění dle dalších pravidel této smlouvy. OZP bude dílčí veřejné zakázky zadávat v rozsahu (objemu) dle svých vlastních potřeb. OZP není na základě této smlouvy povinna k odběru určitého množství (objemu) plnění či k zadání určitého množství (objemu) dílčích veřejných zakázek. Rozsah a objem jednotlivých plnění, která jsou uvedena v příloze č. 2, je předpokládáný, nikoli závazný.
9. Veškeré faktury musí obsahovat náležitosti daňového dokladu dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, v platném znění. V případě, že faktury nebudou mít odpovídající náležitosti, je OZP oprávněna zaslat je ve lhůtě splatnosti zpět poskytovateli k doplnění, aniž se tak dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od opětovného zaslání náležitě doplněných či opravených faktur.

IV. Dodací podmínky

1. Poskytovatel splní řádně a včas svou povinnost, je-li plněno v souladu s podmínkami této smlouvy a dílčími smlouvami uzavřenými na základě objednávky. Řádným splněním se rozumí splnění bez jakýchkoliv vad a bez jakýchkoli nedodělků v termínu plnění.
2. Poskytovatel elektronicky informuje OZP o splnění předmětu plnění. V případě opožděného či vadného plnění nebo plnění s nedodělkou je poskytovatel povinen o tom OZP informovat. OZP může přijmout i plnění s vadami či nedodělkou či opožděné plnění; v takovém případě je OZP oprávněna požadovat po poskytovateli odstranění vady, náhradní plnění či slevu z ceny, a to kdykoliv, kdy vady, nedodělkou či zpoždění zjistí, nebo může odstoupit od této smlouvy nebo od jednotlivé objednávky.

V. Odpovědnost poskytovatele

1. Poskytovatel se zavazuje při plnění této smlouvy a dle jednotlivých objednávek jednat s odbornou péčí s vynaložením svých nejlepších odborných znalostí a schopností a s důrazem na ochranu oprávněných zájmů OZP a jejich klientů.
2. Poskytovatel je oprávněn použít ke splnění svého závazku třetí osobu, za splnění závazku třetí osobou však odpovídá, jakoby plnil sám. Toto neplatí, jde-li o plnění spočívající v osobních vlastnostech poskytovatele.
3. Poskytovatel nese od doby předání podkladů OZP po celou dobu plnění, tzn. do úplného splnění předmětu smlouvy odpovědnost za škody způsobené svojí činností nebo činností svých subdodavatelů a jiné nebezpečí zejména:
 - a) na díle a všech jeho zhotovovaných, upravovaných a dalších částech,
 - b) na díle, na částech či součástech díla, která jsou u poskytovatele uskladněny,
 - c) na majetku, zdraví a právech třetích osob v souvislosti s prováděním plnění předmětu smlouvy.
4. Poskytovatel se zavazuje, že veškerá plnění z jeho strany budou provedena tak, aby neporušovala autorská práva, práva průmyslového či jiného duševního vlastnictví třetích osob. V případě užití autorských děl, předmětu průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví při plnění poskytovatelem se poskytovatel zavazuje získat od osob oprávněných z těchto práv jejich souhlas s užitím v rozsahu nezbytném pro účely plnění předmětu této smlouvy. V případě porušení takových práv se poskytovatel zavazuje OZP nahradit veškeré škody, včetně případných nákladů soudního řízení, které v důsledku tohoto OZP vznikly, a to i po ukončení této smlouvy.
5. Poskytovatel uhradí náhradu škody OZP a právně ji ochrání před nároky, požadavky, škodami, ztrátami a jinými náklady uplatňovanými třetími stranami, které vzniknou z činnosti poskytovatele při plnění této smlouvy nebo jsou z této činnosti odvoditelné.
6. Poskytovatel prohlašuje, že je pojištěn na odpovědnost za škodu způsobenou jeho činností, a to minimálně do výše pojistného plnění v hodnotě 10.000.000,- Kč. Poskytovatel je povinen kdykoli na základě výzvy OZP bezodkladně předložit OZP kopii příslušné pojistné smlouvy, popř. pojistných smluv k prokázání výše uvedeného.

VI. Vady plnění, reklamace

1. Pro uplatnění práva z odpovědnosti za vady je nezbytná reklamace OZP u poskytovatele. Reklamace musí být uplatněna písemnou formou, a to doporučeným dopisem nebo elektronicky (e-mailem s uznávaným elektronickým podpisem nebo datovou zprávou doručenou do datové schránky poskytovatele). Zde je OZP povinna vady popsát.

2. Poskytovatel se zavazuje zaslat OZP své vyjádření k uplatňované reklamaci nejpozději do 3 pracovních dnů po jejím obdržení.
3. Odstranění vad a nedodělků je poskytovatel povinen provést bezodkladně od okamžiku jejich zjištění, a to i bez předchozího upozornění ze strany OZP. V případě, že vady a nedodělky zjistí OZP, resp. je o nich informována ze strany poskytovatele, je OZP oprávněna stanovit přiměřenou lhůtu k jejich odstranění.
4. Poskytovatel se zavazuje odstranit vady na své náklady tak, aby OZP nevznikly žádné vícenáklady, v opačném případě tyto uhradí poskytovatel.
5. Jestliže poskytovatel neodstraní vady či nedodělky ve stanoveném termínu, má OZP právo odstranit vady sama na náklady poskytovatele. Odstraní-li OZP vady vlastními silami (případně jiným poskytovatelem), je poskytovatel povinen OZP takto vzniklé účelně vynaložené náklady uhradit v prokázané výši do 21 dnů po obdržení faktury. Pro vyloučení všech pochybností smluvní strany sjednávají, že v takovém případě není OZP vázána jakýmkoli cenami stanovenými nebo sjednanými na základě této smlouvy a za takto provedené práce třetí osobou se poskytovatel zavazuje zaplatit OZP cenu v té výši, v jaké byla vyúčtována OZP touto třetí osobou, s přihlédnutím k cenám obvyklým v místě a čase pro příslušnou službu.

VII. Práva a povinnosti poskytovatele

1. Poskytovatel je povinen splnit předmět plnění řádně a včas, na svůj náklad a nebezpečí, za podmínek stanovených touto smlouvou a jednotlivých objednávek, jakož i platnými právními předpisy.
2. Poskytovatel je povinen bezodkladně, nejpozději do 3 dnů, vyrozumět OZP o případném ohrožení doby plnění a o všech skutečnostech, které mohou předmět plnění znemožnit.
3. Poskytovatel se zavazuje OZP bez zbytečného odkladu písemně doporučeným dopisem nebo elektronicky (e-mailem se zaručeným elektronickým podpisem nebo datovou zprávou doručenou do datové schránky poskytovatele) upozornit na nevhodnost jeho pokynů pro řádné splnění předmětu smlouvy. Jinak poskytovatel odpovídá za vady vzniklé nevhodným pokynem OZP.
4. Při skončení smlouvy z jakýchkoli důvodů je poskytovatel povinen neprodleně odevzdat OZP všechny databáze, poznámky, memoranda, magnetofonové nahrávky, diskety, filmy, fotografie, plány, brožury, literaturu a údaje týkající se OZP, náčrtky nebo jiné formy záznamů (zapsané magneticky, opticky nebo jinak zaznamenané) vztahující se k činnosti poskytovatele dle smlouvy nebo z ní vyplývající, které jsou v poskytovatelově držení nebo pod jeho kontrolou. Poskytovatel si neponechá žádné kopie výše uvedených dokumentů a každý takový materiál musí být výlučně posuzován jako vlastnictví OZP včetně příslušných autorských práv, která se k němu vážou.

VIII. Práva a povinnosti OZP

1. OZP se zavazuje za řádné a včasné plnění poskytnuté poskytovatelem podle této smlouvy a podle jednotlivé objednávky uhradit poskytovateli sjednanou cenu.
2. OZP se zavazuje poskytnout poskytovateli všechny potřebné podklady a informace k plnění této smlouvy a jednotlivé objednávky a poskytnout mu nezbytnou součinnost.
3. OZP je oprávněna kontrolovat způsob provádění a kvalitu plnění, včetně toho, zda poskytovatel provádí předmět plnění v souladu s touto smlouvou a jednotlivými objednávkami a v souladu s obecně závaznými právními předpisy.

4. V případě, že z obsahu výstupů nebo některých zpráv, dokumentace či jiných materiálů, předaných poskytovatelem OZP v průběhu poskytování služeb a v souvislosti s poskytováním těchto služeb, vyplyne vytvoření díla poskytovatelem, poskytuje poskytovatel OZP na dobu trvání majetkových práv autora díla výhradní, teritoriálně neomezenou a převoditelnou licenci k užívání tohoto díla všemi způsoby uvedenými v ustanovení § 12 odst. 4 zákona č. 121/2001 Sb., autorského zákona. Poskytovatel zároveň prohlašuje, že je plně oprávněn takovou licenci OZP poskytnout. OZP je zejména oprávněna převést tuto licenci nebo umožnit užívání díla třetím osobám dle své volby. OZP není povinna využít poskytnutou licenci ani zčásti.

IX. Mlčenlivost o důvěrných informacích

1. Důvěrné informace jsou veškerá data a informace získané v souvislosti s plněním všech vzájemných závazků stran z této smlouvy i z jednotlivých objednávek, bez ohledu na způsob poskytnutí dat, jejich zaznamenání nebo uchovávání, zejména pak osobní údaje podle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, v platném znění, a informace chráněné zvláštní zákonnou a smluvní povinností mlčenlivosti OZP.
2. Za důvěrné informace se nepovažují dále uvedené informace, ledaže smluvní strana mohla předpokládat, že je druhá smluvní strana z důvodu oprávněného zájmu za důvěrné považuje:
 - a) data a informace, které byly v době jejich poskytnutí veřejně známé nebo veřejně dostupné. V pochybnostech je povinen tuto skutečnost prokázat ten, kdo tyto informace použil;
 - b) data a informace, které získá smluvní strana od osob, které jsou na základě předchozího nebo následného souhlasu smluvní strany oprávněny k jejich poskytování nebo šíření. V pochybnostech prokazuje oprávnění ten, kdo tyto informace použil;
 - c) data a informace, o nichž smluvní strana výslovně sdělí, že je nepovažuje za důvěrné ve smyslu této Smlouvy. Převzetí takovýchto dat a informací bude písemně potvrzeno.
3. Pro účely této Smlouvy se důvěrné informace považují za obchodní tajemství.
4. Smluvní strany se zavazují, že pokud získají jakýmkoli způsobem a v jakékoli formě důvěrné informace, o kterých jim bylo druhou smluvní stranou sděleno, že jsou důvěrné, anebo vzhledem k jejich povaze bylo možné předpokládat, že na jejich utajení má druhá smluvní strana oprávněný zájem, a které nejsou v obchodních či jiných kruzích dostupné, budou s těmito informacemi nakládat jako s vlastním obchodním tajemstvím, aniž by bylo nutné tyto informace jednotlivě označovat jako důvěrné.
5. Smluvní strany se zavazují, že:
 - a) bez předchozí písemné dohody neučiní žádné tiskové prohlášení, veřejné nebo jiné oznámení týkající se smluv uzavřených mezi stranami a jejich plnění,
 - b) bez předchozího písemného souhlasu neposkytnou nebo neumožní získat důvěrné informace jakékoli jiné osobě. To se nevztahuje na právní, účetní nebo jiné odborné poradce či spolupracující třetí osoby, které se podílejí na plnění smluv uzavřených mezi stranami, s tím, že tyto osoby budou dbát ochrany těchto informací a tyto informace budou označeny jako důvěrné,
 - c) učiní veškerá opatření, která od nich lze rozumně požadovat, aby nedošlo k prozrazení či zneužití důvěrných informací, jakož i k možnosti neoprávněného přístupu k nim, nebo jejich použití jinou osobou,
 - d) nepoužijí důvěrné informace jinak, než pro účely plnění této smlouvy,
 - e) neučiní vůči jiným osobám žádné prohlášení týkající se správnosti nebo jiných aspektů důvěrných informací,
 - f) nepoužijí důvěrné informace ke své vlastní podnikatelské, investiční nebo jiné činnosti, s výjimkou činností prováděných v souvislosti s realizací smluv uzavřených mezi stranami,
 - g) budou s důvěrnými informacemi nakládat jako s vlastním obchodním tajemstvím,
 - h) budou ohledně důvěrných informací zachovávat mlčenlivost.

6. V případě, že smluvní strana zjistí, že došlo nebo může dojít k prozrazení či zneužití důvěrných informací, resp. k jejich získání neoprávněnou osobou, zavazuje se neprodleně (nejpozději den následující po dni, kdy takovou skutečnost zjistí) písemně informovat druhou smluvní stranu a podniknout veškeré kroky potřebné k zabránění vzniku škody, nebo k jejímu maximálnímu omezení.
7. Za porušení této smlouvy se nepovažuje, pokud smluvní strana poskytne důvěrné informace v souladu se zákonem na žádost oprávněných orgánů veřejné správy. V takovém případě smluvní strana vyrozumí druhou smluvní stranu neprodleně (nejpozději do druhého dne) o obdržení takové žádosti, a pokud to bude možné, požádá druhou smluvní stranu o stanovisko před poskytnutím informací.
8. Smluvní strany zajistí, aby všichni jejich zaměstnanci a smluvně vázaní externí spolupracovníci, jakož i všechny další osoby vykonávající činnosti dle smluv uzavřených mezi stranami, které přijdou do styku s důvěrnými informacemi, s nimi nakládali výlučně v souladu s touto smlouvou, a to i po případném ukončení smluvních vztahů. Smluvní strany zajistí ochranu důvěrných informací ve smlouvách se třetími osobami, jakož i poučení těchto osob o důvěrné povaze jim předávaných informací.
9. Povinnost mlčenlivosti o důvěrných informacích trvá i po skončení této smlouvy.
10. Za porušení povinností mlčenlivosti uvedených výše v tomto článku smlouvy se poskytovatel zavazuje zaplatit OZP smluvní pokutu ve výši 500.000,- Kč (slovy: pět set tisíc korun českých) za každé jednotlivé porušení některé z výše uvedených povinností. Právo OZP požadovat ve všech uvedených případech i náhradu škody tím není dotčeno.

X. Sankce

1. Pokud poskytovatel nesplní povinnost splnit předmět smlouvy v termínu plnění stanoveném smlouvou, resp. jednotlivou objednávkou, má OZP právo na smluvní pokutu ve výši 0,2 % z ceny předmětu plnění bez DPH za každý i započatý kalendářní den prodlení až do dne úplného dokončení plnění včetně.
2. V případě prodlení s odstraňováním vad a nedodělků z důvodů ležících na straně poskytovatele specifikovaných v písemné reklamaci OZP má OZP právo na smluvní pokutu ve výši 0,2 % z ceny plnění bez DPH za každý i započatý den prodlení.
3. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo OZP na uplatnění náhrady škody a povinnost poskytovatele takovou škodu zaplatit, a to vedle práva na zaplacení smluvní pokuty. Smluvní pokuty dle této smlouvy jsou splatné ihned na účet OZP po jejich vyúčtování a doručení povinné straně.
4. V případě prodlení OZP se zaplacením ceny plnění je poskytovatel oprávněn požadovat úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý i započatý den prodlení.

XI. Ukončení smlouvy

1. Smlouva může být ukončena písemnou dohodou smluvních stran nebo písemným odstoupením od smlouvy některé ze smluvních stran nebo písemnou výpovědí ze strany OZP.
2. V případě podstatného porušení povinností poskytovatelem má OZP právo odstoupit od smlouvy, a to po předchozím písemném upozornění, ve kterém stanoví poskytovateli přiměřenou lhůtu k dodatečnému splnění jeho povinností, a po uplynutí této přiměřené lhůty. Za podstatné porušení povinností poskytovatele se považuje zejména:
 - a) opakované neplnění sjednaných termínů,

- b) jestliže poskytovatel neprovádí sjednané plnění řádně, resp. provádí nebo dodá sjednané plnění nekvalitně či vadně,
 - c) nesjednání náležitých pojištění,
 - d) porušuje-li poskytovatel podstatným způsobem jiné své závazky podle smlouvy, podle jednotlivé objednávky či podle obecně závazných právních předpisů.
3. Poskytovatel je oprávněn od smlouvy odstoupit pouze v případě, že OZP bude v prodlení se splatnou cenou dodávky služby a OZP nezaplatí poskytovateli splatnou cenu dodávky služby ani v náhradním termínu splatnosti po předchozím písemném upozornění poskytovatele, ve kterém mu poskytovatel stanoví dodatečnou lhůtu k plnění, minimálně však v délce 120 dnů od doručení tohoto písemného upozornění poskytovateli.
4. Odstoupení od smlouvy je účinné ode dne následujícího po dni doručení písemného sdělení o odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně.
5. OZP je oprávněna tuto smlouvu vypovědět bez udání důvodu s tříměsíční výpovědní dobou, která počne běžet prvním dnem měsíce následujícího po doručení výpovědi poskytovateli.
6. Pokud OZP ukončí tuto smlouvou odstoupením nebo výpovědí,
- a) je poskytovatel povinen dokončit sjednané plnění libovolným způsobem, který považuje za účelný, avšak bez zbytečného prodlení nebo nákladů;
 - b) pozastaví OZP jakékoliv platby poskytovateli.
- OZP vzniká tímto odstoupením nárok na náhradu vícenákladů jí vynaložených na řádné splnění předmětu smlouvy a na náhradu škody vzniklé porušením právní povinnosti poskytovatele dle smlouvy nebo zákona.
7. Na práva a povinnosti z jednotlivých smluv uzavřených dle čl. II. této smlouvy se užijí ustanovení této smlouvy i po jejím ukončení. Závazky poskytovatele, pokud jde o jakost, odstraňování vad, sankce, náhradu škody, odpovědnost poskytovatele a poskytovatelovy záruky za jakost předmětu plnění dodaných až do doby odstoupení od smlouvy OZP, platí i po takovém odstoupení.

XII. Doba trvání smlouvy

- 1. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu smluvními stranami a uzavírá se na dobu tří let.
- 2. Práva a povinnosti uvedená na ochranu OZP zůstávají v platnosti i po ukončení této smlouvy.

XIII. Nástupnictví a postoupení

- 1. Práva a povinnosti z této smlouvy přecházejí na právní nástupce smluvních stran.
- 2. OZP je oprávněna postoupit práva a povinnosti z této smlouvy třetí osobě.
- 3. Poskytovatel není oprávněn postoupit bez předchozího písemného souhlasu OZP pohledávky z této smlouvy třetí osobě.

XIV. Závěrečná ustanovení

- 1. Vztahy neupravené touto smlouvou se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem.
- 2. Smluvní strany se dohodly, že v případě sporu plynoucího z této smlouvy je pro jednání příslušný český soud.

3. Při výkladu této smlouvy je třeba přihlídnout k obsahu zadávací dokumentace veřejné zakázky a k nabídce poskytovatele podané pro plnění veřejné zakázky. Nic v této smlouvě nesmí být vykládáno způsobem, který by vedl k porušení či obcházení ZVZ a k porušení povinností OZP jakožto veřejného zadavatele stanovených v ZVZ.
4. Je-li nebo stane-li se některé ustanovení této smlouvy neplatné či neúčinné, nedotýká se to ostatních ustanovení této smlouvy, která zůstávají platná a účinná, nestanoví-li zákon jinak. Smluvní strany se v tomto případě zavazují jednat v dobré víře s cílem nahradit neplatné/neúčinné ustanovení ustanovením platným/účinným, které nejvíce odpovídá původně zamýšlenému účelu ustanovení neplatného/neúčinného.
5. Smlouvu je možné měnit pouze vzestupně číslovanými písemnými dodatky, podepsanými oprávněnými zástupci obou smluvních stran.
6. Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech, pro každou smluvní stranu po jednom.
7. Obě smluvní strany prohlašují, že si smlouvu před jejím podpisem přečetly, že byla uzavřena po vzájemném projednání podle jejich vůle, určitě a srozumitelně. Autentičnost smlouvy potvrzují svým podpisem.

Seznam příloh:

Příloha č. 1	Specifikace plnění
Příloha č. 2	Nabídková cena

V Praze dne: 29.5.2015

.....
**Oborová zdravotní pojišťovna
zaměstnanců bank, pojišťoven
a stavebnictví**
Ing. Ladislav Friedrich, CSc.
generální ředitel

V Praze dne: 29.5.2015

.....
MÉDEA, a.s.
Filip Doubek
místopředseda představenstva

Příloha č. 1
Specifikace plnění**1. Strategické dlouhodobé plánování nákupu médií**

Strategickým dlouhodobým plánováním nákupu médií se především rozumí vypracování a návrh optimalizace mediálních investic během roku v závislosti na jednotlivých marketingových projektech stanovených v jeho průběhu či na počátku zadavatelem. Dlouhodobé plánování se zaměří především na stanovení a dosažení jednotlivých reklamních cílů, reklamních strategií s důrazem na prospěšnost a efektivní přínos zadavateli. Nabídne zadavateli různé varianty řešení marketingových problémů v oblasti mediálního trhu, kterými lze prostřednictvím nákupu mediálního prostoru najít adekvátní a optimální komunikační strategii.

2. Detailní mediální plánování na základě optimalizace rozvržených investic a zásahu vybraných cílových skupin

Detailním mediálním plánováním na základě optimalizace rozvržených investic a zásahu vybraných cílových skupin se rozumí konkrétní detailní plán dané kampaně (bude obsahovat jak mediální ukazatele – rating, reach, frekvence, afinita, apod. – dle typu médií, tak i finanční ukazatele – ceníková cena, slevy, agenturní provize, přírážky, apod.). Detailní mediální plánování se bude opírat především o stanovenou strategii, představu zadavatele, celkový marketingový záměr a plán, komunikační plán a cíl s ohledem na vymezenou strategii komunikace. Důraz bude kladen především na strategii použití média a jeho plán.

3. Zajištění mediálního nákupu a jeho optimalizace tak, aby zadavatel dosahoval úměrných cen obvyklých na trhu vzhledem k jeho výši reklamních investic

Zajištěním mediálního nákupu a jeho optimalizací se rozumí skutečnost, že uchazeč bude pro zadavatele nakupovat mediální prostor a čas dle přesně stanoveného plánu kampaně, a to takovým způsobem, že bude dosahovat úměrných cen obvyklých na trhu vzhledem k výši jeho reklamních investic.

4. Zajištění post buy analýz po reklamní kampani či v jejím průběhu

Zajištěním post buy analýz po reklamní kampani či v jejím průběhu se rozumí pečlivé sledování a vyhodnocování mediálních a finančních charakteristik v porovnání se schváleným plánem. Vyhodnocení bude obsahovat detailní shrnutí dosažených efektů především z hlediska plánovaných cílů dodržení zásahu, dosažení net reache, dodržení CPT a CPP, frekvence, afinity, specifikaci dosažených benefitů a možných nadhodnot vyplývajících z jednotlivých nabídek (např. crossmedialita, apod.) Dále ke každé post buy analýze zadavatel vyžaduje detailní výpis spotů, který musí obsahovat kód bloku, pořad před a po spotu, jméno použité stanice, datum, čas od-do, TRPs a GRPs, afinitu, odvysílanou pozici, rozdělení do day-partů jednotlivých kampaní. Zvláštní důraz se klade na celkové shrnutí pořadů plánovaných uchazečem versus planning vypracovaný zodpovědným oddělením jednotlivých TV včetně afinit. Stejně analýzy jsou požadovány i u ostatních využitých médií, s přihlédnutím ke kvantifikátorům mediálních parametrů a výstupů pro dané médium specifické (např. CPT v tiskové reklamě, apod.).

5. Zajištění post mediálních analýz zadavatele a jejich prezentace zadavateli po reklamní kampani

Zajištěním post mediálních analýz zadavatele a jejich prezentací po reklamní kampani se rozumí prezentace zjištěných výstupů uvedených v čl. I. odst. 3 písm. d) ve srozumitelné a stručné formě a předání veškerých podkladů zadavateli po skončení kampaně.

6. Poskytování poradenství v oblasti mediálního trhu ve vztahu k mediálnímu plánování a nákupu médií

Poskytováním poradenství v oblasti mediálního trhu ve vztahu k mediálnímu plánování a nákupu médií se rozumí včasné informování zadavatele o tržních podmínkách a změnách na mediálním trhu tak, aby bylo optimálně dosahováno zejména čl. I. odst. 3 písm. c).

7. Kontrola a ochrana zájmů investic zadavatele v souvislosti s optimalizací mediálních investic/mediálních ukazatelů na straně médií (reklamních nosičů).

Kontrola a ochrana zájmů investic zadavatele v souvislosti s optimalizací mediálních investic/mediálních ukazatelů na straně médií (reklamních nosičů) vychází z etické povinnosti

uchazeče vždy v mediální sféře hájit zájmy a potřeby zadavatele. Obsahuje povinnost všemi dostupnými prostředky účinně obhajovat dlouhodobé i krátkodobé investiční záměry zadavatele a v koordinaci s klientem nastavit takové účinné mechanismy kontroly, které jednoznačně zamezí nehospodárnému zneužití klientových investic.

8. Kreativní monitoring

Pravidelné měsíční zasílání kompletní aktuální kreativity. Značky kreativního monitoringu nadefinuje zadavatel. Monitoring aktuálních informací z předchozího měsíce musí být dodán vždy k 20. dni následujícího měsíce v elektronické podobě (CD, e-mail).

9. Media monitoring

Pravidelné sledování oborových tiskových médií a vyhodnocování umístění tiskové inzerce zadaných společností + tematických článků týkajících se daných subjektů /max. 10 titulů/. Výstup musí být vždy zaslán zadavateli do 10. dne následujícího měsíce. Forma výstupu - elektronická ve formátu WORD. Monitoring maximálně 12x měsíčně.

10. Analýza mediálního vývoje na trhu – TV, tisk, rádio, internet

Detailní analýzy z peplemetrových dat, z dat MEDIAPROJEKTu a Radioprojektu, z dat TNS Media-Intelligence a systémů pro analýzu internetových kampaní. Analýza musí být zadavateli zaslána v elektronické podobě ve formátech MS Office.

11. Postanalýza mediálních kampaní

Detailní postanalýza kampaní max. 10 jakýchkoliv značek dle zadání ze strany zadavatele. Forma výstupu musí být v elektronické podobě ve formátech MS Office.

12. Odborné konzultace

Odborné konzultace v oblasti mediálních aktivit spojené se zadavatelem v rozsahu maximálně 200 hodin ročně. Poradenství a stanoviska při dopadech jednotlivých kampaní zadavatele /např. spotřební soutěže, zvolená kreativa apod./

13. Prezentace vývoje mediálních ukazatelů

Prezentace vývoje mediálních ukazatelů a nejnovějších trendů v mediálním světě v evropském kontextu – s přihlédnutím k oboru vyžádaným klientem – nejméně 2x za kalendářní rok.

14. PR aktivity

Poskytnutí PR pracovníka, který bude vykonávat dle zadání zadavatele PR aktivity směrem k médiím v souhrnu 20 hodin měsíčně.

15. Kreativní, grafické a DTP práce

Možnost využití práce copywritera, grafika, popř. jiných kreativních pracovníků a také grafického studia v celkovém souhrnu maximálně 50 hodin měsíčně.

16. Produkční a tiskové práce

Zajištění tisku, umístění a distribuce produkčních prací v souvislosti s nákupem médií.

Nabídková cena
STRUKTURA MÉDIÍ PRO KAMPAŇ OZP

Pozn.: uchazeč vyplňuje pouze žluté vyznačená pole.

Nákup médií	typ	počet/trvání	celková cena v Kč bez DPH	cena za dobu trvání zakázky v Kč bez DPH
OOH	billboard euroformát (510x240 cm)	po 10 ks ve všech 13 krajských městech v ČR, trvání 4 týdny	298239,45	888718,35
	CLV	po 10 ks ve všech 13 krajských městech v ČR, trvání 4 týdny	441560,21	1324680,63
	plakát A1	po 10 ks ve všech 13 krajských městech v ČR, trvání 4 týdny	5688,54	17065,62
Web	branding home page webu www.iDnes.cz	4 týdny	2419200	7257600
	Leaderboard Middle HP na homepage webu Novinky.cz	4 týdny	243000	729000
	fireplace/branding home page webu Aktuálně.cz	4 týdny	620460	1861380
	PR článek s jednou fotografií na webu iDnes.cz (umístění Zprávy)	4 týdny, po polovině doby výměna textu a fotografie	171072	513216
	PR článek s jednou fotografií na webu Aktuálně.cz (umístění Aktuálně ekonomika)	4 týdny, po polovině doby výměna textu a fotografie	95580	286740
	PR článek s jednou fotografií na webu Novinky.cz (rubrika Domáci)	4 týdny, po polovině doby výměna textu a fotografie	432000	1296000
Televize	vysílání spotu 30" v prime time v TV Nova a TV Prima Family	8 spotů denně, trvání 4 týdny	1559040	4677120
	vysílání sponzorského vzkazu v prime time v TV Nova a TV Prima Family	8 vzkazů denně, trvání 4 týdny	2728320	8184960
Rozhlas	vysílání 20" spotu v čase 6:00-9:00 hodin na stanici Český rozhlas Radiožurnál	8 spotů denně, trvání 4 týdny	1171769,09	3515307,27
	vysílání 20" spotu v čase 16:00-19:00 hodin na stanici Český rozhlas Radiožurnál	8 spotů denně, trvání 4 týdny	1171769,09	3515307,27
	vysílání sponzorského vzkazu v čase 6:00-9:00 hodin na stanici Český rozhlas Radiožurnál	8 vzkazů denně, trvání 4 týdny	268800	806400
	vysílání sponzorského vzkazu v čase 16:00-19:00 hodin na stanici Český rozhlas Radiožurnál	8 vzkazů denně, trvání 4 týdny	268800	806400
	vysílání 20" spotu v čase 6:00-9:00 hodin na stanicích sdružení Radiohouse	8 spotů denně, trvání 4 týdny	18278,4	54835,2
	vysílání 20" spotu v čase 16:00-19:00 hodin na stanicích sdružení Radiohouse	8 spotů denně, trvání 4 týdny	16450,56	49351,68
	vysílání sponzorského vzkazu v čase 6:00-9:00 hodin na stanicích sdružení Radiohouse	8 vzkazů denně, trvání 4 týdny	22848	68544
	vysílání sponzorského vzkazu v čase 16:00-19:00 hodin na stanicích sdružení Radiohouse	8 vzkazů denně, trvání 4 týdny	21324,8	63974,4
Print	zveřejnění plošné plnobarevné inzerce ve formátu celostrana v celostátním vydání Deniku VLP	denně po dobu 2 týdnů ve všech dnech, kdy deník vychází	1938149,6	5814448,8
	zveřejnění plošné plnobarevné inzerce ve formátu celostrana v celostátním vydání deniku Hospodářské noviny	denně po dobu 2 týdnů ve všech dnech, kdy deník vychází	1297248,75	3891746,25
	zveřejnění plošné plnobarevné inzerce ve formátu celostrana v celostátním vydání deniku Mladá fronta DNES	denně po dobu 2 týdnů ve všech dnech, kdy deník vychází	2937770,98	8813312,94
	zveřejnění plošné plnobarevné inzerce ve formátu celostrana v celostátním vydání deniku Právo	denně po dobu 2 týdnů ve všech dnech, kdy deník vychází	872411,1	2617233,3
	zveřejnění plošné plnobarevné inzerce ve formátu celostrana v týdeníku Euro	4 týdny	272758,2	818274,6
	zveřejnění plošné plnobarevné inzerce ve formátu celostrana v týdeníku Ekonom	4 týdny	284809,5	854428,5
	zveřejnění PR článku v rozsahu 1 tiskové strany v celostátním vydání Deniku VLP	4 týdny, 4 opakování téhož textu	604472,4	1813417,2
	zveřejnění PR článku v rozsahu 1 tiskové strany v celostátním vydání deniku Hospodářské noviny	4 týdny, 4 opakování téhož textu	518899,5	1556698,5
	zveřejnění PR článku v rozsahu 1 tiskové strany v celostátním vydání deniku Mladá fronta DNES	4 týdny, 4 opakování téhož textu	940222,49	2820667,47
	zveřejnění PR článku v rozsahu 1 tiskové strany v celostátním vydání deniku Právo	4 týdny, 4 opakování téhož textu	275787,6	827362,8
	zveřejnění PR článku v rozsahu 1 tiskové strany v týdeníku Euro	4 týdny, 4 opakování téhož textu	272758,2	818274,6
	zveřejnění PR článku v rozsahu 1 tiskové strany v týdeníku Ekonom	4 týdny, 4 opakování téhož textu	284809,5	854428,5
CELKEM (hodnota 1):			67416893,88	

Služby dle Specifikace plnění	služba	rozsah	hodinová cena v Kč bez DPH	cena za dobu trvání zakázky v Kč bez DPH
	odborné konzultace v oblasti mediálních aktivit	200 hodin ročně	100	60000
	služby PR konzultanta	20 hodin měsíčně	100	72000
	služby copywritera	50 hodin měsíčně	100	180000
	služby grafika	50 hodin měsíčně	100	180000
CELKEM (hodnota 2):			492000	

CENA CELKEM (součet hodnot 1 a 2): 67908893,88

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.