

Zadávací dokumentace

veřejné zakázky

zadávané v otevřeném řízení dle § 27 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“), s názvem

„Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016“

1. Identifikační a kontaktní údaje zadavatele

Název: Česká republika – Úřad vlády České republiky
Sídlo: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana
IČ: 00006599
DIČ: CZ00006599
Osoba oprávněná jednat
jménem či za zadavatele: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

2. Vymezení druhu a předmětu veřejné zakázky

2.1. Druh veřejné zakázky

Nadlimitní veřejná zakázka na služby

2.2. Klasifikace veřejné zakázky

CPV:	79340000-9	Reklamní a marketingové služby
	79341200-8	Řízení reklamy
	79800000-2	Tiskařské a související služby
	79341100-7	Reklamní poradenství
	79341000-6	Reklamní služby
	79822500-7	Služby v oblasti grafického designu
	92111200-4	Výroba reklamních, propagačních a informačních filmů a videa
	92310000-7	Umělecká a literární tvorba a přednes
	92312000-1	Umělecké služby
	79342200-5	Propagační služby

2.3. Místo plnění veřejné zakázky

Místem plnění veřejné zakázky je sídlo zadavatele a území celé ČR.

2.4. Doba plnění veřejné zakázky

Zadavatel předpokládá zahájení plnění předmětu veřejné zakázky ode dne uzavření jednotlivých smluv ve lhůtách stanovených jednotlivě pro příslušné části veřejné zakázky [viz vzory smluv dle přílohy J (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky)].

Zadavatel předpokládá uzavření smluv na dobu určitou, přičemž splnění všech částí veřejné zakázky se přepokládá do 30. dubna 2016, s právem zadavatele jednostranně prodloužit dobu plnění do 31. prosince 2016 (bez navýšení objemu plnění a ceny).

Zadavatel je dále oprávněn jednostranně změnit termíny plnění proti vzorům smluv uvedeným v příloze J (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky) této zadávací dokumentace před uzavřením smluv, pokud s ohledem na průběh zadávacího řízení bude zřejmé, že doba plnění není možná nebo vhodná.

2.5. Věcné vymezení předmětu veřejné zakázky

Předmětem veřejné zakázky jsou jednotlivé činnosti k zajištění mediální kampaně proti rasismu a násilí z nenávisli v letech 2014-2016. Veřejná zakázka je součástí projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisli (dále jen „kampaň“ a „projekt“), který je z 80 % financován Norskými fondy a EHP a z 20 % státním rozpočtem České republiky.

Veřejná zakázka je rozdělena v souladu s § 98 zákona na 8 částí, přičemž část 8 bude v souladu s § 98 odst. 5 zákona zadávána postupem stanoveným pro podlimitní veřejné zakázky. Předmětem tohoto zadávacího řízení jsou proto níže uvedené části 1 až 7.

Části veřejné zakázky jsou tyto:

Části zadávané v tomto zadávacím řízení:

1. **Zajištění grafických a audiovizuálních prací** (dále též jen „část 1“)
2. **Zajištění tisku** (dále též jen „část 2“)
3. **Zajištění komiksové tvorby** (dále též jen „část 3“)
4. **Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech** (dále též jen „část 4“)
5. **Zajištění článků a rešerší pro web kampaně** (dále též jen „část 5“)
6. **Zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a jejich realizace** (dále též jen „část 6“)
7. **Nákup inzerce v tištěných a internetových médiích** (dále též jen „část 7“)

Část zadávaná v samostatném zadávacím řízení dle § 98 odst. 5 zákona:

8. **Zajištění naprogramování webových stránek, jejich správy a správa reklamy na Facebooku a facebook reklamní kredit** (dále též jen „část 8“)

Část 1

Předmětem části 1 je zajištění grafických a DTP služeb pro vytváření vizuálního obsahu kampaně a jejích propagačních materiálů. Současně je předmětem dodávka audiovizuálních prací (spoty, klipy, medailonky, reportáže apod.), které budou sloužit ke sdílení s recipienty projektu.

Část 2

Předmětem části 2 je zajištění tisku a potisku propagačních a jiných materiálů projektu.

Část 3

Předmětem části 3 je zajištění tvorby pravidelných komiksových stripů reflektujících témata kampaně.

Část 4

Předmětem části 4 je zajištění sledování zejména zmínek o kampani v rozličných online prostorech, průzkumy zájmů a preferencí cílové skupiny a jejich orientaci na konkrétní opinion-leadery. Tato část bude důležitá jednak pro kvalitní evaluaci dopadů kampaně, ale také pro vytýčení osobností a prostorů, na které by se měla kampaň zaměřit.

Část 5

Předmětem části 5 je vytvoření autorských článků a rešerší na témata kampaně, které budou pravidelnou náplní webu kampaně. Jejich cílem je přimět cílovou skupinu projektu kriticky hodnotit předávané informace médií i okolní společnosti.

Část 6

Předmětem části 6 je realizace otevřené výzvy na předkládání uměleckých projektů na témata kampaně (2D umění, videoart, performance), výběr projektů, realizace vybraných performancí a realizace výstavy vybraných projektů (po jejich realizaci ve veřejném prostoru) v některé z pražských galerií.

Část 7

Předmětem části 7 je zajištění inzerce a PR článků v online i offline médiích, která čtou příslušníci cílových skupin jednotlivých aktivit mediální kampaně.

Obecné informace o kampani (především její účel a cíle) jsou uvedeny v příloze A této zadávací dokumentace.

Podrobný popis předmětů jednotlivých částí veřejné zakázky je uveden v příloze B této zadávací dokumentace a zejména ve vzorech smluv uvedených v příloze J této zadávací dokumentace (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky).

2.6. Předpokládaná hodnota veřejné zakázky

Předpokládaná hodnota veřejné zakázky, resp. jejích částí 1 až 7 činí 5.114.467 Kč bez DPH (předpokládaná hodnota celé veřejné zakázky vč. části 8 činí 6.321.079 Kč bez DPH).

Předpokládaná hodnota jednotlivých částí veřejné zakázky je:

Části veřejné zakázky	Předpokládaná hodnota v Kč bez DPH	Nejvyšší možná nabídková cena v Kč
1. Zajištění grafických a audiovizuálních prací	2.053.719	2.484.999,99
2. Zajištění tisku	961.570	1.163.499,70
3. Zajištění komiksové tvorby	107.400	129.954,00

4. Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech	289.254	349.997,34
5. Zajištění článků a rešerší pro web kampaně	173.600	210.056,00
6. Zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a výstavy	504.132	609.999,72
7. Nákup inzerce v tištěných a internetových médiích	1.024.792	1.239.998,32

Předpokládaná hodnota jednotlivých částí veřejné zakázky ve výši vč. DPH je zároveň cenou nejvýše přípustnou (nejvyšší možná nabídková cena). Nabídková cena ve výši vč. DPH za kteroukoliv část veřejné zakázky nesmí být vyšší než předpokládaná hodnota této části veřejné zakázky, pro neplátce DPH je nejvyšší možnou nabídkovou cenou taktéž cena odvozená od výše předpokládané hodnoty příslušné části veřejné zakázky vč. DPH. **Překročení této hodnoty bude posuzováno jako nesplnění zadávacích podmínek a uchazeč s takovou nabídkou bude vyloučen z účasti v zadávacím řízení na tuto část veřejné zakázky.**

3. Zpracování a podání nabídky

3.1. Podání nabídek

Nabídky musí být zpracovány a podány v souladu se zákonem a požadavky zadavatele uvedenými v této zadávací dokumentaci.

Nabídky se podávají v elektronické nebo listinné podobě.

3.1.1. Pravidla pro podání nabídek na jednotlivé části veřejné zakázky

Uchazeči jsou oprávněni podat nabídky pro kteroukoliv část (1 až 7) této veřejné zakázky. Uchazeči jsou oprávněni podat nabídku na 1 i více částí. Nabídka pro každou část veřejné zakázky musí být podána zcela samostatně. Uchazeč je oprávněn zvolit buď listinné nebo elektronické podání. Elektronickým podáním se rozumí podání nabídky elektronicky v celém rozsahu postupem dle čl. 3.1.3.

Všechny dokumenty požadované touto zadávací dokumentací musí být předloženy zvlášť pro každou část veřejné zakázky, a to i v případě, že by byly zcela totožného znění. Listinné nabídky proto musí být předloženy v plném znění se všemi dokumenty v samostatných obálkách pro každou část veřejné zakázky. Elektronické nabídky pak musí být v elektronickém nástroji též nahrány v plném znění vždy jako samostatné soubory, u nichž uchazeč zřetelně označí, které části veřejné zakázky se týká (např. „nabídka_část_1“, „kvalifikace_část_3“).

Všechny zákonné požadavky a požadavky zadavatele uvedené v zadávacích podmínkách platí společně pro všechny části veřejné zakázky (a pro všechny nabídky), pokud nejsou výslovně uvedeny odchylky pro konkrétní část veřejné zakázky. To se týká zejména náležitostí tohoto článku. To znamená, že každý doklad či jinou požadovanou část nabídky je uchazeč povinen předložit pro kteroukoliv část nabídky (samostatně pro všechny části, o něž se uchází), pokud se nejedná o požadavek výslovně vyžadovaný pouze pro konkrétní část veřejné zakázky (zejm. doklady k prokázání technických kvalifikačních předpokladů a podklady pro hodnocení nabídek). V nabídce musí být předloženy všechny požadované součásti, a to ve formě předpokládané touto zadávací dokumentací (například v případě ukázek dřívějších

plnění není možné poskytnout pouze odkaz na internetové stránky, kde je ukázka publikována).

3.1.2. Podání nabídek v listinné podobě

S ohledem na rozsah a povahu předkládaných částí nabídek (zejména podkladů pro hodnocení) **zadavatel doporučuje listinné podání nabídek** (společně s datovým nosičem). Zadavatel však dle zákona musí umožnit podání nabídek v elektronické podobě, proto lze podat nabídky též elektronicky, za podmínek uvedených v čl. 3.1.3.

Nabídky v listinné podobě lze podávat na adresu:

Česká republika – Úřad vlády České republiky, nábř. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1.

Nabídka v listinné podobě musí být podána v řádně uzavřené obálce, na které musí být uvedena adresa, na níž je možné zaslat oznámení podle § 71 odst. 5 nebo 6 zákona. Obálka musí být dále označena: „**Neotevírat – veřejná zakázka Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016 – část XXX**“, kde „XXX“ bude nahrazeno číslem nebo názvem konkrétní části veřejné zakázky, na kterou je nabídka podávána.

V případě podání nabídky v listinné podobě uchazeč předloží nabídku **ve 2 vyhotoveních**. 1 vyhotovení nabídky bude označeno jako „Originál“ a druhé vyhotovení jako „Kopie“. Uchazeč je povinen předložit vytištěné všechny části nabídky, pokud není výslovně uvedeno nebo z povahy nevyplývá, že určitou část tištěně předložit nelze. Části nabídky, které není možné předložit v tištěné podobě (např. ukázka realizovaného videospotu, videoklipu, virálního videa) uchazeč přiloží samostatně k oběma vyhotovením nabídky na datovém nosiči chráněném proti přepisu, přičemž součástí nabídky pak bude též obsah (soupis) takového datového nosiče. Za funkčnost datového nosiče nese odpovědnost výlučně uchazeč, zadavatel nemůže vyzývat v případě vady k dodatečnému doložení náhradního datového nosiče za poškozený. Všechny listy nabídky budou navzájem pevně spojeny či sešity tak, aby byly dostatečně zabezpečeny před jejich vyjmutím z nabídky. Všechny výtisky budou řádně čitelné, bez škrtnů a přepisů.

3.1.3. Podání nabídek v elektronické podobě

Nabídky v elektronické podobě lze podávat výhradně prostřednictvím profilu zadavatele na adrese **<https://zakazky.vlada.cz>**.

Nabídka v elektronické podobě musí být podána v souladu s požadavky stanovenými v § 149 zákona.

Zadavatel uchazeči doporučuje, aby s dostatečným předstihem před podáním nabídky přes profil zadavatele provedl na profilu zadavatele nabízený **test nastavení prohlížeče a systému** (výsledkem testu jsou upozornění na nutná nastavení, aktualizace, velikost příloh atp.). Zadavatel především upozorňuje uchazeče, že jednotlivé přílohy vkládané na profil zadavatele nesmí přesáhnout velikost 50 MB a uchazeč tak musí případné větší soubory (týká se především podkladů pro hodnocení – např. ukázek videoreportáží a jiných videí) upravit tak, aby bylo umožněno jejich nahrání. **Pokud má uchazeč za to, že taková úprava není možná nebo vhodná, pak mu zadavatel doporučuje předložení nabídky v listinné podobě dle předchozího článku.**

Při podání nabídky v elektronické podobě uchazeč předloží všechny doklady v elektronické podobě a listinné doklady jako naskenované kopie, v čitelné podobě.

Předkládá-li uchazeč ve své nabídce prohlášení, návrh smlouvy či jiný dokument, který má být uchazečem dle této zadávací dokumentace podepsán, je vyžadován **uznávaný elektronický podpis**. Bez opatření těchto dokumentů uznávaným elektronickým podpisem bude na doklad pohlíženo jako na nepodepsaný a nabídka bude vyřazena ze zadávacího řízení. **Zadavatel zdůrazňuje, že uznávaným elektronickým podpisem musí být opatřeny jednotlivé vkládané dokumenty** (soubory), u nichž se podpis předpokládá. Elektronické podepisování úkonů v rámci funkcí profilu zadavatele není podepsáním nabídky, prohlášení, návrhu smlouvy či jiného dokumentu uznávaným elektronickým podpisem ve smyslu výše uvedeném.

3.2. Požadovaný obsah nabídek

3.2.1. Krycí list nabídky

Uchazeč je povinen předložit vyplněný krycí list nabídky, jehož vzor je uveden v příloze E této zadávací dokumentace.

3.2.2. Kvalifikační předpoklady

Uchazeč prokáže splnění kvalifikačních předpokladů způsobem uvedeným v čl. 6 a příloze C této zadávací dokumentace.

3.2.3. Nabídková cena

Nabídková cena bude stanovena v požadované struktuře dle čl. 4 této zadávací dokumentace.

3.2.4. Návrh smlouvy

Uchazeč je povinen v nabídce předložit návrh smlouvy podepsaný osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče, a to plně v souladu se zápisem v obchodním rejstříku nebo jiné obdobné evidenci (dále jen „obchodní rejstřík“), tj. všemi osobami a formou uvedenou v obchodním rejstříku.

Předložení nepodepsaného textu smlouvy není předložením návrhu této smlouvy. Nabídka uchazeče se tak stává neúplnou a zadavatel vyloučí takového uchazeče z další účasti v zadávacím řízení. V případě elektronického podání nabídky musí být návrh smlouvy podepsán uznávaným elektronickým podpisem (viz čl. 3.1.3 této zadávací dokumentace).

Pokud návrh nepodepisují osoby uvedené v obchodním rejstříku, žádá zadavatel o přiložení dokladu, z něhož vyplývá oprávnění jednat osoby jednat za uchazeče (např. plná moc, jmenovací listina osoby oprávněné jednat jménem uchazeče z titulu své funkce), aby bylo zřejmé, že návrh smlouvy je podepsán osobou oprávněnou jednat jménem či za uchazeče.

Návrh smlouvy musí být zpracován výhradně s pomocí vzoru, který je uveden v příloze J (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky) této zadávací dokumentace. Vzor smlouvy nesmí být uchazeči měněn, vyjma údajů, u nichž vyplývá z jejich obsahu povinnost doplnění (uchazeč vyplní žlutě označené části, zeleně označená část textu těchto vzorů je instrukce zadavatele a lze ji vypustit). V případě nabídky podávané společně několika dodavateli je uchazeč oprávněn upravit návrh smlouvy nad rámec předchozí věty pouze s ohledem na tuto skutečnost.

3.2.5. Další požadavky na obsah nabídek

Nabídky včetně veškeré dokumentace vztahující se k předmětu veřejné zakázky budou zpracovány v českém jazyce.

Nabídky nebudou obsahovat přepisy a opravy, které by mohly zadavatele uvést v omyl.

Nabídky budou podány způsobem uvedeným zadavatelem v této zadávací dokumentaci.

Zadavatel doporučuje zachovat následující pořadí požadovaných dokumentů a dalších částí nabídek:

1. vyplněný krycí list nabídky – viz příloha E této zadávací dokumentace;
2. obsah nabídky - nabídka bude opatřena obsahem s uvedením čísel stránek u jednotlivých oddílů, kapitol;
3. doklady prokazující splnění kvalifikačních předpokladů, z jejichž obsahu bude zřejmé, že uchazeč kvalifikační předpoklady požadované zadavatelem splňuje (v případě prokazování kvalifikace subdodavatelem včetně smlouvy se subdodavatelem) – k prokázání **některých základních** kvalifikačních předpokladů viz příloha F této zadávací dokumentace;
4. čestné prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku – viz příloha G této zadávací dokumentace;
5. součásti nabídky dle § 68 odst. 3 zákona - viz příloha H této zadávací dokumentace;
6. podklady pro hodnocení nabídky - pokud zadavatel pro jednotlivé části veřejné zakázky požaduje – viz příloha D této zadávací dokumentace;
7. podepsaný návrh smlouvy zpracovaný dle přílohy J (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky) této zadávací dokumentace;
8. nabídková cena zpracovaná formou přílohy vzoru smlouvy, který je součástí této zadávací dokumentace;
9. v případě listinné nabídky obsah (soupis) přiložených datových nosičů;
10. ostatní doklady a dokumenty (např. seznam subdodavatelů –viz příloha I této zadávací dokumentace, smlouva o sdružení dodavatelů, plná moc);
11. prohlášení o počtu listů.

3.3. Lhůta pro podání nabídek, zadávací lhůta a termín otevírání obálek

Lhůta pro podání nabídek, zadávací lhůta a termín otevírání obálek (nabídek) jsou uvedeny v oznámení o zahájení zadávacího řízení na www.vestnikverejnychzakazek.cz a na profilu zadavatele.

Veřejné otevírání obálek se koná v sídle zadavatele.

3.4. Další podmínky podání nabídek

3.4.1. Kontaktní adresa uchazeče, společná nabídka

Uchazeč v nabídce výslovně uvede kontaktní adresu pro písemný styk mezi uchazečem a zadavatelem. Pokud podává nabídku více dodavatelů společně jako jeden uchazeč (společná nabídka dle § 69 odst. 4 zákona), uvede uchazeč v nabídce kromě kontaktní adresy dle

předchozí věty též osobu, která bude zmocněna zastupovat uchazeče (tj. všechny dodavatele podávající společnou nabídku) při styku se zadavatelem v průběhu zadávacího řízení. V případě podání společné nabídky uchazeč předloží smlouvu, ve které je obsažen závazek, že všichni dodavatelé podávající společnou nabídku budou vůči zadavateli a třetím osobám z jakýchkoliv právních vztahů vzniklých v souvislosti s veřejnou zakázkou zavázáni společně a nerozdílně, a to po celou dobu plnění veřejné zakázky i po dobu trvání jiných závazků vyplývajících z veřejné zakázky.

3.4.2. Subdodávky

Zadavatel požaduje, aby uchazeč ve své nabídce specifikoval části veřejné zakázky, které má v úmyslu zadat jednomu či více subdodavatelům, aby uvedl identifikační údaje každého subdodavatele a informaci, jakou věcně vymezenou část této veřejné zakázky bude konkrétní subdodavatel realizovat (např. uvedením druhu služeb), k čemuž využije přílohu I této zadávací dokumentace. Tím není dotčena výlučná odpovědnost vybraného uchazeče za poskytování řádného plnění předmětu veřejné zakázky.

Bude-li uchazeč prokazovat splnění určité části kvalifikace požadované zadavatelem dle § 50 odst. 1 písm. b) a d) zákona prostřednictvím subdodavatele, je povinen zadavateli předložit doklady dle § 51 odst. 4 zákona.

3.4.3. Vyloučení variantních návrhů

Varianty nabídky nejsou přípustné.

4. Zpracování nabídkové ceny

Uchazeč je povinen předložit ve své nabídce celkovou nabídkovou cenu zpracovanou **ve formě a podobě specifikované v příloze vzoru smlouvy**, který je uveden v příloze J (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky) této zadávací dokumentace.

Uchazeč stanoví celkovou nabídkovou cenu za kompletní plnění předmětu příslušné části veřejné zakázky za dobu plnění veřejné zakázky v maximálním možném rozsahu plnění dle vzoru smlouvy. (Jedná se o nejvyšší přípustný objem plnění příslušné části veřejné zakázky, dodavatel však bude realizovat takový objem plnění, ke kterému bude vyzván zadavatelem.)

Nabídková cena musí obsahovat veškeré náklady spojené s plněním předmětu veřejné zakázky.

Celková nabídková cena bude zároveň uvedena ve stejné výši na krycím listu nabídky, jehož vzor tvoří přílohu E této zadávací dokumentace v členění: nabídková cena v Kč bez DPH, výše DPH, nabídková cena včetně DPH.

Celková nabídková cena ve výši vč. DPH za kteroukoliv část veřejné zakázky nesmí být vyšší než nejvyšší možná nabídková cena této části veřejné zakázky dle příslušné položky tabulky v čl. 2.6.

5. Obchodní podmínky

Obchodní podmínky včetně platebních podmínek jsou uvedeny ve vzoru smlouvy, který je přílohou J (J1, J2, J3, J4, J5, J6 nebo J7 dle konkrétní části veřejné zakázky) této zadávací dokumentace.

6. Požadavky na prokázání splnění kvalifikace

Uchazeč je povinen prokázat splnění kvalifikace dle § 50 a násl. zákona. Splněním kvalifikace v souladu s § 50 zákona se rozumí:

- a) splnění základních kvalifikačních předpokladů podle § 53 odst. 1 zákona;
- b) splnění profesních kvalifikačních předpokladů podle § 54 písm. a) a b) zákona;
- c) splnění technických kvalifikačních předpokladů stanovených samostatně pro jednotlivé části veřejné zakázky v příloze C této zadávací dokumentace;
- d) předložení čestného prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku podle § 50 odst. 1 písm. c) zákona.

6.1. Základní kvalifikační předpoklady

Základní kvalifikační předpoklady jsou stanoveny **stejně pro všechny části veřejné zakázky** a splňuje je uchazeč:

- a) který nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin spáchaný ve prospěch organizované zločinecké skupiny, trestný čin účasti na organizované zločinecké skupině, legalizace výnosů z trestné činnosti, podílnictví, přijetí úplatku, podplacení, nepřímého úplatkářství, podvodu, úvěrového podvodu, včetně případů, kdy jde o přípravu nebo pokus nebo účastenství na takovém trestném činu, nebo došlo k zahlazení odsouzení za spáchání takového trestného činu; jde-li o právnickou osobu, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu, a je-li statutárním orgánem dodavatele či členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu této právnické osoby; podává-li nabídku či žádost o účast zahraniční právnická osoba prostřednictvím své organizační složky, musí předpoklad podle tohoto písmene splňovat vedle uvedených osob rovněž vedoucí této organizační složky; tento základní kvalifikační předpoklad musí dodavatel splňovat jak ve vztahu k území České republiky, tak k zemi svého sídla, místa podnikání či bydliště,
- b) který nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání dodavatele podle zvláštních právních předpisů nebo došlo k zahlazení odsouzení za spáchání takového trestného činu; jde-li o právnickou osobu, musí tuto podmínku splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu, a je-li statutárním orgánem dodavatele či členem statutárního orgánu dodavatele právnická osoba, musí tento předpoklad splňovat jak tato právnická osoba, tak její statutární orgán nebo každý člen statutárního orgánu této právnické osoby; podává-li nabídku či žádost o účast zahraniční právnická osoba prostřednictvím své organizační složky, musí předpoklad podle tohoto písmene splňovat vedle uvedených osob rovněž vedoucí této organizační složky; tento základní kvalifikační předpoklad musí dodavatel splňovat jak ve vztahu k území České republiky, tak k zemi svého sídla, místa podnikání či bydliště,

- c) který v posledních 3 letech nenaplnil skutkovou podstatu jednání nekalé soutěže formou podplácení podle zvláštního právního předpisu,
- d) vůči jehož majetku neprobíhá nebo v posledních 3 letech neproběhlo insolvenční řízení, v němž bylo vydáno rozhodnutí o úpadku nebo insolvenční návrh nebyl zamítnut proto, že majetek nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení, nebo nebyl konkurs zrušen proto, že majetek byl zcela nepostačující nebo zavedena nucená správa podle zvláštních právních předpisů,
- e) který není v likvidaci,
- f) který nemá v evidenci daní zachyceny daňové nedoplatky, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště dodavatele,
- g) který nemá nedoplatek na pojistném a na penále na veřejné zdravotní pojištění, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště dodavatele,
- h) který nemá nedoplatek na pojistném a na penále na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, a to jak v České republice, tak v zemi sídla, místa podnikání či bydliště dodavatele,
- i) který nebyl v posledních 3 letech pravomocně disciplinárně potrestán či mu nebylo pravomocně uloženo kárné opatření podle zvláštních právních předpisů, je-li podle § 54 písm. d) požadováno prokázání odborné způsobilosti podle zvláštních právních předpisů; pokud dodavatel vykonává tuto činnost prostřednictvím odpovědného zástupce nebo jiné osoby odpovídající za činnost dodavatele, vztahuje se tento předpoklad na tyto osoby,
- j) který není veden v rejstříku osob se zákazem plnění veřejných zakázek a
- k) kterému nebyla v posledních 3 letech pravomocně uložena pokuta za umožnění výkonu nelegální práce podle zvláštního právního předpisu.

6.1.1. Prokazování splnění základních kvalifikačních předpokladů

Uchazeč prokazuje splnění základních kvalifikačních předpokladů (samostatně pro každou část veřejné zakázky) předložením:

- a) výpisu z evidence Rejstříku trestů - pro písmena a) a b) bodu 6.1,
- b) potvrzení příslušného finančního úřadu a ve vztahu ke spotřební dani čestného prohlášení - pro písmeno f) bodu 6.1,
- c) potvrzení příslušného orgánu či instituce pro písmeno h) bodu 6.1,
- d) čestného prohlášení - pro zbývající písmena bodu 6.1.

Čestné prohlášení dle **části písm. b) a písm. d)** lze zpracovat dle vzoru uvedeného v příloze F této zadávací dokumentace.

6.2. Profesní kvalifikační předpoklady

Splnění profesních kvalifikačních předpokladů prokáže (samostatně pro každou část veřejné zakázky) uchazeč, který předloží:

- a) výpis z obchodního rejstříku, pokud je v něm zapsán, či výpis z jiné obdobné evidence, pokud je v ní zapsán, a

- b) doklad o oprávnění k podnikání podle zvláštních právních předpisů v rozsahu odpovídajícím předmětu veřejné zakázky, zejména doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci.

6.3. Technické kvalifikační předpoklady

Technické kvalifikační předpoklady stanovuje zadavatel **odlišně pro jednotlivé části veřejné zakázky**. Uchazeč je proto povinen prokázat pouze ty technické kvalifikační předpoklady, které jsou požadovány pro část veřejné zakázky, na kterou podává nabídku, a to vždy samostatně.

Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky jsou stanoveny v příloze C této zadávací dokumentace.

6.4. Čestné prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku

Uchazeč je povinen předložit (samostatně pro každou část veřejné zakázky) čestné prohlášení o své ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku ve smyslu § 50 odst. 1 písm. c) zákona. Toto čestné prohlášení lze zpracovat dle vzoru uvedeného v příloze G této zadávací dokumentace.

6.5. Další požadavky na prokazování splnění kvalifikačních předpokladů

Doklady prokazující splnění základních kvalifikačních předpokladů a výpis z obchodního rejstříku nesmějí být ke dni podání nabídky starší 90 kalendářních dnů.

Pokud zadavatel požádá vybraného uchazeče, se kterým má být uzavřena smlouva, o předložení originálů nebo úředně ověřených kopií dokladů prokazujících splnění kvalifikace, je tento uchazeč povinen je předložit zadavateli. Nesplnění této povinnosti se považuje za neposkytnutí součinnosti k uzavření smlouvy ve smyslu ustanovení § 82 odst. 4 zákona.

6.6. Prokázání kvalifikace prostřednictvím subdodavatele

Pokud není uchazeč schopen prokázat splnění určité části kvalifikace požadované zadavatelem pro konkrétní část veřejné zakázky podle § 50 odst. 1 písm. b) a d) zákona v plném rozsahu, je oprávněn splnění kvalifikace v chybějícím rozsahu prokázat prostřednictvím subdodavatele. Uchazeč je v takovém případě povinen zadavateli předložit doklady dle § 51 odst. 4 písm. a) zákona a smlouvu uzavřenou se subdodavatelem dle § 51 odst. 4 písm. b) zákona.

6.7. Zvláštní způsoby prokázání kvalifikace

Uchazeči zapsaní v seznamu kvalifikovaných dodavatelů (§ 125 a násl. zákona) mohou prokázat splnění základních kvalifikačních předpokladů dle § 53 odst. 1 zákona a profesních kvalifikačních předpokladů podle § 54 písm. a) a b) zákona v tom rozsahu, v jakém doklady prokazující splnění těchto kvalifikačních předpokladů pokrývají požadavky zadavatele na prokázání splnění kvalifikačních předpokladů pro plnění veřejné zakázky, výpisem ze seznamu kvalifikovaných dodavatelů ne starším než 3 měsíce.

Kvalifikaci mohou uchazeči dále prokázat certifikátem vydaným v rámci systému certifikovaných dodavatelů (§ 133 a násl. zákona) nebo výpisem ze zahraničního seznamu dodavatelů popřípadě příslušným zahraničním certifikátem (§ 143 zákona) v rozsahu a způsobem stanoveným zákonem.

6.8. Postup zadavatele při posouzení kvalifikace

Zadavatel, resp. zadavatelem pověřená hodnotící či zvláštní komise, posoudí prokázání splnění kvalifikace dodavatele z hlediska stanovených požadavků v souladu se zákonem.

Zadavatel může požadovat po uchazeči, aby písemně objasnil předložené informace či doklady nebo předložil další informace či doklady prokazující splnění kvalifikace. Uchazeč je povinen splnit tuto povinnost v přiměřené lhůtě stanovené zadavatelem.

6.9. Důsledek nesplnění kvalifikace

Neprokáže-li uchazeč splnění kvalifikace v plném rozsahu, bude podle § 60 odst. 1 zákona vyloučen z účasti v zadávacím řízení k příslušné části veřejné zakázky.

7. Způsob hodnocení nabídek

Hodnocení nabídek bude provedeno samostatně pro jednotlivé části veřejné zakázky podle hodnotících kritérií uvedených v tabulce níže a podrobně rozepsaných v příloze D této zadávací dokumentace.

V příloze D zadávací dokumentace je pro každou část veřejné zakázky samostatně uvedeno, jaké podklady pro hodnocení zadavatel požaduje předložit, jaká jsou hodnotící kritéria a jaký bude způsob hodnocení nabídky.

Uchazeč je povinen **předložit všechny požadované podklady pro hodnocení, a to ve stanoveném počtu. Nedodržení minimálního počtu povede k vyřazení nabídky pro nesplnění zadávacích podmínek.** Zadavatel žádá i o respektování maximálního počtu (např. návrhů a ukázek).

Při hodnocení nabídek nebude udělován vyšší počet bodů za vyšší počet požadovaných podkladů pro hodnocení, a to ani za vyšší počet v rámci nastaveného intervalu, hodnocena budou pouze popsaná kvalitativní kritéria (jinými slovy nebude mezi dvěma uchazeči se stejně kvalitními podklady hodnocen lépe ten, který předloží větší rozsah takových podkladů).

V níže uvedené tabulce je uveden stručný přehled hodnotících kritérií jednotlivých částí veřejné zakázky.

Části veřejné zakázky	Základní hodnotící kritérium	Dílčí hodnotící kritéria (vč. váhy)			
		nabídková cena (60 %)	kvalita návrhů audiovizuálních prací (15 %)	kvalita návrhů grafických prací (15 %)	kvalita ukázky prací (10 %)
část 1	ekonomická výhodnost nabídky				
část 2	nejnižší nabídková cena	-	-	-	-

	(100 %)				
část 3	ekonomická výhodnost nabídky	nabídková cena (60 %)	kvalita návrhů komiksových stripů (20 %)	kvalita ukázky komiksové tvorby (20 %)	-
část 4	ekonomická výhodnost nabídky	nabídková cena (60 %)	kvalita návrhu podoby reportů (20 %)	počet sledovaných klíčových slov (10 %)	kvalita ukázky reportů (10 %)
část 5	ekonomická výhodnost nabídky	nabídková cena (60 %)	kvalita návrhů článků (20 %)	kvalita ukázky článekové tvorby (20 %)	-
část 6	ekonomická výhodnost nabídky	nabídková cena (60 %)	kvalita návrhu realizace (30 %)	výše odměn umělcům (10 %)	-
část 7	nejnižší nabídková cena (100 %)	-	-	-	-

8. Práva zadavatele, ostatní podmínky

Zadavatel si vyhrazuje právo

- a) neposkytnout uchazečům náhradu nákladů, které vynaloží v souvislosti se svou účastí v zadávacím řízení;
- b) nevracet nabídky;
- c) zrušit zadávací řízení nebo jeho část v případě změny financování projektu případně pokud se s ohledem na průběh zadávacího řízení (zejména jeho délku) ukáže realizování určité části veřejné zakázky jako neúčelné.

Jednotliví uchazeči jsou povinni zdržet se jakýchkoli jednání, která by mohla narušit transparentní a nediskriminační průběh zadávacího řízení, zejména pak jednání, v jejichž důsledku by mohlo dojít k narušení soutěže mezi uchazeči v rámci zadávání veřejné zakázky.

Vybraný uchazeč je povinen podepsat a doručit podepsaný návrh smlouvy zpět zadavateli nejpozději do 5 pracovních dnů ode dne doručení návrhu k uzavření smlouvy zadavatelem. Pokud uchazeč podepsaný návrh smlouvy nedoručí zadavateli v této lhůtě, nebo v zadavatelem stanovené lhůtě nedoručí případně vyžádané originály nebo úředně ověřené kopie dokladů prokazujících splnění kvalifikace dle čl. 6.5 nebo dokladu, z něhož vyplývá oprávnění jednat za uchazeče dle čl. 3.2.4, bude na něj pohlíženo, jakoby neposkytl součinnost k uzavření smlouvy dle § 82 odst. 4 zákona. Zadavatel je v tomto případě oprávněn uzavřít smlouvu s uchazečem, který se umístil druhý, případně třetí v pořadí.

Ostatní podmínky zadávacího řízení, v této zadávací dokumentaci výslovně neupravené (např. možnost a způsob podání námitek proti postupu zadavatele) se řídí příslušnými ustanoveními zákona.

9. Dodatečné informace k zadávacím podmínkám, prohlídka místa plnění

9.1. Dodatečné informace

Žádost o dodatečné informace k zadávacím podmínkám je možné doručit ve lhůtách a za podmínek dle zákona pomocí elektronické komunikace v rámci profilu zadavatele nebo listinně do sídla zadavatele (v zájmu urychlení **zadavatel doporučuje elektronické podání přes profil zadavatele**). Pro podání dotazů k zadávací dokumentaci zadavatel stanoví výhradně písemnou formu (**zadavatel nebude odpovídat na telefonické dotazy**).

9.2. Prohlídka místa plnění

Zadavatel s ohledem na charakter předmětu plnění veřejné zakázky neorganizuje prohlídku místa plnění.

10. Přílohy zadávací dokumentace

Nedílnou součástí této zadávací dokumentace jsou následující přílohy:

Příloha A – Obecné informace o kampani a Analýza hloubkových rozhovorů s cílovou skupinou kampaně

Příloha B – Podrobná specifikace částí předmětu veřejné zakázky

Příloha C – Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky

Příloha D – Podklady pro hodnocení, hodnotící kritéria a způsob hodnocení pro jednotlivé části veřejné zakázky

Příloha E – Krycí list nabídky

Příloha F – Vzor čestného prohlášení o splnění některých základních kvalifikačních předpokladů

Příloha G – Vzor čestného prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku

Příloha H – Součásti nabídky dle § 68 odst. 3 zákona

Příloha I – Seznam subdodavatelů

Příloha J – Vzor smlouvy (včetně příloh smlouvy) - J1, J2, J3, J4, J5, J6, J7 pro konkrétní části veřejné zakázky

Bc. Martin Šimáček

ředitel Odboru pro sociální začleňování.

Obecné informace o kampani a Analýza hloubkových rozhovorů s cílovou skupinou kampaně

I. Obecné informace o kampani (účel, cíle, cílová skupina projektu a kampaně a další informace)

Kampaň reaguje na dlouhodobý nárůst negativních postojů vůči některým skupinám obyvatel ČR - Romům, muslimům a dalším skupinám obyvatel a zvyšující se toleranci vůči radikálním a násilným řešením.

Cílem kampaně je vytvořit aktivní propojenou komunitu odmítající nenávist a násilí jako prostředek řešení společenských problémů, která je zároveň schopná pozitivně ovlivňovat své okolí. Nikdo nesmí být napadán pro to, kým je, nebo pro příslušnost k určité skupině, etnické nebo subkulturní. Násilí a nenávist nejsou řešením, ale cestou ke katastrofě, na kterou v konečném důsledku doplatí všichni. Vizí kampaně je společnost, kde se problémy řeší diskusí, hledáním konstruktivních řešení, kreativitou a inovativními postupy, bez nesnášenlivosti.

Klíčové pocity spojené s kampaní jsou především sounáležitost a odvaha se vyjádřit.

Další klíčové pojmy:

kreativita, racionální argument, upřímnost, nenásilí, nadhled a humor

Zastřešujícím cílem kampaně je podpora informovanosti mladých lidí ve věku 15-25 let o fenoménu násilí z nenávisti, posílení tolerance mezi skupinami a aktivní angažovanost jedinců v boji proti násilí ať už v reálném světě či online.

Dílčí cíle jsou následující:

Informovanost - Zvýšení informovanosti členů komunity o problematice násilí z nenávisti a posílení jejich argumentační výbavy ("vím, jaký použít argument, co říct, co odpovědět")

Komunikace – Využití propojené komunity jako silného komunikačního kanálu, skrze který budou mít existující občanské iniciativy i aktivní jedinci možnost oslovit širší publikum.

Mobilizace - Posílení schopnosti této komunity obsah aktivně tvořit a dále pozitivně ovlivňovat své okolí a aktivně jednat v případech, kdy dochází k eskalaci projevů násilí a nenávisti jak v online tak offline prostředí. ("nebojím se to říct nahlas, vím, že nejsem sám, kdo si to myslí, já nejsem ten divnej, vím jak se zachovat")

Základními stavebními kameny kampaně budou web a sociální sítě, na kterých bude pravidelně sdílen originální i převzatý obsah (komiksové stripy, fotokomentáře, infografiky, články, videa atd.).

Kampaň ve své offline rovině bude mimo jiné využívat prostředky současného umění ve veřejném prostoru, zapojování témat kampaně do tvorby současných umělců (videoart, performance apod.).

Kampaň hodlá pracovat s tzv. "messangery", tedy jedinci a institucemi, které pomohou šíření obsahu. Volba těchto messengerů vychází ze způsobů, jakými mladí lidé tráví svůj čas, tedy setkáváním se s přáteli online i offline (klubech, festivalech apod.), poslechem hudby a sportováním. Messangery tedy budou:

Veřejné a populární osobnosti

Kluby, hospody, divadla, galerie

Členové komunity sami (s využitím svým sociálních sítí)

V rámci kampaně bude podporován vznik zón bez násilí a nenávisti. K této myšlence se deklarativně připojí podniky a kluby (včetně sportovních).

Kampaň bude procházet několika fázemi, zpočátku (podzim 2014) půjde zejména o seznámení veřejnosti a cílové skupiny s existencí kampaně a zapojení do ní. V druhé fázi (2015) bude kampaň zapojovat členy komunity do samotných aktivit kampaně, propagování zón bez nenávisti apod. Ve třetí fázi (konec 2015 a začátek 2016) se potom soustředí zejména na aktivizaci členů k boji proti násilí z nenávisti kreativní formou.

Přestože bude kampaň situována především na internet, bude využívat také odvysílání videospotů, současně rádio spotů. Jejich cílem bude zejména nevšedně na kampaň a možnost zapojení upozornit, jejich poslání nebude primárně informační. Kampaň také poskytne prostor pro oběti násilí z nenávisti v mediálním prostoru, bude se také snažit do vysílacího prostoru pronikat se svými tématy přirozeně.

Cílové skupiny

Cílovou skupinou jsou primárně mladí lidé ve věku 15-25 let.

Sekundární cílovou skupinou jsou další iniciativy a veřejné nebo populární osobnosti.

Přípravné testování myšlenky kampaně s mladými lidmi ukázalo především tři základní potřeby, s nimiž se mladí potýkají:

Nedostatek informací o tématu a především argumenty, které by jim pomohly v diskusích o některých tématech.

Pocit, že o některých tématech se nevede upřímná otevřená diskuse, pocit ohrožení z cenzury nepříjemného obsahu a nálepkování štítkem "rasista".

Osamocenost a obava říct svůj názor v atmosféře vyostřené nenávistné rétoriky.

II. Analýza hloubkových rozhovorů s cílovou skupinou kampaně

Na základě hloubkových rozhovorů s cílovými skupinami kampaně a jejich analýzy vznikly persony a scénáře. Zde představujeme základní 4 typy z nich, které by měly sloužit k náhledu uchazeče do záměrů kampaně a potřebám cílové skupiny.

Persony a scénáře kampaně

Obsah dokumentu:

1. Anna Blažková – *nenávist dobře zná, ale neví, jak se zachovat*
2. Petra Nováková – *o nenávisti ví, ale svůj názor radši neříká*
3. Jakub Pokorný – *není rasista, ale...*
4. Ondřej Novotný – *mikrocelebrita a potenciální ambasador*

Anna Blažková (18 let)

Nenávist dobře zná, ale neví, jak se zachovat

- Anna je poloviční Romka, která bydlí s rodiči a dvěma sourozenci v malém sídlištním bytě na kraji Českých Budějovic.
- Studuje poslední ročník obchodní akademie, volný čas věnuje hlavně práci s dětmi coby instruktorka ve skautském oddílu.
- Má Facebook, na kterém hlavně chatuje a sdílí vtipné fotky s kamarádkami, občas tam také vloží YouTube klip některé ze svých oblíbených zahraničních kapel. Jiné sociální sítě nepoužívá a čas tráví spíše venku než na internetu (doma k němu nemá přístup).
- Prakticky po celou dobu, kdy chodí do školy, se stává terčem vulgárních a psychologických útoků ze strany vrstevníků, se kterými si moc neví rady. Učitelům sice o útocích většinou řekla, ale ti (kromě vyjádření podpory) žádná konkrétní opatření neudělali, aby Anninu pozici ještě nezhoršili. Na akademii si už ale našla dvě kamarádky, které neřeší její romský původ – ty ale nechápou, proč chodí do Skauta a někdy si z ní kvůli tomu utahují.
- Děsí jí sílící protiromské nálady ve společnosti a sama se už stala terčem různých útoků i mimo školu – v létě jí na autobusové zastávce přepadli a surově zbili tři mladší kluci. Incident ohlásila na Policii, vyšetřující policista jí ale zpočátku vůbec nevěřil a případ byl nakonec odložený s tím, že pachatelé nebyli nalezeni, přestože útok vidělo několik svědků. Od té doby už Policii nevěří.
- Jako skautské vedoucí se jí často svěřují mladší děti s různými případy šikany, které zažily – typicky kvůli obezitě nebo katolické víře. Anna neví, jak se k těmto případům postavit – dětem poskytne morální podporu, ale o dalších způsobech pomoci neví.
- O kampani se dozvěděla od svých kolegů ve skautském oddílu.

Motivace

- Anna věří, že jí web kampaně dá větší šanci účinně pomoci dětem, které se jí svěřují.
- Nesnáší, když jí spolužáci předhazují stereotypy o Romech, které neumí vyvracet, přitom ale ví, že jsou nepravdivé. Doufá proto, že se dozví, jak na slovní útoky reagovat.
- Chce se podělit o svou životní zkušenost, aby dodala odvahu jí podobným lidem.
- Strašně ráda by to „natřela“ všem rasistům, se kterými se kdy setkala.

Scénáře

1. Anna chce najít psychickou podporu, chce vědět, že na to, co zažívá, není sama.

2. Anna chce zjistit, co má dělat, když se jí děti svěří s násilím z nenávisti, aby jim dokázala účinně pomoci.
3. Anna chce získat nezpochybnitelné argumenty proti zažitým mýtům o Romech, aby jednou provždy umlčela své xenofobní vrstevníky.
4. Anna chce zjistit, co má dělat, když se znovu stane obětí násilného útoku, aby se uměla účinně bránit.
5. Anna chce popsat a zveřejnit svůj příběh, aby dodala odvahu ostatním Romům.
6. Anna chce rozšířit argumenty proti předsudkům mezi své kamarády. Chce rozšířit obrázky, které zesměšňují rasisty, protože jí ničí život.
7. Anna chce zapojit sebe i svůj skautský oddíl do komunity kolem kampaně, protože jí myšlenka celé iniciativy přijde skvělá.

Petra Nováková (23 let)

O nenávisti ví, ale svůj názor radši neříká

- Petra studuje Mendelovu univerzitu v Brně, kam dojíždí jednou týdně ze Smržic u Prostějova, kde je o víkendu s rodiči. Je vegetariánka.
- Jako téměř všichni její vrstevníci má Facebook, ráda ale také fotí svým telefonem a fotky sdílí na Instagramu. Většinu času, kdy není ve škole, tráví na internetu – jednak na Wikipedii (hledá podklady pro školní práce), jednak na několika oblíbených blozích o vaření a módě. Občas si přečte iDnes nebo Novinky, ale obvykle jí aktuální dění nezajímá.
- Vnitřně cítí, že rasismus není v pořádku, a upřímně nenávidí neonacisty, mimo jiné i proto, že na fotbalovém stadionu bezdůvodně napadli jejího přítele.
- O svých názorech příliš nemluví, hlavně ne doma před rodiči – její otec je vyložený rasista, který každou zmínku o Romech v televizi doprovází sprškou sprostých slov. Její matka je spíše umírněná, ale Romy také příliš ráda nemá, protože jí okradli. Na rozdíl od otce má ale pochopení pro homosexuály, kterým Petra skrytě fandí – mají totiž skvělý módní vkus.
- Přestože s rasismem nesouhlasí, několikrát jí strach z Romů na prostějovském nádraží vyhecoval ke sdílení xenofobních článků.
- Petra je už 10 let vegetariánka, což jí působilo celou dobu, kdy chodila na gymnázium, potíže, zejména posmívání ze strany spolužáků, protože si do školy nosila vlastní jídlo.
- Přijde jí, že je se svými názory osamocená. Kamarádi z Brna jsou protiromsky naladěni a stále Petře vyprávějí o čtvrti, které říkají brněnský Bronx a kam je lepší nechodit.
- Ke kampani se dostala díky příteli, který sdílel vtipnou fotku neonacistů, kteří měli nad hlavou bublinu s nápisem „Nic než nádor“.

Motivace

- Petra doufá, že se na webu kampaně dozví více informací o Romech a ujasní si tak, jestli jsou divní její kamarádi, nebo ona. Zajímá jí také, co je pravdy na tom, že Romové berou na sociálních dávkách více než ostatní.
- Ráda by našla způsob, jak úspěšně obhájit před otcem své názory na homosexualitu a vrstevníky přesvědčila, že vegetariánství je životní styl jako každý jiný.
- Líbil se jí obrázek, který sdílel její přítel, chtěla by jich najít více a možná se i pokusit nějaký sama vytvořit – třeba by si jejich fotek konečně někdo všiml.

Scénáře

8. Petra chce zjistit, jestli jsou pravdivé „zaručené“ informace, které se k ní dostávají, aby na ně uměla reagovat.

9. *Petra se chce dozvědět více o Romech, aby se ujistila, že její postoj je správný.*
10. *Petra chce vytvořit další vtipné fotky, aby se pomstila neonacistům (i za přítele).*
11. *Petra chce najít návod, jak se bránit ústrkům a narážkám na její vegetariánství.*
12. *Petra chce najít argumenty do diskuse s otcem, aby jej přesvědčila k jinému pohledu na homosexuály.*

Jakub Pokorný (20 let)

Není rasista, ale...

- Jakub před rokem dokončil střední školu stavební a pracuje jako pomocná síla v malé projektantské firmě. Žije v Mostě v podkroví domu svých rodičů.
- Většinu volného času tráví u počítače, kde především hraje hry nebo brouzdá po internetu, a na fotbalových trénincích. Je hodně aktivní na Facebooku, kde často sdílí a „lajkuje“ články všeho druhu, hlavně když jde o nějakou senzační zprávu. Hodně času stráví také u hiphopových klipů svých oblíbených kapel a po večerech sleduje na webu seriály.
- Jakub má kamaráda gaye a homosexuály díky tomu respektuje, což ale nelze říct o ostatních menšinách. Má pocit, že jim média jednoznačně nadržují a že jsou nesmyslně korektní v pojmenovávání problémů a že věci, které trápí běžné lidi (jako je on sám), bagatelizují. Vysloveně ho štve, že Romové dostávají sociální dávky, když přece vůbec nepracují.
- S Romy a dalšími menšinami nemá žádnou osobní zkušenost, kromě toho, že na něj několikrát pokřikovali, když šel domů ze školy. Často ale přidává své rozzlobené komentáře k jakýmkoliv článkům o Romech a s chutí sdílí každý hoax, který se k němu dostane.
- Urazil by se, kdyby ho někdo nazval rasistou, – neonacisty nemá zrovna v lásce, přesto se v létě vypravil na dvě protiromské demonstrace do Chomutova, kde s nimi skandoval protiromská hesla bok po boku. Přijde mu, že vláda na běžné lidi kašle a že se musí ozvat, aby se situací někdo něco udělal.
- Souhlasí s názorem, že každá menšina se musí podřídít zvyklostem většiny v dané zemi. Proto se mu také nelíbí, když muslimské ženy chodí v ČR zahalené v šátcích.
- Poprvé se o kampani dozvěděl ze samolepky na dveřích šatny jeho fotbalového oddílu, ale nevěnoval tomu velkou pozornost. Na web se dostal až díky zmínce na facebookovém profilu oblíbeného rappera – odkaz otevřel napůl ze zvědavosti, napůl z nudy.

Motivace

- Jakub ke kampani přistupuje s despektem, není mu úplně jasné, o co jde, ale odhaduje, že to bude další z řady kampaní proti rasismu. V hlavě už si představuje, jaký rozhořčený komentář k tomu napíše na Facebook.
- Od webu nic neočekává ani nepotřebuje, je na něm víceméně náhodou. Na druhou stranu by ocenil, kdyby se s ním někdo dokázal nezaujatě bavit o jeho pocitech a problémech.

Scénáře

13. *Jakub se chce zeptat, proč Romové dostávají sociální dávky, když nepracují, protože to vnímá jako nespravedlnost.*
14. *Jakub chce zjistit, kdo kampaň dělá a podporuje, aby se rozhodl, jestli projektu může důvěřovat.*

Ondřej Novotný (28 let)

Mikrocelebrita a potenciální ambasador

- Ondřej má úspěšnou kapelu, se kterou pravidelně koncertuje v klubech a na festivalech. K tomu provozuje kavárnu v Praze, která je hlavním zdrojem jeho příjmů, a občas pracuje pro neziskovou organizaci, která pomáhá lidem v sociální tísní, hlavně bezdomovcům.
- Internet je jeho denní chleba, používá všechny hlavní sociální sítě jak pro propagaci kapely a komunikaci s fanoušky, tak pro marketing kavárny.
- S Romy nemá žádnou významnou zkušenost, ale s násilím proti nim nesouhlasí a odsuzuje jej. Občas sdílí různé antixenofobní články, ale jen sám za sebe. Facebookový profil kapely ani kavárny tímto nezatěžuje, protože si myslí, že to fanoušky ani zákazníky nezajímá.
- Kampaň mu doporučil kolega z neziskovky, který se doslechl o možnosti, že by mohla podpořit jejich vlastní aktivitu.

Motivace

- Ondřej by rád zjistil podrobnější informace o celém projektu, chce si udělat představu, o co jde. Pokud ho projekt zaujme, bude vážně uvažovat o aktivnějším zapojení.
- Chtěl by se dozvědět, jak je to s tím financováním reklamy pro jejich neziskovku. Vlastně ho všeobecně zaujalo, že vznikla nová iniciativa na tomto poli a zajímá ho, co nabízí.
- Líbí se mu celková myšlenka kampaně a rád by podpořil její šíření.

Scénáře

15. *Ondřej chce zjistit, kdo za projektem stojí, kdo jej podporuje a jaké je jeho poslání, aby se rozhodl, zda se aktivně zapojí.*
16. *Ondřej chce zjistit, jak může kampaň podpořit jejich neziskovku, protože pomoc na poli propagace je přesně to, co potřebují.*
17. *Ondřej chce kontaktovat tým kampaně, protože se mu líbí představa, že by se svou kapelou kampaň pomohl zviditelnit.*
18. *Ondřej chce zaregistrovat svojí kavárnu, aby podpořil šíření myšlenky kampaně.*

B - Podrobná specifikace předmětu veřejné zakázky

B 1. Zajištění grafických a audiovizuálních prací (část 1)

Předmětem této části veřejné zakázky je zajištění grafických, DTP a audiovizuálních prací pro projekt. Dodavatel bude v průběhu projektu (od uzavření smlouvy do 30. dubna 2016, případně do 31. prosince 2016) průběžně na výzvu zadavatele graficky zpracovávat níže specifikované materiály projektu. Zpracování bude probíhat v souladu s vizuálem kampaně dodaným dodavatelem. Dodavatel také bude v průběhu kampaně průběžně vytvářet audiovizuální obsah níže specifikovaný (medailony, rozhovory, spoty, videoklip, záznamy aktivit ve veřejném prostoru apod.).

Cena bude kalkulována za jednotlivé položky a ks a bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných položek, zadavatel není povinen vyčerpat a uhradit celkový objem.

B 1.1. Grafické a DTP práce

Dodavatel zpracuje na výzvu objednatele tyto položky:

Položka	Specifikace	Požadovaný počet kusů
Průběžná grafika většího rozsahu (pro tisk)	letáky, plakáty, pohlednice, vizuály	200
Průběžná grafika menšího rozsahu (pro tisk)	samolepky, trička, placky, reklamní plachty, roll-up bannery apod.	50
Internetové bannery	proklikové bannery pro webové stránky partnerů zadavatele	30
Průběžná grafika (web)	internetové bannery, pracovní plochy pro PC a mobilní telefony, úvodní obrázky profilů na sociálních sítích apod.	70
Průběžná infografika	průběžné grafické zpracování výsledků výzkumů a dalších informací do vizuální podoby (obrázek s textem, diagramem, grafem apod.) pro jejich jednoduché a snadné šíření po internetu	30

B 1.2. Audiovizuální práce

V průběhu celého trvání kampaně budou vznikat různorodý audiovizuální obsah (specifikovaný níže) - jak pro vysílání v televizi, tak pro šíření na sociálních sítích a internetu.

Schvalování dílčích etap díla včetně schválení hotového díla/předmětu zakázky se bude provádět v souladu se ve vzorem smlouvy, který je přílohou J1 této zadávací dokumentace. Dodavatel vždy dodá úplné dílo a ve stanované lhůtě obdrží od zadavatele připomínky, podle

kterých dílo případně upraví.

Dodavatel bude odevzdávat zadavateli hotový produkt – smíchané video se zvukem, případně hudbou - na harddisku a DVD s ošetřenými autorskými právy, které umožní zadavateli neomezené užití produktu včetně použití hudby ve videu.

Všechna videa musí být natočena v rozlišení **HD 1920 x 1080 pixelů**.

Plnění této části veřejné zakázky zahrnuje následující položky:

Položka	Specifikace	Požadovaný počet kusů
Virální video (vč. námětu)	podoba videa (interiér/exteriér) bude vyplývat z námětu, na kterém se shodne dodavatel se zadavatelem až v době spolupráce. Délka videa kolem 1 minuty.	1
Videospot 2014 (vč. námětu)	interiér/exteriér, maximálně 5 hlavních protagonistů, umělé osvětlení, délka maximálně 30s, plus minimálně 3 fotografie vycházející ze spotu pro propagační účely kampaně a video z natáčení spotu pro účely kampaně	1
Videospot 2015 (vč. námětu)	interiér/exteriér, maximálně 5 hlavních protagonistů, umělé osvětlení, délka maximálně 30s, plus minimálně 3 fotografie vycházející ze spotu pro propagační účely kampaně a video z natáčení spotu pro účely kampaně	1
Radiospoty 2014 (vč. námětu)	3 různé verze radiospotu budou vycházet z videospotu pro tentýž rok tak, aby spolu vytvářely celek, délka 30s	3
Radiospoty 2015 (vč. námětu)	3 různé verze radiospotu budou vycházet z videospotu pro ten konkrétní rok tak, aby spolu vytvářely celek, délka 30s	3
Videoklip	natočení videoklipu k písni, která vzejde z veřejné soutěže o píseň kampaně, videoklip bude natáčen zřejmě v interiéru i exteriéru (žádné speciální lokace),	1

	speciální efekty nepředpokládáme, maximální délka 4 minuty	
Natočení singlů písní	natočení písní (audio), které vzejdou zejména ze soutěže o píseň kampaně, v nahrávacím studiu	3
Videorozhovory / Minireportáže	průběžné videorozhovory s majiteli míst, která se označí jako zóny bez nenávisti, a lokálními opinion makery, kteří se ke kampani přihlásí, výsledné video nepřesáhne délku 3 minuty	40
Natočení akcí ve veřejném prostoru	natočení a zpracování performancí a jiných akcí ve veřejném prostoru tak, aby byly atraktivní pro cílovou skupinu, maximální délka 5 minut	10
Jingle projektu	animace, která bude vycházet z loga kampaně a jejích cílů, délka do 5s	1

B 1.2.1. Virální video

Virální video (v délce přibližně 1 minuty) by ideálně mělo zobrazovat určitý incident ve veřejném prostoru, který bude vycházet z témat kampaně. Události kolem něj budou velmi nejasné (je možné, že v něm bude zainteresovaná některá ze známých osobností). Jeho cílem by mělo být zvýšit zájem uživatelů internetu o téma násilí z nenávisti. V určité chvíli pak dojde k odhalení, že šlo o mystifikaci, a tím začne veřejná část kampaně. Celé téma a provedení musí být velmi citlivé (zvláště ve vztahu k obětem násilí z nenávisti a ohroženým skupinám). Divák by v momentě odhalení neměl vůči kampani cítit negativní naladění, ale naopak by mělo navodit pozitivní konotace. Na toto video by pak měly tematicky navazovat také radiospoty i videospoty. Ve virálním videu budou vystupovat 2 postavy (útočník a oběť), pak případně kompars.

B 1.2.2. Videospoty (Videospot 2014, Videospot 2015)

Přesná podoba videospotů bude vyplývat z námětu, na kterém se shodne zadavatel s vybraným dodavatelem. Spoty by měly být jednoduché, vtipné. Svým zpracováním (zejména formou) by měly zřetelně vystupovat z klasického mediálního prostoru. Námět a scénář spotů budou vytvářeny společně s týmem kampaně (zadavatelem), který bude také mít zásadní rozhodovací právo v procesu vzniku spotu tak, aby spot zapadal do celkové strategie a naladění kampaně a měl potenciál zaujmout a oslovit zejména cílovou skupinu.

V tuto chvíli nejsou přesné téma, způsob zpracování ani detaily známy. Není ani zřejmé, zda se budou spoty natáčet v interiéru nebo exteriéru (bude vyplývat z námětu, na kterém se shodne dodavatel se zadavatelem). Zadavatel nicméně nepředkládá žádné speciální lokace

(pokud by se natáčelo v exteriéru), ani účinkování známých osobností. Spoty budou mít maximálně 30 vteřin, bude v nich vystupovat maximálně 5 veřejně neznámých protagonistů (případně další kompars), žádné speciální efekty zadavatel nepředpokládá. Zadavatel předpokládá nejvýše 2 natáčecí dny.

Spot bude vysílán v televizích, jako webová reklama, přes sociální sítě – ideálně by měl mít také virální potenciál.

Dodavatel také zajistí nafocení profesionálních fotografií (rozlišení minimálně 5000 x 3000 pixelů), které budou vycházet z povahy spotu a budou s ním vytvářet jednotný celek. Tyto fotografie budou využity pro propagační účely kampaně - zejména v tisku apod. Dodavatel se zavazuje, že zadavateli poskytne veškerá autorská práva pro nakládání s vybranými fotografiemi (minimálně 3 varianty).

Dodavatel také z každého spotu vytvoří video z natáčení, které bude dále využito pro účely kampaně.

Dodavatel předá finální filmový soubor v nejvyšším rozlišení (ve formátu pro vysílání v televizi a v kině) i k užití pro umístění na Youtube a dalších online prostorech.

B 1.2.3. Radiospoty (Radiospoty 2014, Radiospoty 2015)

Radiospoty budou svou podobou navazovat na videospoty. Po sérii odvysílaných videospotů v televizi budou ve vybraných rádiích prezentovány právě radiospoty, které by měly udržovat povědomí o kampani a zajistit zasažení cílové skupiny. Stejně jako u videospotů v nich budou vystupovat neznámí protagonisté. Spoty by měly být vytvořeny tak, aby jasně vystupovaly z klasického reklamního prostoru a měl tudíž šanci zaujmout a získat si pozornost posluchačů právě svým odlišným zpracováním.

Scénář radiospotů není znám. Bude vytvořen až v návaznosti na scénář příslušných videospotů společně s vybraným dodavatelem.

B 1.2.4. Videoklip

V rámci kampaně proběhne soutěž o píseň kampaně, jejímž cílem je zapojení témat rasismu, xenofobie a násilí z nenávisti do tvorby současných českých kapel/interpretů. Kapele/Interpretovi, která soutěž o píseň kampaně vyhraje, poskytne zadavatel možnost natočení videoklipu k této písni. Z toho důvodu v této chvíli přesnou podobu klipu zadavatel nezná. Předpokládá ale, že záběry budou točeny jak v interiéru (studiu), tak v exteriéru, přičemž žádné z drahých a exkluzivních lokací nebudou využity. Stejně tak zadavatel neuvažuje ani o užití animací nebo speciálních efektů.

Výběr kapely či interpreta zajistí zadavatel, natočení videoklipu pak dodavatel.

Délka klipu by měla být do 4 minut.

B 1.2.5. Natočení singlů písní kampaně

V rámci vyhlášené soutěže o píseň kampaně bude vedle 1 natočeného videoklipu natočena trojice nejlepších singlů, které budou šířeny přes rádia, sociální sítě atd. Dodavatel natočí a dodá zadavateli na základě výzvy 3 finální hudební soubory, jejichž zvuková kvalita bude odpovídat standardům pro vysílání v rádiu.

B 1.2.6. Videorozhovory / Minireportáže

V rámci kampaně budou zejména pro prezentaci značky kampaně hrát významnou roli rozhovory (pozdravy) s majiteli míst (i jejich návštěvníky) nebo např. sportovních klubů, která se hlásí k myšlence kampaně a označují své prostory za zónu bez nenávisti. Klíčové bude atraktivní zpracování rozhovoru / minireportáže tak, aby oslovilo cílovou skupinu a ta měla motivaci takové video sledovat a sdílet na sociálních sítích. Současně by ale témata rozhovorů měla být v souladu s cíli kampaně a rozhovory by měly povědomí o ní a jejích tématech rozšiřovat.

V rámci kampaně současně budou realizovány rozhovory s některými veřejně známými osobnostmi a opinion makery vhodnými pro oslovení cílové skupiny. I pro tyto rozhovory platí stejná kritéria, jako pro rozhovory s provozovateli těchto míst.

Výsledné videa by měla mít minimální délku 60 vteřin, neměla by přesáhnout 3 minuty.

Natáčení rozhovorů bude probíhat v rámci celé ČR (náklady na cestovné dodavatel započítá do nabídkové ceny).

V rámci kampaně tak bude natočeno maximálně 40 takových rozhovorů.

B 1.2.7. Natočení akcí ve veřejném prostoru

V rámci kampaně budou zapojeni také současní umělci a performeři, jejichž úkolem bude rozšiřovat povědomí o kampani a zejména o tématech formou svých performancí ve veřejném prostoru. Pro motivaci cílové skupiny k podobným aktivitám ve svých regionech je kvalitní audiovizuální zachycení akce klíčové. Reportáž by proto měla být divácky atraktivní a svižná. Současně by měla zapadat svou povahou do charakteru kampaně.

Dodavatel celkem natočí maximálně 10 performancí – ty mohou probíhat v různých místech ČR (náklady na cestovné dodavatel započítá do nabídkové ceny).

Dodavatel z každé takové akce předá finální filmový soubor v požadovaném rozlišení k užití pro umístění na Youtube a další webové užití.

Délka výsledného videa se bude pohybovat mezi 2 a 5 minutami.

B 1.2.8. Jingle projektu

Dodavatel zpracuje jingle projektu - krátkou animovanou znělku se zvukovou stopou vycházející z daného vizuálního stylu kampaně, použitelnou pro různé projektové materiály, jako úvod pro rozhovory s majiteli zón bez násilí a nenávisti, pro přehrávání na veřejných akcích apod. Dodavatel se zavazuje, že předá tento jingle zadavateli v rozlišení HD 1920 x 1080 pixelů. Maximální délka bude 5 s.

B 2. Zajištění tisku (část 2)

Předmětem této části veřejné zakázky je tisk a potisk propagačních materiálů a předmětů pro projekt potřebných k propagaci a komunikaci s cílovou skupinou kampaně a širokou veřejností.

Cena bude kalkulována za jednotlivé položky a ks a bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných položek, zadavatel není povinen vyčerpat a uhradit celkový objem.

Zadavatel požaduje zhotovení a dodání následujících položek:

Položka	Specifikace	Požadovaný počet kusů
Samolepky zón bez nenávisti pro nalepení do interiéru	kruh o průměru minimálně 20 cm a maximálně 25 cm (bude upřesněno zadavatelem při objednávce) s jednovětným sloganem pod ním (bude stát samostatně, oddělen od kruhu), maximálně 2 barvy + bílá, PVC materiál (laminace)	maximálně 2.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 1.000 ks v průběhu celé kampaně)
Samolepky zón bez nenávisti pro nalepení na sklo	kruh o průměru minimálně 20 cm a maximálně 25 cm s jednovětným sloganem pod ním (bude stát samostatně, oddělen od kruhu), vhodné pro lepení na sklo výloh a vchodových dveří zevnitř objektu (laminace), maximálně 2 barvy + bílá	maximálně 2.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 1.000 ks v průběhu celé kampaně)
Samolepky velké	samolepky do velikosti A6, PVC materiál, celobarevný tisk	maximálně 20.000 ks (budou dodány na základě 10 různých objednávek po 2.000 ks, a to v různých časech v průběhu celé doby trvání kampaně)
Samolepky malé	samolepky kulaté s průměrem maximálně 7 cm, PVC materiál, jednobarevný tisk (jedna barva + bílá)	maximálně 50.000 ks (budou dodány na základě 20 objednávek po 2.000 ks a 10 objednávek po 1.000 ks, a to v různých časech v průběhu celé doby trvání kampaně)
Pohlednice	velikost A6, gramáž 300g/m ² , celobarevný tisk	maximálně 60.000 ks (budou dodány na základě 15 různých objednávek po 4.000 ks, a to v různých časech v průběhu celé doby trvání kampaně)
Placky	průměr 37mm se špendlíkem k připnutí, jednobarevné	maximálně 150.000 ks (budou dodány na základě 2

Příloha B zadávací dokumentace – Podrobná specifikace předmětu veřejné zakázky

	(jedna barva + bílá)	různých objednávek po 75.000 ks)
Roll up bannery	200 cm x 85 cm, celobarevný tisk, stabilní konstrukce, která odolá slabšímu větru	maximálně 4 ks (budou objednány samostatně, tzn. že půjde o 4 rozdílné bannery objednané v různém časovém období v průběhu celé doby trvání kampaně)
Reklamní plachta velká	celobarevný tisk, venkovní PVC materiál, závěsný za kovová oka, maximální velikost 2 m x 2 m	maximálně 3 ks (budou objednány samostatně, tzn. že půjde o 4 rozdílné reklamní plachty objednané v různém časovém období v průběhu celé doby trvání kampaně)
Reklamní plachta malá	celobarevný tisk, venkovní PVC materiál, závěsný za kovová oka, maximální velikost 1,5 m x 1,5 m	maximálně 3 ks (budou objednány samostatně, tzn. že předpokládáme, že půjde o 4 rozdílné reklamní plachty objednaných v různém časovém období v průběhu celé doby trvání kampaně)
Plakáty A2	celobarevný tisk, papír lesklý křídový 135 g/m ²	maximálně 16.000 ks budou dodány na základě 5 různých objednávek po 1.000 ks, 10 objednávek po 500 ks a 20 objednávek po 300 ks (s tím, že v rámci objednávek po 300 ks může být i několik variant) ,všechny plakáty nebudou stejné – vzejdou z realizace 6. části této zakázky, a to v různých časech v průběhu celé doby trvání kampaně
Letáky	celobarevný oboustranný tisk, lesklá křída gramáž 170 g/m ² , maximální velikost A5	maximálně 30.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 10.000 ks, dále 10 různých objednávek po 1.000 ks, a to v různých časech v průběhu kampaně)
Trička	tisk na jednobarevná trička s krátkým rukávem (barva bude upřesněna v průběhu plnění zakázky) celobarevného potisku. Trička budou z poloviny pánská, z poloviny dámská (různé velikosti), materiál:	maximálně 250 ks (budou dodána na základě 1 objednávky)

Příloha B zadávací dokumentace – Podrobná specifikace předmětu veřejné zakázky

	stoprocentní bavlna, alespoň 200 g/m ²	
Vizitky	celobarevné, rozměr 90x50 mm, matná křída 300 g/m ²	maximálně 3.000 ks (budou dodány na základě 10 různých objednávek po 300 ks, a to v různých časech v průběhu celé doby trvání kampaně)

B 3. Zajištění komiksové tvorby (část 3)

Předmětem této části veřejné zakázky je zajištění pravidelných komiksových stripů, které budou reflektovat různorodé roviny tématu rasismu a násilí z nenávisti.

V průběhu trvání projektu dodavatel vytvoří přibližně v týdenní periodicitě (vždy na výzvu zadavatele nebo dle sjednané harmonogramu) komiksový strip v rozsahu 3-5 políček na téma rasismu, xenofobie a násilí z nenávisti, a to v součinnosti se zadavatelem, který bude na plnění veřejné zakázky dohlížet. Zadavatel si vyhrazuje právo pro zadání témat, scénáře a způsobu zpracování. Volená témata pro komiksovou tvorbu budou vždy vycházet z aktuálních potřeb kampaně a reagovat na aktuální společenské dění. Celkem bude v průběhu plnění zakázky vytvořeno **maximálně 80 komiksových stripů**. Cena bude stanovena za 1 ks – strip a bude hrazena dle skutečného počtu zhotovených stripů - zadavatel není povinen vyčerpat a uhradit celkový objem.

Komiksové stripy budou využity zejména k prezentaci na webu projektu a sociálních sítích, mohou být ale také využity na propagačních materiálech, jako jsou například plakáty, letáky, samolepky apod.

B 4. Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech (část 4)

Předmětem této části veřejné zakázky je průběžný buzzmonitoring zmínek o kampani, dále pak zmínek o tématech blízkých kampani (nenávist vůči různým skupinám, zejména Romům, šíření nenávistných projevů, ale také příklady dobrého soužití, pozitivní příspěvky na blozích apod.), průběžné sledování trendů v této oblasti a identifikace influencerů, a to v relevantních online prostorech (weby, blogy, profily na sociálních sítích, diskusní fóra apod.), a po celé období trvání projektu, včetně zpracovávání níže specifikovaných výstupů a případně dalších uchazečem navržených výstupů. Buzzmonitoring bude realizován jak ve vztahu ke značce tak k tématu (na základě vybraných klíčových slov).

Cena bude kalkulována jako měsíční paušální částka za činnost (buzzmonitoring) a cena za jednotlivé položky a ks výstupů této činnosti (reporty a infografiky) a bude hrazena dle skutečné délky doby plnění a počtu požadovaných položek, zadavatel není povinen vyčerpat a uhradit celkový objem.

Zadavatel požaduje dodávku následujících položek:

Položka	Specifikace	Požadovaný počet kusů
Buzzmonitoring	Průběžný buzzmonitoring zmínek o kampani, tématech blízkých kampani, průběžné sledování trendů v této oblasti a identifikace influencerů a opinion leaderů, a to v relevantních online prostorech dle vybraných klíčových slov (weby, blogy, profily na sociálních sítích, diskusní fóra apod.), po dobu trvání kampaně.	dle počtu měsíců trvání kampaně od uzavření smlouvy (předpoklad 16 měsíců)
Reporty: identifikace opinion leaderů a influencerů, analýza sentimentu a analýza vzájemné afinity, vizualizace výstupů	Identifikace opinion leaderů a influencerů u cílové skupiny 15-25 let (bez ohledu na téma kampaně); identifikace influencerů a komunit s výrazným vlivem na cílovou skupinu (mladí 15-25 let), kteří se tématu kampaně věnují (v pozitivním i negativním směru - např. při organizaci protiromských pochodů, šíření nenávistných projevů, ale také při sdílení příkladů dobrého soužití, pozitivní příspěvky na blozích vhodné k dalšímu šíření apod.);	3

	identifikace influencerů a komunit, kteří nejvíce vstupují do interakce s kampaní (ať pozitivním či negativním vymezením se). Analýza sentimentu těchto zdrojů, jejich vzájemné afinity a vizualizace výstupů. Předběžně: listopad 2014, duben 2015, září 2015	
Reporty: zmínky o projektu a kampani, zmínky o tématech blízkých kampani, trendy, analýza sentimentu, vizualizace výstupů	Shrnutí zmínek o projektu a kampani, identifikace a shrnutí zmínek o tématech blízkých kampani, identifikace a shrnutí trendů, analýza sentimentu a vizualizace výstupů Ve formě pravidelného reportu. Přibližně 1x za 3 měsíce po dobu kampaně	6
Podklady pro infografiky (shrnutí nejzajímavějších poznatků)	shrnutí nejzajímavějších poznatků z buzzmonitoringu v průběhu celé kampaně do podoby podkladů pro infografiky, které budou vhodné pro další sdílení na soc. sítích	5

Buzzmonitoring bude zaměřen výhradně na české online prostředí. Jeho výstupy (reporty, podklady pro infografiku, případně další) budou zadavatelem sdíleny také s dalšími iniciativami a organizacemi bojujícími proti násilí a nenávisti.

Shora uvedené **reporty** bude dodavatel zpracovávat v průběhu projektu, a to v rozsahu min. 20 normostran, které budou obsahovat:

- Souhrn doporučení jak tyto informace v dalších fázích kampaně využít
- Návrhy, na jaká témata, klíčová slova či jiná data se v následujícím období v buzzmonitoringu zaměřit

V závěru projektu dodavatel shrne nejzajímavější poznatky za celé monitorované období do **podkladů pro infografiky** (nejvýše 5 ks) s pracovním názvem “Násilí, nenávist, hejtri a hrdinové na českých sociálních sítích a internetu” vhodných pro další publikaci a sdílení na sociálních sítích. Tyto infografiky budou graficky zpracovány dodavatelem grafických služeb, který je poptáván v jiné části této zakázky.

B 5. Zajištění článků a rešerší pro web kampaně (část 5)

Předmětem této části veřejné zakázky je zpracování článků a rešerší (dále též jen „články“) na nárazově i plánovaně zadávaná témata, která spadají do tématu xenofobie, rasismu, nacionalismu a násilí z nenávisti.

V průběhu plnění veřejné zakázky dodavatel vytvoří **maximálně 100 článků** v rozsahu přibližně 3 normostran na dodavatelem zadaná témata. Zadavatel si vyhrazuje právo pro zadání témat a způsobu zpracování. Témata článků budou vycházet zejména z aktuálních potřeb kampaně v návaznosti na události ve společnosti, ale také na základě dlouhodobě plánovaných aktivit kampaně zaměřených na konkrétní témata. Cena bude stanovena za 1 ks – článek a bude hrazena dle skutečného počtu zpracovaných článků (nebo rešerší) - zadavatel není povinen vyčerpat a uhradit celkový objem.

Úlohou dodavatele bude v jazyce a stylu blízkém cílové skupině kampaně zprostředkovat klíčové informace k danému tématu. Dodavatel bude vycházet zejména z informací, které sám dohledá na základě vlastních rešerší, případně dalších materiálů, jež dodavateli poskytne zadavatel. Některé z textů budou také výtahem z podnětných textů, které se objevily na zahraničních anglicky psaných webech (dodavatel tedy musí být schopen z anglických textů vycházet). Na ty bude dodavatele upozorňovat zadavatel. Dodavatel připojí k článkům také na pokyn zadavatele relevantní obrazové podklady (např. screenshoty, ale také odkazy na videa umístěná online, vtipné animované gify atd.). Dodané články budou po jazykové korektuře.

Níže uvedená témata jsou předpokládána, orientační.

Kdo jsou čeští neonacisté?
Přehled rasisticky motivovaných vražd od 90. let dodnes
Výroky historických osobností o Romech
Historie neonacistů v Česku (kdo byl kdo a jak skončil)
Násilí z nenávisti nerovná se extremismus (80 procent násilí z nenávisti nepáchají extremisté)
10 sportovců, kteří se ozvali proti rasismu
Nejsem rasista, ALE
Historické citace o nepřizpůsobivých (např. Hitler atd.)
Jak poznáte, že jste nacionalistický zoufalec?
Hitparáda největších šířitelů fám na sociálních sítích
10 českých osobností, které se vyjádřili proti rasismu a násilí
Náckovská móda - udělejme si jasno ve značkách

Soubor českých kampaní proti rasismu od roku 1990
10 tipů jak diskutovat s rasisty
5 rozdílů mezi občanským protestem a pogromem
10 trollů, kteří správně namíchli nácky
Top ten crowdsourcingu Co mi babička/rodiče říkali o menšinách - shrnutí výsledků crowdsourcingu na FB z předchozího týdne
10 způsobů, jak zkrotit svou nenávist
Soubor scén proti nenávisti z oblíbených seriálů, českých i zahraničních (video)
Co můžeš udělat, když se městem chystají pochodovat náckové - pět kreativních příkladů (viz např. malování vzkazů na chodníku, klauní trolling apod.)
Pravá identita drsňáků online
10 nejlepších mýtů o gayích a lesbách (růžové kalhoty, fotbalistky, mužatky apod.)
Jak se stát bezdomovcem snadno a rychle (na příkladech ze života sestavit postup, jak se člověk bez vlastní viny stane bezdomovcem)
Gay turistika a naše ekonomika
10 nejlepších mýtů o muslimech v ČR
Stigma lidí s HIV/AIDS (seznam momentů, kdy je člověk okolím konfrontován a kdy je to nejvíce nepříjemné)
Nejvtipnější homofobní komentáře online
10 mýtů o transgenderu
10 situací, kdy společnost nevědomě stresuje lidi s odlišnou pohlavní identitou
Jak být správným vlastencem
Hrdinské činy Romů - kdy Romové někomu zachránili život (Drevňáková apod.)
Co dělat, když se stanu obětí násilí online?

10 osvědčených způsobů, jak se dá řešit problematické soužití v českých městech
Jsme všichni rasisti? aneb Proč všem nenadávat do rasistů

B 6. Zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a jejich realizace (část 6)

Předmětem této části veřejné zakázky je

- Zajištění otevřené **výzvy** pro umělce k předkládání uměleckých děl a projektů (dále jen „projekty“), které řeší téma xenofobie, rasismu, nacionalismu, pravicového radikalismu a násilí z nenávisti
- **Výběr uměleckých projektů**
- Realizace **vybraných performancí**
- Realizace **výstavy současného umění** na dané téma, která bude vycházet zejména z vybraných projektů

B 6.1. Otevřená výzva pro umělce

Výzva pro umělce k předkládání uměleckých projektů, které řeší téma xenofobie, rasismu, nacionalismu, pravicového radikalismu a násilí z nenávisti, bude rozdělena do 3 kategorií dělící přihlášené projekty podle média a realizace:

- **2D umělecká díla** (fotografie, malba, kresba, koláž a další formy výtvarného umění, která budou přetisknutelná na plakáty a jejich prostřednictvím vystavená ve veřejném prostoru). Umělci mohou přihlašovat jednotlivá (hotová) umělecká díla (projekty), ale také série skládající se z maximálně 6 částí/ks.
- **Videoart** (do 5 minut). Umělci budou přihlašovat hotová videa.
- **Performance** ve veřejném prostoru. Umělci budou přihlašovat náměty těchto performancí.

B 6.1.1. 2D umělecká díla

Vybrané projekty budou prezentovány zejména formou plakátů A3 a formou placených výlepů vystavených ve veřejném prostoru českých regionálních měst (plakátovací a další plochy), případně na výstavě. Finální grafickou úpravu a tisk plakátů a výlep zajišťuje zadavatel. Umělecké dílo (projekt) nebo jeho reprodukce budou vždy označeny logem kampaně (vně samotného uměleckého díla – například na spodním okraji plakátu apod.), aby zapadalo do širšího konceptu kampaně.

B 6.1.2. Videoart

Vybrané projekty o maximální délce 5 minut budou vysílány zejména na webových stránkách kampaně v příslušné sekci, šířeny po sociálních sítích kampaně, případně dalšími médii (internetové deníky, televize). Finální vybraná videa budou na svém úvodu nebo konci (v titulcích) opatřena logem kampaně, aby zapadala do jejího širšího konceptu, současně logy donátorů projektu.

B 6.1.3. Performance

Performance budou realizovány ve veřejném prostoru, dodavatel proto vybere projekty tak, aby byly ve veřejném prostoru realizovatelné. Veřejným prostorem se myslí otevřené prostranství, případně budova, kterou denně prochází minimálně několik set lidí, kteří současně nechodí na konkrétní místo kvůli umění. Popis realizace performancí je uveden v čl.

B 6.3.

B 6.2. Výběr uměleckých projektů

Dodavatel sestaví odbornou komisi, která bude umělecké projekty vybírat (dále též jen „výběrová komise“). Zavazuje se současně, že 2 ze členů této komise budou členové týmu kampaně, tedy zástupci zadavatele. Projekty musí být vybírány tak, aby dokázaly komunikovat s obyvateli regionálních měst, kteří nejsou běžnými návštěvníky galerií. Projekty by měly být současně vybírány tak, aby nebyl při jejich realizaci dále rozdmýcháván potenciální konflikt na území města (např. majority s některou z menšin), ale naopak měly potenciál téma citlivě otevřít, konflikt a napětí tlumit a přispívat k dobrému soužití.

Dodavatel, resp. výběrová komise vybere **minimálně 15 projektů v kategorii 2D umění, minimálně 7 projektů v kategorii Videoart a minimálně 10 projektů v kategorii Performance** (dále jen „výstavní kolekce“). Dodavatel vybraným umělcům zaplatí stanovenou odměnu, která je součástí hodnotících kritérií této části veřejné zakázky. Dodavatel se současně svou účastí zavazuje, že zajistí veškerá práva pro užití projektů pro potřeby kampaně, vždy v souvislosti s prezentací projektů (včetně sdělovacích prostředků). Pokud se v rámci otevřené výzvy dodavateli nepodaří vybrat dostatek kvalitních projektů, může po konzultaci se zadavatelem výstavní kolekci doplnit o již existující díla umělců, kteří se do výzvy nepřihlásili.

B 6.3. Realizace vybraných performancí

Organizaci realizace vybraných performancí zajistí dodavatel, samotnou performanci dodavatel nebo umělec (tvůrce) dle jejich vzájemné dohody. Veškeré náklady na realizace performancí musí být zahrnuty v odměně umělci a tím i v nabídkové ceně. Poskytovatel je kromě odměny dle předchozí věty oprávněn účtovat objednateli své vlastní náklady s organizací realizace performancí (tj. nikoliv přímé náklady performance, ale např. administrativní náklady, telefonáty, dopravu poskytovatele do místa performance) v paušální výši.

Zadavatel zajistí pořízení videonahrávky prvních 10 performancí pro účely kampaně s tím, že bude dále tento záznam použit obdobným způsobem jako přihlášená díla v kategorii Videoart.

B 6.4. Výstava současného umění

Dodavatel zejména z projektů vybraných na základě otevřené výzvy (s možností jejich doplnění o díla dalších autorů) zrealizuje výstavu v některé z pražských galerií. Výstava bude sestavena minimálně z děl (projektů) 20 umělců a bude trvat nejméně 2 měsíce. Zadavateli s realizací výstavy nevzniknout žádné další náklady, veškeré náklady (technika, honoráře, propagace apod.) nese dodavatel z prostředků získaných jako ceny za plnění této části veřejné zakázky. Dodavatel se zavazuje, že bude obsahové a faktografické záležitosti týkající se výstavy (texty, propagační materiály a celkové vyznění výstavy) konzultovat se zadavatelem, ty budou procházet jeho schválením, aby se předešlo případnému zkreslení a zkratkovitých informací k tématům kampaně.

B 6.5. Zajištění práv k dílům (projektům)

Dodavatel se zavazuje, že vybraným umělcům z otevřené výzvy poskytne finanční odměnu a

pořídí od nich autorská práva pro užití jejich děl (projektů) pro účely kampaně v rozsahu stanoveném ve vzoru smlouvy dle přílohy J6 této zadávací dokumentace. Dodavatel se taktéž zavazuje, že zajistí písemné souhlasy od autorů uměleckých děl (projektů) k jejich užití pro výše stanovené účely kampaně. Umělci také svým přihlášením souhlasí v případě 2D umění s umístěním loga kampaně na “plakáty”, v jejichž rámci bude umělecké dílo (projekt) realizováno ve veřejném prostoru (s tím, že nebude zakrývat umělecké dílo), v případě videoart bude logo obsaženo v úvodních nebo závěrečných titulcích. Odměna umělcům, jejíž výše je zároveň dílčím hodnotícím kritériem pro tuto část veřejné zakázky, musí zahrnovat i veškeré náklady na zhotovení díla a v případě performance náklady na její realizaci.

B 7. Nákup inzerce v tištěných a internetových médiích (část 7)

Předmětem této části veřejné zakázky je zajištění inzerce a PR článků v zájmových internetových a tištěných médiích, které se orientují na cílové skupiny projektu. Podklady pro inzerci (a to i PR články) dodá dodavatel zadavatel.

Cena bude kalkulována za jednotlivé položky a ks a bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných položek, zadavatel není povinen vyčerpat a uhradit celkový objem.

Specifikace počtu a charakteru požadovaných služeb:

Položka	Specifikace	předpokládané plnění
Časopis pro mladé (příloha, PR článek v tisku a na webu)	Zajištění <u>komplexní inzerce v 1 vydání 1 časopisu pro mladé</u> : 1 volnočasový lifestylový týdeník / čtrnáctideník pro cílovou skupinu cca 13-18 let (např. Bravo). Inzerce proběhne formou přílohy <u>placky</u> velikosti 37 mm ke všem kusům jeho 1 tištěného vydání (placky dodá dodavatel zadavatel). Dále pak v témže tištěném vydání časopisu zajistí <u>PR článek</u> v minimálním rozsahu poloviny vnitřní strany časopisu (bude se jednat zejména o text věnující se násilí z nenávisti s odkazem na kampaň) a <u>PR článek na webových stránkách</u> časopisu v rozsahu minimálně 1,5 normostrany spolu s případnou fotogalerií nebo/a videem. Materiály (texty, fotografie apod. dodá zadavatel). Tištěný náklad časopisu musí být minimálně 25.000 ks. <i><u>Cílová skupina:</u> teenageři a mladí lidé 13-18 středního proudu, kteří se příliš o lidskoprávní témata doposud nezajímají. Současně jsou snadno ovlivnitelní, informace nepřebírají kriticky. Často se nechávají ovlivňovat novými trendy. Ve svých názorech nejsou příliš vyhranění.</i>	podzim 2014
Sportovní periodika (PR článek v tisku a na webu)	Zajištění <u>inzerce ve 3 sportovních měsícnících</u> . 2 pro mladé věnující se snowboardingu a skateboardingu (např. Free Magazine, Board), třetí pro mladé věnující se bmx/mtb kolům (např. Dirtbiker, MBAction). V každém z nich formou PR článků v rozsahu minimálně 1 normostrany (plus fotografie) v 1 tištěném vydání, současně PR článek v rozsahu minimálně 1,5 normostrany na webu každého z časopisů. Materiály (texty, fotografie apod.) dodá zadavatel. Čtenost každého z časopisů musí být minimálně 15.000 ks.	podzim - zima 2014-2015
Zóny bez nenávisti	Zajištění inzerce <u>v každém z níže definovaných typech tištěných periodik</u> :	zima 2014-2015

	1) <u>2 zpravodajské týdeníky</u> pro širší spektrum čtenářů (s tištěným nákladem minimálně 30.000 ks), které zahrnují jak informace z ekonomiky, politiky, tak kultury nebo dalších společenských témat. V každém z nich budou aspoň 2 opakování inzerátu - minimálně velikosti ¼ strany (např. Respekt, Reflex, Týden) 2) <u>1 kulturní týdeník/čtrnáctideník</u> (s tištěným nákladem aspoň 7.000 ks), ve kterém se kromě informací o kultuře a umění objevují také informace o společenskovedních tématech a aktuálních problémech. V tištěné podobě budou aspoň 2 opakování inzerce - minimálně ½ strany, na jeho webových stránkách pak bude 1 PR článek v minimální délce 1,5 normostrany, který bude v náhledu nebo formou bannerového odkazu umístěn (perex a fotografie nebo banner nebo jiná forma upoutávky) na hlavní stránce média po dobu minimálně 7 dnů. (např. A2) 3) <u>1 kulturní týdeník/dvoutýdeník/měsíčník</u>, který je distribuován v Praze a v Brně zdarma a poskytuje přehled o aktuálním kulturním dění v těchto dvou metropolích (umění, hudba, film, divadlo atd.) - v každé z jeho regionálních mutací (Praha a Brno) bude v průběhu kampaně uveřejněn v tištěné podobě 1 PR článek v minimálním rozsahu 1 normostrany plus fotografie. Na webu tohoto periodika bude současně umístěn banner (nebo jiný druh upoutávky) minimálně po dobu 7 dnů, který bude odkazovat na PR článek v rozsahu minimálně 1,5 normostrany. Minimální tištěný náklad periodika musí být 30.000 ks. (např. Metropolis Magazín) 4) Celkem <u>9 PR článků</u> (minimálně 1,5 normostrany) s možností vložení videa a fotogalerie, a to na následujících typech <u>internetových médií</u> Každý článek bude současně promován na hlavní stránce (banner nebo jiná forma upoutávky na článek) minimálně po dobu 7 dnů: - 3 sportovní weby (zaměřené na moderní adrenalinové sporty jako SNB, skate, parkour apod.) – (např. Boardmag.cz, Tbb-bike.cz) - 2 společenskovedně nebo lidskoprávně orientovaná inet média (např. A2larm.cz, Protisedi.cz) - 2 umělecké portály - výtvarné umění (např.	
--	---	--

	Artalk.cz, Artyčok.tv) - 2 divadelní / taneční portály (např. Tanecnizona.cz, Divadelni-noviny.cz) <i><u>Cílová skupina:</u> Je mnohem širší - tedy jak širší veřejnost, která se dozví o existenci zón bez nenávisti (míst, kde není místo pro násilí a nenávist), tak zejména potenciální provozovatelé míst, kteří by mohli mít o označení svých míst touto značkou zájem (např. kluby, kavárny, galerie, divadla, sportovní kluby, sportoviště, hospody apod.). Více informací o povaze zón bez nenávisti a cílové skupině v příloze A zadávací dokumentace.</i>	
Píseň kampaně	1) <u>Inzerce v multižánrovém hudebním měsíčníku</u>, který reflektuje mladé hudební žánry (je tudíž zaměřen na cílovou skupinu kampaně 15-25, nebo její části) formou PR článku v tištěné podobě v rozsahu minimálně 1 normostrany a fotografie. Současně bude na webu tohoto periodika umístěn banner a PR článek v rozsahu minimálně 1 normostrany. Tento článek (náhled nebo banner na něj odkazující) se bude na hlavní stránce zobrazovat nejméně 7 dnů (např. Fullmoon) 2) Zajištění PR článku (minimálně 1,5 normostrana na serveru Bandzone.cz. Tento článek bude minimálně 14 dní promován na hlavní stránce (bannerem, náhledem článku nebo jinou formou). 3) Zajištění PR článků rozsahu minimálně 1,5 normostrany na dalších hudebních a kulturních portálech a internetových médiích, které navštěvují příznivci hudby, ideálně potom mladé kapely. Dodavatel zajistí minimálně 1 článek na 5 různých serverech společně s bannerem (nebo jinou upoutávkou) na hlavní stránce, a to na dobu minimálně 7 dnů každý (celkem tedy minimálně 5 článků). Minimální týdenní návštěvnost každého ze serverů musí být aspoň 2.500. (např. Monstermusic.cz, Protisedi.cz, Freshspace.cz, Indiemusic.cz, Musicserver.cz, Czechcore.cz) 4) <u>1 kulturní týdeník/dvoutýdeník/měsíčník</u>, který je <u>distribován zdarma</u> (alespoň v Praze) a poskytuje přehled o aktuálním kulturním dění (umění, hudba, film, divadlo atd.). Bude v něm v tištěné podobě uveřejněn inzerát minimálně v	zima - jaro 2015

	rozsahu ½ normostrany. Současně bude minimálně po dobu 7 dnů na hlavní stránce jeho internetové mutace banner odkazující na PR článek v rozsahu minimálně 1,5 normostrany. Minimální tištěný náklad periodika musí být 4.000 ks. (např. Artikl) <i><u>Cílová skupina:</u> Zejména mladé kapely a interpreti, kteří by mohli mít o účast v soutěži o píseň kampaně zájem (její výhrou je natočení profesionální videoklipu písně a její promo).</i>	
Deníky - web	Zajištění 20 PR článků (v rozsahu minimálně 1,5 normostrany + možnosti vložení fotografií nebo/a videa) na webových stránkách různých lokálních mutací Deníku Bohemia (lokality budou známy až v průběhu kampaně na základě aktuální situace). Podmínkou je, aby se článek (perex s fotografií) zobrazoval minimálně týden na hlavní webové stránce média. Veškeré materiály pro PR článek, stejně jako rozhodnutí, ve které lokální mutaci inzerce proběhne, dodá a určí zadavatel. <i><u>Cílová skupina:</u> Běžní obyvatelé regionů, kteří se o politiku a další zprávy příliš nezajímají, zajímají se ale čas od času o zprávy z jejich regionů a měst a sledují je na webových mutacích regionálních deníků.</i>	průběžně

Dodavatel vždy zadavateli dodá alespoň 1 výtisk časopisu/novin, ve kterém byla inzerce uveřejněna, nejpozději do 30 dnů od otištění. V případě online médií dodá dodavatel zadavateli e-mailem link + screenshot obrazovky s konkrétním inzerátem, bannerem, PR článkem nejpozději do 1 týdne od zveřejnění.

Zadavatel uvádí, že zajištění inzerce na serveru Bandzone.cz požaduje, neboť je nejnavštěvovanější a nejužívanější databázi na které mohou skupiny a hudebníci vytvářet své profily, informovat o svých koncertech a prezentovat svou tvorbu. Obdobně to platí pro Deník Bohemia, který je nejčtenějším deníkem v ČR. Uchazeč je oprávněn nabídnout jiné řešení, bude-li mít stejné zaměří a bude-li nejčtenější / nejnavštěvovanější.

Uchazeč v nabídce uvede nabízená média, a to vyplněním přílohy č. 1 vzoru smlouvy dle přílohy J7 této zadávací dokumentace. Uchazeč kromě názvu média uvede jeho čtenost, tištěný náklad nebo návštěvnost, pokud je zadavatel uvádí jako podmínku.
Neuvedení média či uvedení média nesplňující výše uvedené podmínky bude posuzováno jako nesplnění zadávacích podmínek.

C - Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky

Obsahem této přílohy jsou technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky. Přímě v textu některých článků je uveden vzor pro předložení některých seznamů významných služeb a osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci. Zeleně označená část textu těchto vzorů je instrukce zadavatele a lze ji vypustit.

C 1. Zajištění grafických a audiovizuálních prací (část 1)

Splnění technických kvalifikačních předpokladů prokáže uchazeč, který předloží:

- a) osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci.

C 1.1. Osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci

Uchazeč (dodavatel) předloží dle § 56 odst. 2 písm. e) zákona osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci osob odpovědných za poskytování příslušných služeb.

Uchazeč splňuje technický kvalifikační předpoklad, pokud osvědčí vzdělání a odbornou kvalifikaci alespoň 2 členů týmu, kteří jsou odpovědní za poskytnutí služeb, v následujícím minimálním složení a za splnění následujících podmínek:

- a) u minimálně 1 člena týmu prokáže:
 - i. minimálně středoškolské vzdělání s maturitou v oboru grafika,
 - ii. alespoň tříletou praxi v oboru grafika,
 - iii. zkušenosti s minimálně 2 kampaněmi v pozici grafika.
- b) u minimálně 1 člena týmu prokáže minimálně bakalářské vzdělání v oboru videotvorby (filmová škola, případně umělecká škola se zaměřením na videoart).

K prokázání splnění tohoto kvalifikačního předpokladu uchazeč předloží:

- a) **seznam členů týmu** s uvedením:
 - i. jména a příjmení členů týmu,
 - ii. dosaženého vzdělání,
 - iii. relevantní praxe (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)
- b) **doklady o vzdělání** v relevantním oboru,
- c) **podepsané strukturované profesní životopisy** členů týmu, z jejichž obsahu bude zřejmé splnění uvedených podmínek.

Osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci lze předložit ve formě dle vzoru v článku C 1.1.1 s příslušnými přílohami.

Členové týmu uvedení v nabídce uchazeče se musí aktivně podílet na plnění této části veřejné zakázky. V případě potřeby změny člena týmu oproti osobám uvedeným v nabídce uchazeče je tato možná pouze se souhlasem zadavatele. Zadavatel tento souhlas neudělí v případě, že

by po takové změně tým kumulativně nesplňovat veškeré uvedené požadavky zadavatele na tým v tomto článku uvedené.

C 1.1.1. Vzor osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci

Při prokazování tohoto kvalifikačního předpokladu může uchazeč předložit níže uvedený vzor.

Vzor osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci (část 1)

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, pro kterou je nabídka podávána	Zajištění grafických a audiovizuálních prací (část 1)
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Seznam členů týmu

Člen týmu	Jméno, příjmení	Dosažené vzdělání (škola, obor, případně titul)	Relevantní praxe min. 3 roky (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)	Relevantní praxe min. 2 kampaně (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)
dle čl. C 1.1 písm. a)				
dle čl. C 1.1 písm. b)			x	x

V případě více členů realizačního týmu doplňte tabulku stejným způsobem.

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

Přílohy:

- doklady o vzdělání
- podepsané strukturované profesní životopisy (min. 2 členů týmu)

C 2.Zajištění tisku (část 2)

Splnění technických kvalifikačních předpokladů prokáže uchazeč, který předloží:

a) seznam významných služeb.

C 2.1. Seznam významných služeb

Uchazeč (dodavatel) předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech.

Uchazeč splňuje tento technický kvalifikační předpoklad, pokud v posledních 3 letech realizoval alespoň 2 významné služby (zakázky) obdobného charakteru, tj. tisk a potisk propagačních materiálů a předmětů ve finančním objemu minimálně 200.000 Kč vč. DPH za každou zakázku.

Seznam významných služeb lze předložit ve formě dle vzoru v článku C 2.1.1. Přílohou seznamu významných služeb musí být:

- a) osvědčení vydané veřejným zadavatelem, pokud byly služby poskytovány veřejnému zadavateli, nebo
- b) osvědčení vydané jinou osobou, pokud byly služby poskytovány jiné osobě než veřejnému zadavateli, nebo
- c) smlouva s jinou osobou a doklad o uskutečnění plnění dodavatele, není-li současně možné osvědčení podle předchozího bodu od této osoby získat z důvodů spočívajících na její straně,

a tyto přílohy musí osvědčovat výše uvedených podmínek.

C 2.1.1. Vzor seznamu významných služeb

Při prokazování tohoto kvalifikačního předpokladu může uchazeč předložit níže uvedený vzor.

Vzor seznamu významných služeb (část 2)

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, pro kterou je nabídka podávána	Zajištění tisku (část 2)
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Seznam významných služeb

Popis poskytnuté služby (obsah)	Finanční objem (v Kč vč. DPH, min. 200.000)	Období poskytování služby (vymezené měsíce a roky; ne později než před 3 lety)	Subjekt, kterému byly služby poskytovány (objednatel)	Doklad, kterým je služba prokazována (viz čl. C 2.1 písm. a) až c)
1.				
2.				

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

Přílohy: viz čl. C 2.1 písm. a) až c)

C 3. Zajištění komiksové tvorby (část 3)

Pro tuto část veřejné zakázky zadavatel nepožaduje prokázání technických kvalifikačních předpokladů.

C 4. Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech (část 4)

Splnění technických kvalifikačních předpokladů prokáže uchazeč, který předloží:

- a) seznam významných služeb,
- b) osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci.

C 4.1. Seznam významných služeb

Uchazeč (dodavatel) předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech.

Uchazeč splňuje tento technický kvalifikační předpoklad, pokud v posledních 3 letech realizoval alespoň 3 významné služby (zakázky) obdobného charakteru, tj. realizoval buzzmonitoring, a to:

- i. alespoň 2 služby buzzmonitoringu značky, ve finančním objemu minimálně 200.000 Kč vč. DPH za každou zakázku,
- ii. alespoň 1 službu buzzmonitoringu týkajícího se společenského tématu v délce minimálně 3 měsíců (bez stanovení finančního objemu).

Seznam významných služeb lze předložit ve formě dle vzoru v článku C 4.1.1. Přílohou seznamu významných služeb musí být:

- a) osvědčení vydané veřejným zadavatelem, pokud byly služby poskytovány veřejnému zadavateli, nebo
- b) osvědčení vydané jinou osobou, pokud byly služby poskytovány jiné osobě než veřejnému zadavateli, nebo
- c) smlouva s jinou osobou a doklad o uskutečnění plnění dodavatele, není-li současně možné osvědčení podle předchozího bodu od této osoby získat z důvodů spočívajících na její straně.

C 4.1.1. Vzor seznamu významných služeb

Při prokazování tohoto kvalifikačního předpokladu může uchazeč předložit níže uvedený vzor.

Vzor seznamu významných služeb (část 4)

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisli v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, pro kterou je nabídka podávána	Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech (část 4)
Obchodní firma nebo název uchazeče	

Příloha C zadávací dokumentace – Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky

právnícké osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Seznam významných služeb

Typ významné služby	Popis poskytnuté služby (obsah)	Finanční objem (v Kč vč. DPH)	Období poskytování služby (vymezené měsíci a roky; ne později než před 3 lety)	Subjekt, kterému byly služby poskytovány (objednatel)	Doklad, kterým je služba prokázána (viz čl. C 4.1 písm. a) až c)
1. buzzmonitoring značky		--min. 200.000--			
2. buzzmonitoring značky		--min. 200.000--			
3. buzzmonitoring společenského tématu		X	--min. v délce 3 měsíců--		

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

Přílohy: viz čl. C 4.1 písm. a) až c)

C 4.2. Osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci

Uchazeč (dodavatel) předloží dle § 56 odst. 2 písm. e) zákona osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci osob odpovědných za poskytování příslušných služeb.

Uchazeč splňuje technický kvalifikační předpoklad, pokud osvědčí vzdělání a odbornou kvalifikaci alespoň 1 člena týmu, který je odpovědný za poskytnutí služeb, za splnění následujících podmínek:

- i. vysokoškolské vzdělání minimálně magisterského stupně v oboru sociologie,

ii. alespoň tříletou praxi v oboru výzkumů a analýzy získaných dat.

K prokázání splnění tohoto kvalifikačního předpokladu uchazeč předloží:

a) **seznam členů týmu** s uvedením:

- jména a příjmení členů týmu,
- dosaženého vzdělání,
- relevantní praxe (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)

b) **doklady o vzdělání** v relevantním oboru,

c) **podepsané strukturované profesní životopisy** členů týmu, z jejichž obsahu bude zřejmé splnění uvedených podmínek.

Osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci lze předložit ve formě dle vzoru v článku C 4.2.1 s příslušnými přílohami.

Členové týmu uvedení v nabídce uchazeče se musí aktivně podílet na plnění této části veřejné zakázky. V případě potřeby změny člena týmu oproti osobám uvedeným v nabídce uchazeče je tato možná pouze se souhlasem zadavatele. Zadavatel tento souhlas neudělí v případě, že by po takové změně člen týmu nesplňoval veškeré uvedené požadavky zadavatele na tým v tomto článku uvedené.

C 4.2.1. Vzor osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci

Při prokazování tohoto kvalifikačního předpokladu může uchazeč předložit níže uvedený vzor.

Vzor osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci (část 4)

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisli v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, pro kterou je nabídka podávána	Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech (část 4)
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Seznam členů týmu

Jméno, příjmení	Dosažené vzdělání (škola, obor, titul)	Relevantní praxe (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)

V případě více členů realizačního týmu doplňte tabulku stejným způsobem.

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

Přílohy:

- doklady o vzdělání
- podepsané strukturované profesní životopisy (min. 1 člena týmu)

C 5. Zajištění článků a rešerší pro web kampaně (část 5)

Pro tuto část veřejné zakázky zadavatel nepožaduje prokázání technických kvalifikačních předpokladů.

C 6. Zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a jejich realizace (část 6)

Splnění technických kvalifikačních předpokladů prokáže uchazeč, který předloží:

- a) osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci.

C 6.1. Osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci

Uchazeč (dodavatel) předloží dle § 56 odst. 2 písm. e) zákona osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci osob odpovědných za poskytování příslušných služeb.

Uchazeč splňuje technický kvalifikační předpoklad, pokud

- i. **osvědčí odbornou kvalifikaci** dodavatele nebo vedoucích zaměstnanců dodavatele nebo osob v obdobném postavení a osob odpovědných za poskytování příslušných služeb (vedoucí zaměstnanci a další uvedené osoby dále jen „členové týmu“), spočívající v praxi dodavatele nebo členů týmu při **realizaci alespoň 3 skupinových** (v počtu minimálně 5 umělců za každou výstavu) **výstav současného umění**;
- ii. **osvědčí vzdělání a odbornou kvalifikaci alespoň 2 členů týmu**, kteří jsou odpovědní za poskytnutí služeb, za splnění následujících podmínek:
 - a) alespoň 1 kurátor výstavy:
 - vysokoškolské vzdělání minimálně magisterského stupně v oboru teorie nebo dějin umění nebo získaného na některé z uměleckých škol,
 - praxe s realizací minimálně 5 výstav, z toho alespoň 1 skupinové výstavy s obdobným tématem (násilí z nenávisti, násilí obecně, rasismus, nacionalismus, xenofobie, extremismus, diskriminace, multikulturalismus, rovné příležitosti).
 - b) alespoň 1 člen týmu:
 - b1) praxe s realizací otevřené výzvy pro umělce, s její propagací a vyhodnocením;
 - b2) praxe s produkcí (technickým zajištěním) umělecké performance;příčemž tyto praxe může prokázat samostatně 2 osobami nebo některou z těchto praxí může prokázat prostřednictvím kurátora (tzn. 1 člen týmu **nemusí** mít praxi s realizací otevřené výzvy **a zároveň** s produkcí umělecké performance).
- iii. **osvědčí vzdělání a/nebo odbornou kvalifikaci alespoň 3 členů týmu – výběrové komise**, která bude na základě otevřené výzvy vybírat umělce pro realizaci děl ve veřejném prostoru. Pro každého z členů výběrové komise musí osvědčit **alespoň 1** z níže uvedených podmínek:
 - iii.1. minimálně magisterské vzdělání v oboru teorie nebo dějiny umění, případně na některé z uměleckých škol) nebo
 - iii.2. alespoň tříletou praxi v oboru na pozicích kurátorů současného umění nebo
 - iii.3. praxi při realizaci alespoň 5 výstav, které kurátorsky zrealizoval.

K prokázání splnění tohoto kvalifikačního předpokladu uchazeč předloží:

- a) **seznam** (dodavatelem nebo členy týmu) **realizovaných skupinových výstav** současného umění dle čl. C 6.1 bod i,
- b) **seznam členů týmu** dle čl. C 6.1 bod ii s uvedením:
- jména a příjmení členů týmu,
 - dosaženého vzdělání (jen u kurátora),
 - relevantní praxe (název výstav a obsah pro čl. C 6.1 bod ii písm. a); pro čl. C 6.1 bod ii písm. b) subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka),
- c) **seznam členů týmu – výběrové komise** dle čl. C 6.1 bod iii s uvedením:
- jména a příjmení členů týmu,
 - dosaženého vzdělání **nebo** relevantní praxe (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)
- d) **doklady o vzdělání** v relevantním oboru,
- e) **podepsané strukturované profesní životopisy** členů týmu, z jejichž obsahu bude zřejmé splnění uvedených podmínek.

Osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci lze předložit ve formě dle vzoru v článku C 6.1.1 s příslušnými přílohami.

Členové týmu uvedení v nabídce uchazeče se musí aktivně podílet na plnění této části veřejné zakázky. V případě potřeby změny člena týmu oproti osobám uvedeným v nabídce uchazeče je tato možná pouze se souhlasem zadavatele. Zadavatel tento souhlas neudělí v případě, že by po takové změně tým kumulativně nesplňoval veškeré uvedené požadavky zadavatele na tým v tomto článku uvedené.

C 6.1.1. Vzor osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci

Při prokazování tohoto kvalifikačního předpokladu může uchazeč předložit níže uvedený vzor.

Vzor osvědčení o vzdělání a odborné kvalifikaci (část 6)

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisli v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, pro kterou je nabídka podávána	Zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a jejich realizace (část 6)
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Seznam realizovaných skupinových výstav současného umění

Název skupinové	Stručný popis tématu výstavy a počet	jméno a příjmení
-----------------	--------------------------------------	------------------

Příloha C zadávací dokumentace – Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky

výstavy současného umění	vystavovaných umělců	člena týmu, který se na realizaci výstavy podílel (nebo dodavatele, pokud se podílel on sám)
1.		
2.		
3.		

V případě více realizovaných výstav doplňte tabulku stejným způsobem.

Seznam členů týmu

Člen týmu	Jméno, příjmení	Relevantní praxe		Dosažené vzdělání (škola, obor, titul)
		název výstav a obsah	subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka nebo počet	
dle čl. C 6.1 bod ii písm. a) (kurátor)		1.	x	
		2.		
		3.		
		4.		
		5.		
dle čl. C 6.1 bod ii písm. b1)		x		x
dle čl. C 6.1 bod ii písm. b2)		x		x

V případě více členů realizačního týmu doplňte tabulku stejným způsobem. Požadavky lze prokázat prostřednictvím 2 členů týmu, v takovém případě vyplňte jméno a příjmení do více řádků.

Seznam členů týmu – výběrové komise

Člen týmu	Jméno, příjmení	Relevantní praxe nebo dosažené vzdělání (postačuje splnění 1 ze 3 podmínek dle čl. C 6.1 bod iii)		
		Dosažené vzdělání (škola, obor, titul)	Relevantní praxe (subjekt, u kterého byla realizována, obsah a délka)	Relevantní praxe (obsah a počet výstav)
dle čl. C 6.1 bod iii				

Příloha C zadávací dokumentace – Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky

dle čl. C 6.1 bod iii				
dle čl. C 6.1 bod iii				

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

Přílohy:

- podepsané strukturované profesní životopisy všech členů týmu, které uchazeč uvede v tomto dokumentu
- doklady o vzdělání v relevantním oboru u kurátora výstavy a u všech členů týmu – výběrové komise, u nichž uchazeč prokazuje splnění kvalifikačního předpokladu dosaženým vzděláním dle čl. C 6.1 bod iii.3

C 7. Nákup inzerce v tištěných a internetových médiích (část 7)

Splnění technických kvalifikačních předpokladů prokáže uchazeč, který předloží:

a) seznam významných služeb.

C 7.1. Seznam významných služeb

Uchazeč (dodavatel) předloží seznam významných služeb poskytnutých dodavatelem v posledních 3 letech s uvedením jejich rozsahu a doby poskytnutí.

Uchazeč splňuje tento technický kvalifikační předpoklad, pokud v posledních 3 letech realizoval alespoň 3 významné služby (zakázky) obdobného charakteru, tj. nákup inzerce v tištěných nebo internetových médiích ve finančním objemu minimálně 500.000 Kč vč. DPH za každou zakázku.

Seznam významných služeb lze předložit ve formě dle vzoru v článku C 7.1.1. Přílohou seznamu významných služeb musí být:

- a) osvědčení vydané veřejným zadavatelem, pokud byly služby poskytovány veřejnému zadavateli, nebo
- b) osvědčení vydané jinou osobou, pokud byly služby poskytovány jiné osobě než veřejnému zadavateli, nebo
- c) smlouva s jinou osobou a doklad o uskutečnění plnění dodavatele, není-li současně možné osvědčení podle předchozího bodu od této osoby získat z důvodů spočívajících na její straně.

C 7.1.1. Vzor seznamu významných služeb (část 7)

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, pro kterou je nabídka podávána	Nákup inzerce v tištěných nebo internetových médiích (část 7)
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Seznam významných služeb

Popis poskytnuté služby (název, obsah)	Finanční objem (v Kč vč. DPH, min. 500.000)	Období poskytování služby (vymezené měsíce a roky; ne později než před 3 lety)	Subjekt, kterému byly služby poskytovány (objednatel)	Doklad, kterým je služba prokazována (viz čl. C 7.1 písm. a) až c)
1.				

Příloha C zadávací dokumentace – Technické kvalifikační předpoklady pro jednotlivé části veřejné zakázky

2.				
3				

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

Přílohy: viz čl. C 7.1 písm. a) až c)

D - Podklady pro hodnocení, hodnotící kritéria a způsob hodnocení pro jednotlivé části veřejné zakázky

V této příloze jsou stanoveny (samostatně pro jednotlivé části veřejné zakázky) požadavky zadavatele na podklady pro hodnocení, hodnotící kritéria a způsob hodnocení nabídek. Pokud zadavatel požaduje předložení jakýchkoliv ukázek (ať už uvozeno slovy „vlastní“ či nikoliv), je uchazeč oprávněn předložit jen takové ukázky, které sám vytvořil (např. uchazeč fyzická osoba je jejich autorem, uchazeč právnická osoba byl zhotovitel takového díla na objednávku, jednalo se o zaměstnanecké dílo u uchazeče) nebo které vytvořil člen týmu, který se bude podílet na realizaci předmětu příslušné části veřejné zakázky. Předložení ukázky, která nesplňuje podmínku dle předchozí věty (např. předložení cizího autorského díla jako vlastního) je důvodem k vyloučení z účasti v zadávacím řízení.

Nepředložení stanoveného minimálního počtu podkladů pro hodnocení povede k vyřazení nabídky pro nesplnění zadávacích podmínek.

Mírou splnění požadavků na podklady k hodnocení se rozumí míra naplnění obsahu definovaného pro každý takový podklad a jeho relevance (jinými slovy, zda obsahuje vše, co má, a v jaké míře); přičemž bude hodnocena u všech kvalitativních dílčích hodnotících kritérií.

D 1. Zajištění grafických a audiovizuálních prací (část 1)

D 1.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce předloží podklady uvedené v čl. D 1.1.1 a D 1.1.2 této přílohy.

D 1.1.1. Ukázka audiovizuální práce:

- **Námět virálního videa:** Uchazeč předloží písemný námět virálního videa (max. 3 normostrany), jehož cílem je zejména upoutat pozornost na téma násilí z nenávisti, využívat mystifikace, současně ale v momentu odhalení navodit pozitivní emoce uživatelů internetu. Uchazeč ve svém námětu také popíše, jakým způsobem chce zamýšleného efektu dosáhnout. Tento námět nemusí být předlohou pro konečné natočení videa, bude především sloužit k posouzení kreativity, originality a ztotožnění se s povahou kampaně uchazečem.
- **Námět prvního videospotu:** Uchazeč předloží písemný námět prvního videospotu (max. 3 normostrany), jehož cílem je zejména zábavnou formou upozornit diváky na existenci kampaně a současně bude svou povahou vyčnívat z klasického reklamního prostoru. Tento námět nemusí být předlohou pro natočení videospotu, bude především sloužit k posouzení kreativity, originality a ztotožnění se s povahou kampaně uchazečem.
- **Námět videorozhovoru:** Uchazeč předloží písemný námět videorozhovoru s provozovateli zón bez násilí a nenávisti (max. 2 normostrany, kde se uchazeč zaměří zejména na návrh netradičního pojednání formátu rozhovoru nebo minireportáže pro získání pozornosti cílové skupiny.
- **Ukázka videospotů:** Uchazeč předloží vlastní (uchazečem) vytvořené videospoty (min. 2, max. 5), jejichž výrobní cena odpovídá ceně za videospoty v uchazečově nabídce. Tyto ukázky uchazeč předloží na datovém nosiči chráněném proti přepisu v případě podání

listinné nabídky, nebo vloží jako součást nabídky na profilu zadavatele v případě elektronické nabídky (viz čl. 3.1.2 a 3.1.3 zadávací dokumentace).

- ***Ukázka virálního videa:*** Uchazeč předloží vlastní (uchazečem) vytvořené video, které se stalo virálním (min. 1, max. 5), jehož výrobní cena odpovídá ceně za virální videa v uchazečově nabídce, a to společně s písemnou informací o počtu zhlédnutí a případnými mediálními ohlasy. Tyto ukázky uchazeč předloží na datovém nosiči chráněném proti přepisu v případě podání listinné nabídky, nebo vloží jako součást nabídky na profilu zadavatele v případě elektronické nabídky (viz čl. 3.1.2 a 3.1.3 zadávací dokumentace).
- ***Ukázka videoklipu:*** Uchazeč předloží vlastní (uchazečem) vytvořený videoklip (min. 1, max. 3), jehož výrobní cena odpovídá ceně za videoklip v uchazečově nabídce. Tyto ukázky uchazeč předloží na datovém nosiči chráněném proti přepisu v případě podání listinné nabídky, nebo vloží jako součást nabídky na profilu zadavatele v případě elektronické nabídky (viz čl. 3.1.2 a 3.1.3 zadávací dokumentace).
- ***Ukázka videoreportáže nebo videorozhovoru:*** Uchazeč předloží vlastní (uchazečem) vytvořenou videoreportáž nebo videorozhovor (min. 1, max. 3), jejichž výrobní cena odpovídá ceně za videoreportáž nebo videorozhovor v uchazečově nabídce. Tyto ukázky uchazeč předloží na datovém nosiči chráněném proti přepisu v případě podání listinné nabídky, nebo vloží jako součást nabídky na profilu zadavatele v případě elektronické nabídky (viz čl. 3.1.2 a 3.1.3 zadávací dokumentace).

D 1.1.2. Ukázka grafiky:

- ***Návrh plakátu kampaně:*** Uchazeč předloží grafický návrh plakátu (min. 1, max. 5) kampaně na libovolné téma za použití libovolných materiálů, které bude řešit téma násilí z nenávisti a jemu příbuzné oblasti. Uchazeči by v návrhu měli reflektovat povahu, cíle kampaně a potřeby cílové skupiny (viz obecné informace o kampani a analýza hloubkových rozhovorů dle přílohy A této zadávací dokumentace), návrhy by proto neměly být negativní, naopak by měly působit pozitivně a téma zpracovat hravou a vtipnou formou.
- ***Návrh plochy pro PC:*** Uchazeč předloží min. 1 a max. 3 návrhy pracovní plochy pro PC. Ty budou navazovat na styl navrženého plakátu a tvořit s ním jednotný celek. Uchazeč může při zpracování použít libovolné materiály (fotografie, kresby apod.). Uchazeči by v návrhu měli reflektovat povahu a cíle kampaně a téma zpracovat vtipnou formou.
- ***Ukázka grafických prací:*** Uchazeč předloží ukázku min. 10 a max. 20 dosavadních vlastních grafických prací, dále minimálně 2 infografik.

Uchazeč předloží výše popsané podklady v případě elektronicky podané nabídky nahráním na profilu zadavatele (viz čl. 3.1.3 zadávací dokumentace) a v případě listinné nabídky je oprávněn sám zvolit, zda je předloží v tištěné podobě nebo na datovém nosiči chráněném proti přepsání s uvedením obsahu tohoto datového nosiče.

D 1.1.3. Nabídková cena:

Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 2 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J1 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za všechny části (položky) předmětu plnění této části veřejné zakázky v maximálním počtu kusů. Cena videospotů bude započtena pro účely hodnocení ve výši za 2 natáčecí dny s 4-5 herci a komparesem.

D 1.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Jednotlivým dílčím kritériím jsou zadavatelem stanoveny váhy v procentech podle jejich důležitosti tak, že jejich součet je celkem 100 %.

Zadavatel stanovil tato dílčí hodnotící kritéria:

- a) Nabídková cena
- b) Kvalita návrhů audiovizuálních prací
- c) Kvalita návrhů grafických prací
- d) Kvalita ukázky prací

a) Nabídková cena - váha 60 %

Celková nabídková cena **včetně DPH**.

b) Kvalita návrhů audiovizuálních prací - váha 15 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předloženého textového

- ***námětu virálního videa,***
- ***námětu prvního videospotu a***
- ***námětu videorozhovoru***

dle čl. D 1.1.1.

Hodnocena bude vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení zejména míra originality a invence v návrhu zpracování. V hodnocení námětu videospotu bude hodnocena zejména míra originality vzhledem k požadavku, aby výsledný videospot svým charakterem vyčníval z běžného televizního reklamního pásma. Důraz bude kladen také na originalitu a efektivitu nápadu na zpracování virálního videa, citlivost a zejména způsob dosažení pozitivní odezvy od uživatelů. Hodnocena bude také přiměřenost přístupu vzhledem k cílové skupině projektu.

c) Kvalita návrhů grafických prací – váha 15 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předloženého

- ***návrhu plakátu kampaně,***
- ***návrhu plochy pro PC***

dle čl. D 1.1.2.

Smyslem tohoto požadavku je zjistit míru kreativity, profesionality, invence a schopnosti uchazeče schopnosti kreativně zpracovat kontroverzní a citlivé téma s ohledem na specifika cílové skupiny. Jako nejlepší bude hodnocena vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení ta nabídka, která bude profesionálně zpracovaná, bude ukazovat nápaditost (kreativita a invence) práce uchazeče, bude citlivě (současně vtipně) zpracovávat témata kampaně a bude mít největší potenciál oslovit cílovou skupinu.

d) Kvalita ukázky prací – váha 10 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předložených

- *ukázky videospotů,*
- *ukázky virálního videa,*
- *ukázky videoklipu,*
- *ukázky videoreportáže nebo videorozhovoru,*
- *ukázka grafických prací*

dle čl. D 1.1.1 a D 1.1.2.

V rámci tohoto kritéria bude hodnocena vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení kvalita dodaných ukázek dosavadní audiovizuální a tvorby a grafiky uchazeče. Jako nejlepší budou hodnoceny ty ukázky, které osvědčí vysokou míru profesionality uchazeče, ukázky jeho práce budou odpovídat cílům projektu a kampaně a dopadům na cílové skupiny a jejich potřebám, budou hravé a nápadité a autor ukáže několik různých poloh své tvorby. Současně by práce měly ukázat nadhled a schopnost zpracovávat závažná témata citlivým, leč vtipným způsobem, hravost a nápaditost. Jako vhodnější budou hodnoceny ty ukázky, které osvědčí uchazečův inovativní přístup ke zpracování jednotlivých videí, který v rámci projektu zvýší šanci na oslovení cílové skupiny a jejich sdílitelnost přes sociální sítě.

D 1.3. Způsob hodnocení

D 1.3.1. Hodnocení dílčích hodnotících kritérií

Dílčí hodnotící kritéria budou hodnocena následovně:

a) Dílčí kritérium „Nabídková cena“

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnížší nabídkovou cenu. Taková nabídka získá 100 bodů a každé následující nabídce se přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH. Bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria a) = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100)

b) Dílčí kritérium „Kvalita návrhů audiovizuálních prací“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria b) = 0,15 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b)

c) Dílčí kritérium „Kvalita návrhů grafických prací“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí

takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria c) = 0,15 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)

d) Dílčí kritérium „Kvalita ukázky prací”

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria d) = 0,10 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium d)

D 1.3.2. Celkové hodnocení nabídky

Pro hodnocení nabídek bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce je dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria. Výsledné hodnocení podle bodovací metody bude provedeno tak, že jednotlivá bodová ohodnocení nabídek dle dílčích kritérií budou vynásobena příslušnou vahou daného kritéria (viz vzorce dle čl. D 1.3.1). Na základě součtu výsledných hodnot všech kritérií u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty. V případě rovnosti bodů nabídek na prvním místě bude mezi těmito nabídkami vybrána jako nejvhodnější nabídka s nižší nabídkovou cenou. V případě, že by nastala rovnost i mezi těmito hodnotami, bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

V souladu s výše popsaným postupem a vzorcí bude celkové hodnocení nabídky vypočteno podle vzorce:

Celkový počet bodů = 0,60 x kritérium a) + 0,15 x kritérium b) + 0,15 x kritérium c) + 0,10 x kritérium d)

resp. podrobně:

Celkový počet bodů = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100) + 0,15 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b) + 0,15 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c) + 0,10 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium d)

D 2. Zajištění tisku (část 2)

D 2.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce předloží nabídkovou cenu ve struktuře požadované v čl. 4 zadávací dokumentace.

D 2.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **nejnižší nabídková cena** včetně daně z přidané hodnoty.

Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 2 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J2 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za všechny části (položky) předmětu plnění této části veřejné zakázky v maximálním počtu kusů.

D 2.3. Způsob hodnocení

Jako nejvhodnější bude hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnižší nabídkovou cenu. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH.

V případě rovnosti nabídkových cen na prvním místě v pořadí bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

D 3. Zajištění komiksové tvorby (část 3)

D 3.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce přeloží všechny následující podklady.

- **Návrhy komiksových stripů:** Uchazeč předloží návrhy komiksových stripů (min. 3, max. 5) na libovolné podtéma v kontextu kampaně a jejich **textový popis** (ke každému stripu v maximální délce A4), kde autor vysvětlí svůj záměr a důvod výběru toho kterého tématu pro zpracování, včetně vysvětlení způsobu zpracování.
- **Ukázka komiksové tvorby:** Uchazeč předloží ukázky své dosavadní komiksové tvorby (portofolio), a to min. 15 a max. 20 komiksových listů.

Uchazeč předloží výše popsané podklady v případě elektronicky podané nabídky nahráním na profilu zadavatele (viz čl. 3.1.3 zadávací dokumentace) a v případě listinné nabídky je oprávněn sám zvolit, zda je předloží v tištěné podobě nebo na datovém nosiči (vč. textového popisu) chráněném proti přepsání s uvedením obsahu tohoto datového nosiče.

- **Nabídková cena:** Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 1 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J3 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za 80 kusů komiksů.

D 3.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Jednotlivým dílčím kritériím jsou zadavatelem stanoveny váhy v procentech podle jejich důležitosti tak, že jejich součet je celkem 100 %.

Zadavatel stanovil tato dílčí hodnotící kritéria:

- a) Nabídková cena
- b) Kvalita návrhů komiksových stripů
- c) Kvalita ukázky komiksové tvorby

a) Nabídková cena - váha 60 %

Celková nabídková cena **včetně daně z přidané hodnoty**.

b) Kvalita návrhů komiksových stripů - váha 20 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předložených návrhů **komiksových stripů** a jejich **textového popisu** dle čl. D 3.1. Hodnocen bude vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení nápad, kreativita autora, vystižení tématu a potenciálu pro oslovení cílové skupiny. Jako nejlepší budou v této kategorii hodnoceny ty nabídky, které budou nejvýstižněji odpovídat způsobu komunikace cílové skupiny projektu, prokáží výrazné kreativní schopnosti a invenci v rámci zpracování témat kampaně, uchazeč současně prokáže orientaci v tématu a cit pro jeho zpracovávání (stripy ukáží, že se v tématu orientuje a má nadhled). Jako kvalitnější

budou hodnoceny ty návrhy, které téma zpracovávají vtipně, bez zbytečného patosu.

c) Kvalita ukázky komiksové tvorby – váha 20 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předložené **ukázka komiksové tvorby** dle čl. D 3.1.

Hodnocena bude vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení kvalita a relevance ukázek dosavadní komiksové tvorby autora (portfolio). Jako nejlepší bude hodnoceno to portfolio, které komisi přesvědčí o flexibilitě tvůrce atraktivně pojednat různá témata, bude ukazovat rozptýl co do autorových invencí, nápadů, kreativitu a nápaditost. Jako kvalitnější budou hodnoceny ty ukázky, které prokáží orientaci v tématu a schopnost jeho zpracování kvalitně, současně citlivě, se vtipem a nadhledem.

D 3.3. Způsob hodnocení

D 3.3.1. Hodnocení dílčích hodnotících kritérií

Dílčí hodnotící kritéria budou hodnocena následovně:

a) Dílčí kritérium „Nabídková cena“

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnížší nabídkovou cenu. Taková nabídka získá 100 bodů a každé následující nabídce se přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH. Bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria a) = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100)

b) Dílčí kritérium „Kvalita návrhů komiksových stripů“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria b) = 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b)

c) Dílčí kritérium „Kvalita ukázky komiksové tvorby“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria c) = 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)

D 3.3.2. Celkové hodnocení nabídky

Pro hodnocení nabídek bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce je dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria. Výsledné hodnocení podle bodovací metody bude provedeno tak, že jednotlivá bodová ohodnocení nabídek dle dílčích kritérií budou vynásobena příslušnou vahou daného kritéria (viz vzorce dle čl. D 3.3.1). Na základě součtu výsledných hodnot všech kritérií u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty. V případě rovnosti bodů nabídek na prvním místě bude mezi těmito nabídkami vybrána jako nejvhodnější nabídka s nižší nabídkovou cenou. V případě, že by nastala rovnost i mezi těmito hodnotami, bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

V souladu s výše popsaným postupem a vzorci bude celkové hodnocení nabídky vypočteno podle vzorce:

Celkový počet bodů = 0,60 x kritérium a) + 0,20 x kritérium b) + 0,20 x kritérium c)

resp. podrobně:

Celkový počet bodů = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100) + 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b) + 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)

D 4. Zajištění průběžného buzzmonitoringu zmínek v relevantních online prostorech (část 4)

D 4.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce předloží všechny následující podklady.

- **Návrh podoby reportů:** Uchazeč předloží popis struktury a míry podrobnosti reportů, které bude pravidelně dle zadání zadavateli odevzdávat. Uchazeč kromě struktury také popíše, jakým způsobem bude potřebná data získávat, jakých nástrojů bude využívat, jak budou data podrobná a jak je bude analyzovat. Uchazeč také může navrhnout další vhodné výstupy buzzmonitoringu.
- **Návrh počtu sledovaných klíčových slov:** Uchazeč uvede počet klíčových slov, které bude sledovat při plnění předmětu veřejné zakázky (minimální počet je 15). Přesně znění sledovaných klíčových slov potom bude stanoveno zadavatelem v součinnosti s vybraným dodavatelem.
- **Ukázka reportů:** Uchazeč předloží ukázkou obdobných reportů (min. 2 a max. 4), které v minulosti realizoval.
- **Nabídková cena:** Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 1 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J4 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za 16 měsíců buzzmonitoringu a stanovený maximální počet výstupů z něj. Měsíční paušální cena za poskytování buzzmonitoringu nesmí být vyšší než 5.000 Kč.

D 4.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Jednotlivým dílčím kritériím jsou zadavatelem stanoveny váhy v procentech podle jejich důležitosti tak, že jejich součet je celkem 100 %.

Zadavatel stanovil tato dílčí hodnotící kritéria:

- a) Nabídková cena
- b) Kvalita návrhu podoby reportů
- c) Počet sledovaných klíčových slov
- d) Kvalita ukázky reportů

a) Nabídková cena - váha 60 %

Celková nabídková cena **včetně daně z přidané hodnoty**.

b) Kvalita návrhu podoby reportů - váha 20 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předloženého **návrhu podoby reportů** dle čl. D 4.1.

Hodnoceno bude kromě jiného míra splnění požadavků na podklady k hodnocení. Jako

Příloha D zadávací dokumentace – Podklady pro hodnocení, hodnotící kritéria a způsob hodnocení pro jednotlivé části veřejné zakázky

nejlepší bude v rámci tohoto kritéria hodnocena ta nabídka, která bude využívat nejefektivnější metodologii sběru dat a jejich analýzy tak, aby byly nejefektivněji použitelné pro revizi a další rozvoj aktivit kampaně, její vnímání cílovou skupinou, proměnou nálad v online prostředí vůči vymezeným skupinám nebo tématům. Současně bude hodnocena využitelnost analyzovaných a sebraných dat pro další aktivity kampaně (například medializace zjištění apod.). Uchazeč může navrhnout další výstupy buzzmonitoringu a četnost jejich předávání. Zadavatel upozorňuje, že pokud uchazeč navrhne další výstupy buzzmonitoringu v podkladech pro hodnocení nabídky zpracovaných dle této části zadávací dokumentace, musí tyto výstupy uvést též v návrhu smlouvy zpracovaném dle přílohy J4 této zadávací dokumentace. Další výstupy buzzmonitoringu budou pro uchazeče závazné v rámci plnění předmětu veřejné zakázky vybraným uchazečem. Jestliže uchazeč předloží takové další výstupy ve své nabídce, bude hodnocena jejich využitelnost ve vztahu k předmětu veřejné zakázky a inovativnost.

c) Počet sledovaných klíčových slov - váha 10 %

Zadavatel bude hodnotit ***počet sledovaných klíčových slov*** dle čl. D 4.1. Minimální počet sledovaných klíčových slov je 15, uchazeč může navrhnout vyšší počet sledovaných slov. Zadavatel upozorňuje, že uchazečem navržený počet sledovaných klíčových slov musí být uveden ve stejné výši též v návrhu smlouvy zpracovaném dle přílohy J4 této zadávací dokumentace. Navržený počet sledovaných klíčových slov bude pro uchazeče závazný v rámci plnění předmětu veřejné zakázky vybraným uchazečem. Nabídnutý počet sledovaných klíčových slov musí být zachován po celou dobu plnění.

Jako nejlepší bude hodnocena ta nabídka, v níž uchazeč uvede nejvyšší počet sledovaných klíčových slov k dlouhodobé analýze.

Uchazeči bude přidělen počet bodů dle následující tabulky:

Navržený počet sledovaných klíčových slov	Počet bodů v rámci kritéria
15	0
16	10
17	20
18	30
19	40
20	50
21	60
22	70
23	80
24	90
25 a více	100

d) Kvalita ukázky reportů – váha 10 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předložené ***ukázky reportů*** dle čl. D 4.1.

Hodnoceno bude kromě jiného míra splnění požadavků na podklady k hodnocení. Jako

nejlepší budou hodnoceny ty ukázky, které osvědčí vysokou míru profesionality uchazeče, ukázky jeho práce budou odpovídat zaměření a cílům projektu a uchazeč ukáže míru svých schopností interpretace získaných dat.

D 4.3. Způsob hodnocení

D 4.3.1. Hodnocení dílčích hodnotících kritérií

Dílčí hodnotící kritéria budou hodnocena následovně:

a) Dílčí kritérium „Nabídková cena“

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnížší nabídkovou cenu. Taková nabídka získá 100 bodů a každé následující nabídce se přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH. Bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria a) = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100)

b) Dílčí kritérium „Kvalita návrhu podoby reportů“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria b) = 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b)

c) Dílčí kritérium „Počet sledovaných klíčových slov“

Hodnotící komise přidělí jednotlivých nabídkám body dle počtu navrhovaných sledovaných klíčových slov dle tabulky uvedené v čl. D 4.2 písm. c). Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria b) = 0,10 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)

d) Dílčí kritérium „Kvalita ukázky reportů“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria c) = 0,10 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium d)

D 4.3.2. Celkové hodnocení nabídky

Pro hodnocení nabídek bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce je dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria. Výsledné hodnocení podle bodovací metody bude provedeno

Příloha D zadávací dokumentace – Podklady pro hodnocení, hodnotící kritéria a způsob hodnocení pro jednotlivé části veřejné zakázky

tak, že jednotlivá bodová ohodnocení nabídek dle dílčích kritérií budou vynásobena příslušnou vahou daného kritéria (viz vzorce dle čl. D 4.3.1). Na základě součtu výsledných hodnot všech kritérií u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty. V případě rovnosti bodů nabídek na prvním místě bude mezi těmito nabídkami vybrána jako nejvhodnější nabídka s nižší nabídkovou cenou. V případě, že by nastala rovnost i mezi těmito hodnotami, bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

V souladu s výše popsaným postupem a vzorci bude celkové hodnocení nabídky vypočteno podle vzorce:

$$\text{Celkový počet bodů} = 0,60 \times \text{kritérium a)} + 0,20 \times \text{kritérium b)} + 0,10 \times \text{kritérium c)} + 0,10 \times \text{kritérium d)}$$

resp. podrobně:

$$\text{Celkový počet bodů} = 0,60 \times (\text{nejnižší nabídková cena} / \text{hodnocená nabídková cena} \times 100) + 0,20 \times \text{počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b)} + 0,10 \times \text{počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)} + 0,10 \times \text{počet bodů hodnocené nabídky za kritérium d)}$$

D 5. Zajištění článků a rešerší pro web kampaně (část 5)

D 5.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce přeloží všechny následující podklady.

- **Návrhy článků:** Uchazeč předloží 2 návrhy článků - každý v rozsahu min. 2 a max. 3 normostran. 1 článek bude na téma „Nejsem rasista, ALE“, a 1 článek zvolený libovolně z předpokládaných orientačních témat uvedených v tabulce v čl. B 5 přílohy B zadávací dokumentace.
- **Ukázka článkové tvorby:** Uchazeč předloží ukázky min. 4 a max. 7 článků jím zpracovaných článků, které souvisejí s tématy kampaně nebo alespoň cílí na cílovou skupinu kampaně.
- **Nabídková cena:** Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 2 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J5 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za všechny části (položky) předmětu plnění této části veřejné zakázky v maximálním počtu kusů.

D 5.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Jednotlivým dílčím kritériím jsou zadavatelem stanoveny váhy v procentech podle jejich důležitosti tak, že jejich součet je celkem 100 %.

Zadavatel stanovil tato dílčí hodnotící kritéria:

- a) Nabídková cena
- b) Kvalita návrhů článků
- c) Kvalita ukázky článkové tvorby

a) Nabídková cena - váha 60 %

Celková nabídková cena **včetně daně z přidané hodnoty**.

b) Kvalita návrhů článků - váha 20 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předložených **návrhů článků** dle čl. D 5.1.

Hodnoceny budou vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení publicistické schopnosti uchazeče, jeho jazykový styl, volba jazykových prostředků, ale také kvalita, podloženost a forma podávaných informací tak, aby byly co nejbližší cílové skupině. Jako nejvhodnější bude v rámci tohoto kritéria hodnocena ta nabídka, která bude společně s podmínkami dle předchozí věty nejvýstižněji odpovídat cílové skupině, prokáže vysokou míru znalosti problematiky a invenci v rámci zpracování témat kampaně.

c) Kvalita ukázky článkové tvorby – váha 20 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předloženého **ukázky článkové tvorby** dle čl. D 5.1.

Hodnoceno bude kromě jiného míra splnění požadavků na podklady k hodnocení. Jako nejlepší budou hodnoceny ty ukázky, které osvědčí erudici uchazeče pro zpracovávání témat kampaně, orientaci v problematice, schopnosti tvůrce atraktivně pojednat pro cílovou skupinu různá témata, současně prokáže své publicistické schopnosti, jeho volba jazykových prostředků a jazykový styl bude atraktivní pro cílovou skupinu.

D 5.3. Způsob hodnocení

D 5.3.1. Hodnocení dílčích hodnotících kritérií

Dílčí hodnotící kritéria budou hodnocena následovně:

a) Dílčí kritérium „Nabídková cena“

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnížší nabídkovou cenu. Taková nabídka získá 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH. Bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria a) = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100)

b) Dílčí kritérium „Kvalita návrhů článků“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria b) = 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b)

c) Dílčí kritérium „Kvalita ukázky článkové tvorby“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria c) = 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)

D 5.3.2. Celkové hodnocení nabídky

Pro hodnocení nabídek bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce je dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria. Výsledné hodnocení podle bodovací metody bude provedeno tak, že jednotlivá bodová ohodnocení nabídek dle dílčích kritérií budou vynásobena příslušnou vahou daného kritéria (viz vzorce dle čl. D 5.3.1). Na základě součtu výsledných

Příloha D zadávací dokumentace – Podklady pro hodnocení, hodnotící kritéria a způsob hodnocení pro jednotlivé části veřejné zakázky

hodnot všech kritérií u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty. V případě rovnosti bodů nabídek na prvním místě bude mezi těmito nabídkami vybrána jako nejvhodnější nabídka s nižší nabídkovou cenou. V případě, že by nastala rovnost i mezi těmito hodnotami, bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

V souladu s výše popsáním postupem a vzorci bude celkové hodnocení nabídky vypočteno podle vzorce:

Celkový počet bodů = 0,60 x kritérium a) + 0,20 x kritérium b) + 0,20 x kritérium c)

resp. podrobně:

Celkový počet bodů = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100) + + 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b) + 0,20 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium c)

D 6. Zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a jejich realizace (část 6)

D 6.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce předloží všechny následující podklady.

- **Návrh realizace:** Uchazeč předloží návrh realizace všech částí této části veřejné zakázky (viz čl. B 6 přílohy B zadávací dokumentace) v rozsahu max. 10 normostran, ve kterém popíše, jakým způsobem bude otevřenou výzvu pro umělce realizovat, jak se zasadí o její rozšíření mezi jejich cílovou skupinu (jaká média a další prostředky využije), podle jakých kritérií bude došlé umělecké projekty hodnotit, jaké předpokládá složení výběrové komise a jaké umělce by případně chtěl pro účast ve výzvě sám oslovit (případně může uvést tipy na konkrétní projekty). Uchazeč také popíše svůj výstavní záměr pro zamýšlenou výstavu současného umění včetně jména jejího kurátora a galerie, ve které výstavu zrealizuje, a po jakou dobu bude minimálně probíhat. Uchazeč také uvede předpokládané umělce, které by rád pro účast na výstavě (mimo vybraná díla z otevřené výzvy) oslovil a uvede, jakými kanály a v jakém rozsahu bude o výstavě informovat veřejnost. Součástí návrhu bude uvedení konkrétní galerie pro hostování výstavy, přičemž předložení dokladu o souhlasu této galerie bude zadavatelem vyžadován před uzavřením smlouvy.
- **Výše odměn umělcům:** Uchazeč uvede výši odměny pro umělce, jejichž díla budou vybrána na základě otevřené výzvy pro výstavní účely i další potřeby kampaně – a to ve třech kategoriích (umělci 2D umění, umělci videoartu, umělci performance). Výše odměny bude v každé kategorii pro všechny vybrané umělce shodná. Uchazeč uvede podrobný rozpis celé částky, kterou vynaloží na odměny umělcům. Výše odměny bude zároveň povinnou náležitostí smlouvy a uchazeč bude povinen tuto částku umělcům uhradit. Odměna musí zahrnovat i odměny za udělená práva duševního vlastnictví. Odměna mezi jednotlivými kategoriemi se lišit může, jelikož každá z kategorií může představovat různé stupně náročnosti a nákladů, které s vytvořeným dílem umělec bude mít. (tzn. Odměna pro umělce v kategorii 2D umění může být odlišná od odměny pro umělce v kategorii videoartu a performance.) Tyto odměny jsou součástí nabídkové ceny a musí zahrnovat i veškeré náklady na zhotovení díla a v případě performance náklady na její realizaci. Uchazeč předloží výši odměn umělcům ve formě vyplněné přílohy č. 2 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J6 této zadávací dokumentace.
- **Nabídková cena:** Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 2 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J6 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za všechny části (položky) předmětu plnění této části veřejné zakázky v maximálním počtu kusů.

D 6.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **ekonomická výhodnost nabídky**.

Jednotlivým dílčím kritériím jsou zadavatelem stanoveny váhy v procentech podle jejich důležitosti tak, že jejich součet je celkem 100 %.

Zadavatel stanovil tato dílčí hodnotící kritéria:

- a) Nabídková cena
- b) Kvalita návrhu realizace
- c) Výše odměn umělcům

a) Nabídková cena - váha 60 %

Celková nabídková cena s DPH.

b) Kvalita návrhů realizace - váha 30 %

Zadavatel bude hodnotit kvalitu předloženého ***návrh realizace*** dle čl. D 6.1.

Hodnocena bude vedle míry splnění požadavků na podklady k hodnocení podoba návrhu realizace, zejména efektivita co do naplnění účelu této části veřejné zakázky. Hodnocena bude míra osvědčení potřebné znalosti (pro účely kampaně) v oboru výtvarného umění, tak tématu kampaně (rasismus, nacionalismus, násilí z nenávisti apod.), zda návrh bude mít potenciál oslovit široké spektrum diváků, popis záměru výběru umělců (kritéria výběru a způsob) bude co nejvíce odpovídat zaměření a cílům kampaně., osvědčení, že výstavní projekty budou kvalitně, zkušeně a v dostatečné umělecké i obsahové kvalitě. Zvláštní důraz bude také kladen na způsob a šíři plánovaného informování o výstavě. Důraz bude kladen také na formy propagace jak otevřené výzvy (schopnost zajistit nejširší rozšíření informací o probíhajících otevřených výzvách), tak děl samotných (včetně výstavy) a popsaného předpokládaného společenského dopadu (vycházejícího z umělců, komise a kurátora, které uchazeč plánuje oslovit, ale také galerie, kde výstavu plánuje uskutečnit – včetně předpokládané návštěvnosti výstavy).

c) Výše odměn umělcům – váha 10 %

Zadavatel bude hodnotit ***výši odměn umělcům*** dle čl. D 6.1.

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejvyšší finanční odměnu pro vybrané umělce. Hodnocena bude celková výše uvedených odměn v součtu za maximální počet vybraných projektů (tj. 15 ks 2D uměleckých děl, 7 ks videoartu, 10 ks performancí.)

D 6.3. Způsob hodnocení

D 6.3.1. Hodnocení dílčích hodnotících kritérií

Dílčí hodnotící kritéria budou hodnocena následovně:

a) Dílčí kritérium „Nabídková cena“

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnížší nabídkovou cenu. Taková nabídka získá 100 bodů a každé následující nabídce se přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH. Bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria a) = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100)

b) Dílčí kritérium „Kvalita návrhu realizace“

Hodnotící komise sestaví pro toto kritérium samostatně pořadí nabídek od nejvhodnější k nejméně vhodné, nejvhodnější nabídce přiřadí 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění tohoto kritéria ve vztahu k požadavkům zadavatele a k nejvhodnější nabídce. Celkové bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria b) = 0,30 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b)

c) Dílčí kritérium „Výše odměn umělcům“

Jako nejvhodnější bude dle tohoto dílčího kritéria hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejvyšší souhrnnou částku odměn. Taková nabídka získá 100 bodů a každé následující nabídce přiřadí takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění dílčího kritéria ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Bodové hodnocení bude vypočteno podle vzorce:

Celkové bodové hodnocení kritéria a) = 0,10 x (hodnocená výše odměn umělcům / nejvyšší výše odměn umělcům x 100)

D 6.3.2. Celkové hodnocení nabídky

Pro hodnocení nabídek bude použita bodovací stupnice v rozsahu 0 až 100. Každé jednotlivé nabídce je dle dílčího kritéria přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost předmětné nabídky v rámci dílčího kritéria. Výsledné hodnocení podle bodovací metody bude provedeno tak, že jednotlivá bodová ohodnocení nabídek dle dílčích kritérií budou vynásobena příslušnou vahou daného kritéria (viz vzorce dle čl. D 6.3.1). Na základě součtu výsledných hodnot všech kritérií u jednotlivých nabídek bude stanoveno pořadí úspěšnosti jednotlivých nabídek tak, že jako nejúspěšnější bude stanovena nabídka, která dosáhla nejvyšší hodnoty. V případě rovnosti bodů nabídek na prvním místě bude mezi těmito nabídkami vybrána jako nejvhodnější nabídka s nižší nabídkovou cenou. V případě, že by nastala rovnost i mezi těmito hodnotami, bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

V souladu s výše popsáním postupem a vzorci bude celkové hodnocení nabídky vypočteno podle vzorce:

Celkový počet bodů = 0,60 x kritérium a) + 0,30 x kritérium b) + 0,10 x kritérium c)

resp. podrobně:

Celkový počet bodů = 0,60 x (nejnižší nabídková cena / hodnocená nabídková cena x 100) + 0,30 x počet bodů hodnocené nabídky za kritérium b) + 0,10 x (hodnocená výše odměn umělcům / nejvyšší výše odměn umělcům x 100)

D 7. Nákup inzerce v tištěných a internetových médiích (část 7)

D 7.1. Podklady pro hodnocení

Uchazeč o tuto část veřejné zakázky zadavateli v nabídce předloží nabídkovou cenu ve struktuře požadované v čl. 4 zadávací dokumentace.

Uchazeč předloží nabídkovou cenu ve formě vyplněné přílohy č. 1 návrhu smlouvy zpracované dle vzoru v příloze J7 této zadávací dokumentace. Celková nabídková cena vyplněná v této příloze musí být shodná s celkovou nabídkovou cenou uvedenou v krycím listu. Hodnocena bude nabídková cena za všechny části (položky) předmětu plnění této části veřejné zakázky v maximálním počtu kusů.

D 7.2. Hodnotící kritéria

Základním hodnotícím kritériem pro zadání této části veřejné zakázky je **nejnižší nabídková cena** včetně daně z přidané hodnoty.

D 7.3. Způsob hodnocení

Jako nejvhodnější bude hodnocena nabídka uchazeče, který v nabídce uvede nejnižší nabídkovou cenu. Nabídková cena bude hodnocena podle její celkové výše v korunách českých s DPH.

V případě rovnosti nabídkových cen na prvním místě v pořadí bude nejvhodnější nabídka vybrána losem.

E - Krycí list nabídky

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, na kterou je nabídka podávána	Část 1/ Část 2/ Část 3/ Část 4/ Část 5/ Část 6/ Část 7*
Identifikační údaje uchazeče právnické osoby	
Obchodní firma nebo název:	
Sídlo:	
Právní forma:	
Identifikační číslo – je-li přiděleno:	
Daňové identifikační číslo – je-li přiděleno:	
Jméno a příjmení statutárního orgánu nebo jeho členů, případně jiné fyzické osoby oprávněné jednat jménem právnické osoby:	
Identifikační údaje uchazeče fyzické osoby	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma:	
Rodné číslo nebo datum narození:	
Bydliště:	
Místo podnikání:	
Identifikační číslo – je-li přiděleno:	
Daňové identifikační číslo – je-li přiděleno:	

Nabídková cena v Kč		
Nabídková cena bez DPH	Výše DPH	Nabídková cena celkem včetně DPH

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

V(e) dne

* nehodící se škrtněte (vypusťte) - uchazeč označí část veřejné zakázky, na kterou podává nabídku a ke které se vztahuje tento krycí list. **V této buňce může být vyplněna vždy jen 1 část veřejné zakázky.**

F - Čestné prohlášení o splnění některých základních kvalifikačních předpokladů

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, na kterou je nabídka podávána	Část 1/ Část 2/ Část 3/ Část 4/ Část 5/ Část 6/ Část 7*
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Uchazeč o shora uvedenou veřejnou zakázku čestně prohlašuje, že **splňuje základní kvalifikační předpoklady** dle § 53 odst. 1 písm. c) až e), f) ve vztahu ke spotřební dani, g) a i) až k) zákona.

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

* nehodící se škrtněte (vypusťte) - uchazeč označí část veřejné zakázky, na kterou podává nabídku a ke které se vztahuje toto prohlášení. **V této buňce může být vyplněna vždy jen 1 část veřejné zakázky.**

G - Čestné prohlášení o ekonomické a finanční způsobilosti splnit veřejnou zakázku

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, na kterou je nabídka podávána	Část 1/ Část 2/ Část 3/ Část 4/ Část 5/ Část 6/ Část 7*
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Uchazeč o shora uvedenou veřejnou zakázku dle § 50 odst. 1 písm. c) zákona čestně prohlašuje, že **je ekonomicky a finančně způsobilý** splnit shora uvedenou veřejnou zakázku.

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

* nehodící se škrtněte (vypusťte) - uchazeč označí část veřejné zakázky, na kterou podává nabídku a ke které se vztahuje toto prohlášení. **V této buňce může být vyplněna vždy jen 1 část veřejné zakázky**

H - Součásti nabídky dle § 68 odst. 3 zákona

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti v letech 2014-2016
Část veřejné zakázky, na kterou je nabídka podávána	Část 1/ Část 2/ Část 3/ Část 4/ Část 5/ Část 6/ Část 7*
Obchodní firma nebo název uchazeče právnické osoby:	
Jméno, příjmení a případně i obchodní firma uchazeče fyzické osoby:	

Uchazeč o shora uvedenou veřejnou zakázku tímto

I. dle § 68 odst. 3 písm. a) zákona

- a) předkládá následující seznam statutárních orgánů nebo členů statutárních orgánů, kteří v posledních 3 letech od konce lhůty pro podání nabídek byli **v pracovněprávním, funkčním či obdobném poměru u zadavatele** **

.....

- b) prohlašuje, že **nemá** žádné statutární orgány nebo členy statutárních orgánů, kteří v posledních 3 letech od konce lhůty pro podání nabídek byli v pracovněprávním, funkčním či obdobném poměru u zadavatele **;

II. dle § 68 odst. 3 písm. b) zákona

- a) předkládá **seznam vlastníků akcií**, jejichž souhrnná jmenovitá hodnota přesahuje 10 % základního kapitálu, vyhotovený ve lhůtě pro podání nabídek **

.....

- b) prohlašuje, že **nemá** formu akciové společnosti **;

III. dle § 68 odst. 3 písm. c) zákona prohlašuje, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního právního předpisu *** v souvislosti se zadávanou veřejnou zakázkou.

V(e) dne

Podpis uchazeče nebo osoby oprávněné jednat jménem nebo za uchazeče	
Obchodní firma nebo název nebo jméno a příjmení:	
Titul, jméno, příjmení, funkce:	
Podpis:	

* nehodící se škrtněte (vypusťte) - uchazeč označí část veřejné zakázky, na kterou podává nabídku a ke které se vztahuje toto prohlášení. **V této buňce může být vyplněna vždy jen 1 část veřejné zakázky.**

** nehodící se škrtněte (vypusťte)

*** zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů

I - Seznam subdodavatelů

Název veřejné zakázky:	Mediální kampaň proti rasismu a násilí z nenávnosti v letech 2014-2016					
Část veřejné zakázky, na kterou je nabídka podávána	Část 1/	Část 2/	Část 3/	Část 4/	Část 5/	Část 6/ Část 7*
Identifikační údaje subdodavatele				Věcně vymezená část plnění veřejné zakázky, kterou má uchazeč v úmyslu zadat subdodavateli		
1.	Obchodní firma nebo název / Jméno, příjmení a případně i obchodní firma:					
	Sídlo / Místo podnikání příp. bydliště:					
	Právní forma:					
	Identifikační číslo je-li přiděleno / Datum narození nebo rodné číslo:					
	Osoba oprávněná jednat jménem či za subdodavatele:					
	Telefon:					
	E-mail:					
2.	Obchodní firma nebo název / Jméno, příjmení a případně i obchodní firma:					
	Sídlo / Místo podnikání příp. bydliště:					
	Právní forma:					
	Identifikační číslo je-li přiděleno / Datum narození nebo rodné číslo:					
	Osoba oprávněná jednat jménem či za subdodavatele:					
	Telefon:					
	E-mail:					

V případě více subdodavatelů doplňte tabulku stejným způsobem.

* nehodící se škrtněte (vypusťte) - uchazeč označí část veřejné zakázky, na kterou podává nabídku a ke které se vztahuje toto prohlášení (seznam). **V této buňce může být vyplněna vždy jen 1 část veřejné zakázky.**

Příloha J zadávací dokumentace - Vzor smlouvy

Obsahem této přílohy jsou vzory smluv pro jednotlivé části veřejné zakázky. Uchazeč vyplní žlutě označené části. Zeleně označená část textu těchto vzorů je instrukce zadavatele a lze ji vypustit.

Příloha J1 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 1

Smlouva o zajištění grafických a audiovizuálních prací

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“) a dle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IČ: 00006599

DIČ: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IČ:

DIČ:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v, spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „zhotovitel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek zhotovitele provést pro objednatele grafické, DTP a audiovizuální práce v rámci projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti (dále jen „kampaň“ a „projekt“) dle podrobné specifikace uvedené v odst. 2 a v příloze č. 1 (dále jen „dílo“) a závazek objednatele řádně a včas provedené dílo nebo jeho části převzít a zaplatit za ně zhotoviteli sjednanou cenu.
2. Zhotovitel provede pro objednatele následující grafické a audiovizuální práce.

I. Grafické a DTP práce:

- a) Průběžná grafika většího rozsahu (pro tisk),
- b) Průběžná grafika menšího rozsahu (pro tisk),
- c) Internetové bannery,
- d) Průběžná grafika (web),
- e) Průběžná infografika;

II. Audiovizuální práce:

- a) Virální video,
- b) Videospoty,
- c) Radiospoty,
- d) Natočení videoklipu,
- e) Natočení singlů písni kampaně,
- f) Videorozhovory / Minireportáže,
- g) Natočení akcí ve veřejném prostoru,
- h) Jingle projektu.

3. V příloze č. 1 je uveden maximální počet kusů jednotlivých částí díla. Zhotovitel zhotoví takový počet kusů, ke kterému bude vyzván objednatelem. Objednatel není povinen vyzvat zhotovitele k zhotovení maximálního počtu kusů nebo všech položek (dále jen „celý objem plnění“). V případě, že objednatel nebude požadovat zhotovení celého objemu plnění, nenáleží zhotoviteli náhrada škody nebo jiné plnění z důvodu nezhotovení celého objemu plnění.
4. Zpracování jednotlivých částí bude probíhat v souladu s vizuálem kampaně, který zhotoviteli objednatel předal při podpisu této smlouvy.

II.

Doba a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016. Jednotlivé dílčí doby plnění částí díla jsou uvedeny v příloze č. 1.
2. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu plnění celého díla nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna dob plnění díla nebo jeho částí, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje zhotovitele písemně.
3. Místem plnění je celé území České republiky. Místem předání všech částí díla je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1.

III.

Cena a platební podmínky

1. Podrobná kalkulace ceny jednotlivých částí díla (jednotkové ceny) je stanovena v příloze č. 2.
2. Uvedené jednotkové ceny zahrnují veškeré náklady zhotovitele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy (např. doprava na celém území ČR, odměny protagonistům audiovizuálních děl, úhrady za užití míst natáčení, nahrávacího studia, náklady na techniku, nosiče předávaných dat, součinnost dle čl. V odst. 1 až 3, fotografie a videa z natáčení, odměny hercům a komparsistům). Uvedené jednotkové ceny zejména zahrnují odměny za poskytnutí všech práv duševního vlastnictví dle čl. VII.
3. Uvedené jednotkové ceny jsou nepřekročitelné.
4. Cena bude kalkulována za jednotlivé položky a ks a bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných a předaných položek (částí díla). Cena za videospot bude hrazena dle skutečného počtu natáčecích dnů a herců v souladu s tabulkou č.1 přílohy č. 2.

5. Cena za zhotovení jednotlivých částí díla bude uhrazena vždy po podpisu předávacího protokolu oběma smluvními stranami, a to na základě faktury vystavené zhotovitelem. Jestliže objednatel zjistí vady díla nebo jeho části po podpisu předávacího protokolu, avšak před doručení faktury, a zhotovitele o tom informuje, není zhotovitel oprávněn vystavit fakturu do doby odstranění těchto vad.
6. Faktura zhotovitele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění považuje den, kdy je zhotovitel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu.
7. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.
8. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet zhotovitele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu zhotovitele.

IV.

Předání a převzetí díla

1. Objednatel je oprávněn při výzvě k plnění jednotlivých částí díla nebo při jeho zahájení jednostranně stanovit způsob průběžné kontroly plnění. Objednatel zejména stanoví dílčí kontrolní lhůty, v nichž bude zhotovitel povinen předkládat požadované výstupy nebo podklady (např. návrh řešení, dílčí výstup, vzorek) a způsob jejich předkládání. Zhotovitel je povinen dodržovat stanovená pravidla průběžné kontroly a respektovat požadavky nebo připomínky objednatele.
2. O předání a převzetí části díla sepíší smluvní strany předávací protokol, který bude potvrzen podpisy oprávněného zaměstnance objednatele a zhotovitele. Návrh předávacích protokolů připraví zhotovitel a budou sepsány ve 2 vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží po 1.
3. Objednatel nepřevzme dílo nebo jeho část se zjevnými vadami. V případě, že objednatel zjistí vady díla nebo jeho části při jeho předání, je zhotovitel povinen je odstranit do 3 dnů.
4. Potvrzení předávacího protokolu objednatelem jej nezavazuje práv na reklamaci a práv z odpovědnosti za vady, které zjistí později v průběhu záruční lhůty.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Zhotovitel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o plnění díla, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Zhotovitel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatelem, pokud jej k tomu objednatel vyzve.

3. Zhotovitel je též povinen poskytovat součinnost osobám, které jsou protagonisty jím zhotovovaných audiovizuálních děl (např. kapela/interpret videoklipu či singlů, protagonisté videorozhovorů/minireportáže). Pokud v konkrétním případě nebude stanoveno jinak, objednatel poskytne zhotoviteli kontaktní údaje na tyto osoby a zhotovitel si samostatně dohodne termín natáčení tak, aby byl schopen dodržet dobu plnění dle přílohy 1.
4. Zhotovitel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:
 - a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo
 - b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Zhotovitel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem (například uveřejňovat části díla nebo jeho ukázky dříve než objednatel).
5. Zhotovitel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 4 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
6. Za porušení povinnosti mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá zhotovitel, jako by povinnost porušil sám.
7. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Záruka za jakost, odpovědnost za vady

1. Zhotovitel odpovídá za to, že dílo má vlastnosti stanovené touto smlouvou, dokumentací k němu a nabídkou zhotovitele podanou v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější.
2. Zhotovitel odpovídá za vady díla zjištěné při jeho předání nebo v průběhu záruční doby. Zhotovitel za tímto účelem poskytuje objednateli záruku za jakost po záruční dobu v délce 6 měsíců.
3. Záruční doba začíná běžet dnem podpisu předávacího protokolu k příslušné části díla.
4. Zhotovitel bezplatně odstraní reklamovanou vadu nejdéle do 3 dnů od nahlášení vady.
5. O dobu odstraňování vady se prodlužuje záruční doba.
6. Reklamací lze uplatnit nejpozději do posledního dne záruční doby, přičemž reklamáce odeslaná objednatelem v poslední den záruční doby se považuje za včas uplatněnou.
7. Zhotovitel odstraní v záruční době reklamované vady na svůj náklad. Odmítne-li zhotovitel odstranit reklamované vady, případně neodstraní-li je do 15 dnů od stanoveného termínu, je objednatel oprávněn odstranit vady sám nebo prostřednictvím třetího subjektu a náklady s tím spojené vyúčtovat zhotoviteli.
8. Uplatněním odpovědnosti za vady nejsou dotčeny nároky na náhradu škody nebo na uplatnění smluvní pokuty.

VII.

Práva duševního vlastnictví

1. Zhotovitel se zavazuje, že při vypracování díla neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv k duševnímu vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví, že je plně oprávněn disponovat s právy, které touto smlouvou postupuje na objednatele, nebo k jejichž užití poskytuje objednateli dle této smlouvy licenci a zavazuje se za tímto účelem zajistit řádné a nerušené užívání díla objednatelem, včetně případného zajištění dalších souhlasů a licencí od autorů děl v souladu s autorským zákonem popř. od vlastníků jiných práv duševního vlastnictví v souladu s právními předpisy. Zhotovitel se zavazuje, že objednateli uhradí veškeré náklady, výdaje, škody a majetkovou i nemajetkovou újmu, které objednateli vzniknou v důsledku porušení povinností dle předchozí věty.
2. Je-li výsledkem činnosti zhotovitele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který je předmětem práv autorských, práv souvisejících či předmětem práv pořizovatele k jím pořízené databázi, a nejde přitom ve smyslu odst. 6 tohoto článku o dílo anebo jeho části vytvořené jako zaměstnanecké dílo (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Předměty ochrany podle autorského zákona“), náleží od okamžiku předání díla dle této smlouvy objednateli pro území celého světa včetně České republiky výhradní neomezené právo k užití těchto Předmětů ochrany podle autorského zákona, a to na dobu trvání práva k Předmětům ochrany podle autorského zákona, resp. na zákonnou dobu ochrany. Zhotovitel touto smlouvou poskytuje objednateli oprávnění k výkonu uvedeného výhradního práva k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona (licence) bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Objednatel je oprávněn Předměty ochrany podle autorského zákona užít v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky. Oprávnění k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona získává objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Postoupení licence nebo její části na třetí osobu nevyžaduje souhlas zhotovitele a objednatel není povinen postoupení licence nebo její části na třetí osobu zhotoviteli oznamovat. Toto právo objednatele k Předmětům ochrany podle autorského zákona se automaticky vztahuje i na všechny nové verze, úpravy a překlady Předmětů ochrany podle autorského zákona dodané zhotovitelem. Objednatel není povinen výše uvedenou licenci využít. Zhotovitel dále poskytuje objednateli právo upravovat a/nebo překládat Předměty ochrany podle autorského zákona, včetně práva objednatele zadat provedení těchto úprav a/nebo překladů třetím osobám. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za užití Předmětů ochrany podle autorského zákona dle tohoto odstavce je součástí ceny díla dle čl. III.
3. Je-li výsledkem činnosti zhotovitele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který je předmětem práv průmyslového vlastnictví, avšak dosud nebyl k ochraně nebo na základě přihlášky zapsán či udělen anebo se jeho zápis nevyžaduje, zejména vynález, užitný vzor či průmyslový vzor (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Nezapsané předměty průmyslových práv“), převádí zhotovitel na objednatele od okamžiku předání díla dle této smlouvy veškerá práva na Nezapsané předměty průmyslových práv, zejména pak právo na patent, právo na užitný vzor a právo na průmyslový vzor. Objednatel je oprávněn zejména Nezapsané předměty průmyslových práv přihlásit k ochraně na území České republiky a jiných teritoriích a neomezeně je i po jejich zápisu využívat na území celého světa včetně České republiky. Toto právo objednatele k Nezapsaným předmětům průmyslových práv se automaticky vztahuje i na všechny nové verze a úpravy Nezapsaných předmětů průmyslových práv dodaných zhotovitelem na základě této smlouvy. Zhotovitel je o takovémto výtvoru povinen

objednatel neprodleně informovat. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za převod práv k Nezapsaným předmětům průmyslových práv je součástí ceny díla dle čl. III.

4. Je-li výsledkem činnosti zhotovitele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který je již chráněn zapsaným či uděleným právem z průmyslového vlastnictví, zejména udělený či zapsaný vynález, užitný vzor či průmyslový vzor (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Zapsané předměty průmyslových práv“), náleží objednateli od okamžiku předání díla podle této smlouvy k Zapsaným předmětům průmyslových práv výhradní neomezené právo k užití těchto Zapsaných předmětů průmyslových práv, a to pro území celého světa včetně České republiky. Zhotovitel touto smlouvou opravňuje objednatele k výkonu uvedených výhradních práv k Zapsaným předmětům průmyslových práv, a to bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Oprávnění k užití Zapsaných předmětů průmyslových práv získává objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Toto právo objednatele k Zapsaným předmětům průmyslových práv se automaticky vztahuje i na všechny nové verze a úpravy Zapsaných předmětů průmyslových práv dodaných zhotovitelem, ať již budou přihlášeny k ochraně či nikoliv. Zhotovitel je o takovémto výtvoru povinen objednatele neprodleně informovat. Zhotovitel je dále povinen učinit veškeré nezbytné úkony a poskytnout objednateli veškerou nezbytnou součinnost směřující k zápisu uvedené licence k Zapsaným předmětům průmyslových práv do příslušných rejstříků. Zhotovitel rovněž poskytuje objednateli právo upravovat a modifikovat Zapsané předměty průmyslových práv, včetně práva objednatele zadat vývoj a provedení těchto úprav a modifikací třetím osobám. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za převod práv k Zapsaným předmětům průmyslových práv je součástí ceny díla dle ustanovení čl. III.
5. Je-li výsledkem činnosti zhotovitele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který může být předmětem majetkových práv, vyjma v předchozích odstavcích tohoto článku a odst. 6 tohoto článku uvedených předmětů chráněných podle autorského zákona a předmětů průmyslového vlastnictví požívajících zvláštní ochrany, přičemž jde zejména o know-how či nezapsaná označení (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Ostatní předměty duševního vlastnictví“), převádí zhotovitel na objednatele od okamžiku předání díla veškerá práva k Ostatním předmětům duševního vlastnictví. Objednatel je oprávněn zejména Ostatní předměty duševního vlastnictví neomezeně využívat na území celého světa včetně České republiky. Toto právo objednatele k Ostatním předmětům duševního vlastnictví se automaticky vztahuje i na všechny nové verze a úpravy Ostatních předmětů duševního vlastnictví dodaných zhotovitelem. Zhotovitel je o takovémto výtvoru povinen objednatele neprodleně informovat. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za užití Ostatních předmětů duševního vlastnictví dle tohoto odstavce je součástí ceny díla dle ustanovení čl. III.
6. Je-li výsledkem nebo součástí díla i zaměstnanecké či kolektivní dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, zhotovitel jako zaměstnavatel či osoba, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno a pod jejímž jménem je dílo uváděno na veřejnost, ke dni předání díla dle této smlouvy postupuje právo výkonu majetkových práv k dílu na objednatele, přičemž výše odměny za postoupení je již zahrnuta v ceně díla dle čl. III této smlouvy. Objednatel se tím stává ve vztahu ke všem částem díla i dílu jako celku vykonavatelem autorských práv majetkových v pozici zaměstnavatele se všemi souvislostmi včetně oprávnění vyplývajících z omezení osobnostních práv původních autorů v plném rozsahu dle § 58 autorského zákona, přičemž právo výkonu majetkových práv autorských získává objednatel jako dále postupitelné. Objednatel je tak především oprávněn dílo i jeho části bez dalšího sám jakýmkoli způsobem užít v původní, zpracované

či jinak změněné podobě a udělit třetím osobám oprávnění (licenci) k výkonu práva dílo a jeho části užít. Objednatel je dále oprávněn nehotové anebo nedostatečně podrobné části díla dokončit, a to bez ohledu na podmínky podle ustanovení § 58 odst. 5 autorského zákona. Zhotoviteli ani původním autorům nenáleží nárok na přiměřenou dodatečnou odměnu podle ustanovení § 58 odst. 6 autorského zákona. Objednatel je oprávněn dílo anebo jeho části zveřejnit, upravovat, zpracovávat včetně překladu, spojit s jiným dílem, zařadit do díla souborného a uvádět je na veřejnost pod vlastním jménem.

VIII.

Realizační tým

1. Realizační tým zhotovitele bude tvořen minimálně 2 členy realizačního týmu. Seznam členů realizačního týmu byl předložen v nabídce zhotovitele podané v zadávacím řízení a je pro zhotovitele závazný (členové realizačního týmu uvedení v seznamu se musí aktivně podílet na plnění předmětu smlouvy), stejně jako požadavky na členy realizačního týmu uvedené v zadávací dokumentaci.
2. V případě potřeby změny člena týmu je tato možná pouze se souhlasem objednatele. Objednatel tento souhlas neudělí v případě, že by po takové změně realizační tým kumulativně nesplňoval požadavky zadavatele na realizační tým dle zadávací dokumentace.

IX.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny části díla, již se skutečnosti dále uvedené týkají (tj. stanovené násobkem počtu požadovaných kusů a jednotkové ceny dle přílohy č. 2) za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení s předáním kterékoliv části díla, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad,
 - b) bude v prodlení s předáním kterékoliv části díla způsobeném nedostatečnou součinností zhotovitele s protagonisty audiovizuálních děl dle čl. V odst. 3, ledaže jednoznačně prokáže, že vyvinul nejvyšší možné úsilí k dodržení povinnosti ve vztahu k takovému protagonistovi,
 - c) bude v prodlení s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo čl. VI odst. 4 této smlouvy.
2. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení kterékoliv ustanovení čl. VII této smlouvy,
 - c) neplnění předmětu smlouvy členy týmu uvedenými v seznamu členů realizačního týmu ve smyslu čl. VIII odst. 1 této smlouvy nebo změny člena realizačního týmu bez souhlasu objednatele,
 - d) neúčasti na objednatelem ohlášené performanci,
 - e) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 až 3;za každý takový případ.

3. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 2.000 Kč v případě prodlení s předložením námětu virálního videa, videospotu nebo radiospotu dle čl. II odst. 2 přílohy č. 1 za každý započatý den prodlení.
4. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury zhotovitele je zhotovitel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
5. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

X.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,
 - ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran.
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
 - a) prodlení zhotovitele se splněním kterékoliv části díla, a to i v případě nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad, delší než 15 dnů,
 - b) prodlení zhotovitele s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo VI odst. 4 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u zhotovitele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a zhotovitel je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.
4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
5. Zhotovitel není oprávněn odstoupit od smlouvy z důvodů uvedených § 2382 občanského zákoníku.
6. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
7. Povinnosti zhotovitele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelem a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

XI.

Archivace dokumentů, publicita

1. Zhotovitel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; zhotovitel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů,

a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.

2. Zhotovitel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatelem a zhotovitelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

XII.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní stany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejích výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.
4. Zhotovitel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Zhotovitel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží zhotovitel a 2 obdrží objednatel.
7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:
 - příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění a doba plnění
 - příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za zhotovitele

Za objednatele

.....
.....
.....

Příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění a doba plnění

Zhotovitel provede pro objednatele následující grafické, DTP a audiovizuální práce.

I. Grafické a DTP práce

Zhotovitel zpracuje vždy na výzvu objednatele níže uvedené položky.

Položka	Specifikace	Maximální počet kusů	Doba plnění
a) Průběžná grafika většího rozsahu (pro tisk)	letáky, plakáty, pohlednice, vizuály	200	do 3 dnů od výzvy objednatele
b) Průběžná grafika menšího rozsahu (pro tisk)	samolepky, trička, placky, reklamní plachty, roll-up bannery apod.	50	do 3 dnů od výzvy objednatele
c) Internetové bannery	proklikové bannery pro webové stránky partnerů objednatele	30	do 3 dnů od výzvy objednatele
d) Průběžná grafika (web)	internetové bannery, pracovní plochy pro PC a mobilní telefony, úvodní obrázky profilů na sociálních sítích apod.	70	do 3 dnů od výzvy objednatele
e) Průběžná infografika	průběžné grafické zpracování výsledků výzkumů a dalších informací do vizuální podoby (obrázek s textem, diagramem, grafem apod.) pro jejich jednoduché a snadné šíření po internetu	30	do 3 dnů od výzvy objednatele

II. Audiovizuální práce

1. V průběhu celého trvání kampaně bude zhotovitel zhotovovat níže specifikovaná audiovizuální díla.
2. Součástí zhotovení virálního videa, videospotů a radiospotů je i námět těchto děl. Zhotovitel předloží (formou e-mailu nebo osobně) objednateli námět
 - a) virálního videa, videospotu 2014 a radiospotů 2014 nejpozději do 5 dnů od uzavření této smlouvy,
 - b) videospotu 2015 a radiospotů 2015 do 14 dnů od výzvy objednatele k plnění této části díla.

Námět bude dále upraven, bude-li to třeba, v součinnosti mezi zhotovitelem a objednatelem. Pokud se smluvní strany na námětu nedohodnou do 2 dnů v případě dle písm. a) a do 7 dnů v případě dle písm. b) tohoto odstavce od jejich předložení, je

objednatel oprávněn určit námět jednostranně.

3. Zhotovitel předá objednateli vždy výstup z plnění příslušné části díla (např. smíchané video se zvukem, případně hudbou či hudbu) na harddisku a DVD.
4. Všechna videa musí být natočena v rozlišení **HD 1920 x 1080 pixelů**.
5. Plnění této části veřejné zakázky zahrnuje následující položky:

Položka		Specifikace	Max. počet kusů	Doba plnění
a) Virální video (vč. námětu)		podoba videa (interiér/exteriér) bude vyplývat z námětu; délka videa kolem 1 minuty	1	předložení námětu do 5 dnů od uzavření smlouvy; zhotovení do 7 dnů od dohody o námětu nebo jeho určení objednatelem
b) Videospoty (vč. námětu)	Videospot 2014	interiér/exteriér, maximálně 5 hlavních protagonistů, umělé osvětlení, délka maximálně 30s, plus minimálně 3 fotografie v digitální podobě vycházející ze spotu pro propagační účely kampaně a video z natáčení spotu pro účely kampaně	1	předložení námětu do 5 dnů od uzavření smlouvy; zhotovení do 14 dnů od dohody o námětu nebo jeho určení objednatelem
	Videospot 2015	interiér/exteriér, maximálně 5 hlavních protagonistů, umělé osvětlení, délka maximálně 30s, plus minimálně 3 fotografie v digitální podobě vycházející ze spotu pro propagační účely kampaně a video z natáčení spotu pro účely kampaně	1	předložení námětu do 14 dnů od výzvy objednatele; zhotovení do 60 dnů od výzvy objednatele
c) Radiospoty (vč. námětu)	Radiospoty 2014	3 různé verze radiospotu budou vycházet z videospotu pro tentýž rok tak, aby spolu vytvářely celek, délka 30s	3	předložení námětu do 5 dnů od uzavření smlouvy; zhotovení do 7 dnů od dohody o námětu nebo jeho určení objednatelem
	Radiospoty 2015	3 různé verze radiospotu budou vycházet z videospotu pro ten konkrétní rok tak, aby spolu vytvářely celek, délka 30s	3	předložení námětu do 14 dnů od výzvy objednatele; zhotovení do 60 dnů od výzvy objednatele
d) Videoklip		natočení videoklipu k písni, která vzejde z veřejné soutěže o píseň kampaně, videoklip bude natáčen zřejmě v interiéru i	1	do 30 dnů od výzvy objednatele

	exteriéru (žádné speciální lokace), speciální efekty se nepředpokládají, maximální délka 4 minuty		
e) Natočení singlů písní	natočení 3 písní (audio), které vzejdou zejména ze soutěže o píseň kampaně, v nahrávacím studiu	3	do 30 dnů od výzvy objednatele
f) Videorozhovory / Minireportáže	průběžné videorozhovory s majiteli míst, která se označí jako zóny bez nenávisti, a lokálními opinion makery, kteří se ke kampani přihlásí, výsledné video nepřesáhne délku 3 minuty	40	do 14 dnů od výzvy objednatele
g) Natočení akcí ve veřejném prostoru	natočení a zpracování performancí a jiných akcí ve veřejném prostoru tak, aby byly atraktivní pro cílovou skupinu, maximální délka 5 minut	10	do 2 dnů od realizace performancí; objednatel zhotoviteli sdělí dobu konání nejpozději 14 dní předem
h) Jingle projektu	animace, která bude vycházet z loga kampaně a jejích cílů, délka do 5s	1	do 14 dnů od výzvy objednatele

6. Podrobný obsah položek dle odst. 5 je následující:

a) Virální video

Virální video (v délce přibližně 1 minuty) bude zobrazovat určitý incident ve veřejném prostoru, který bude vycházet z témat kampaně. Události kolem něj budou velmi nejasné (je možné, že v něm bude zainteresovaná některá ze známých osobností). Jeho cílem by mělo být zvýšit zájem uživatelů internetu o téma násilí z nenávisti. V určité chvíli pak dojde k odhalení, že šlo o mystifikaci, a tím začne veřejná část kampaně. Celé téma a provedení musí být velmi citlivé (zvláště ve vztahu k obětem násilí z nenávisti a ohroženým skupinám). Divák by v momentě odhalení neměl vůči kampani cítit negativní naladění, ale naopak by mělo navodit pozitivní konotace. Na toto video budou tematicky navazovat také radiospoty i videospoty. Ve virálním videu budou vystupovat 2 postavy (útočník a oběť) a případně kompars. Odměna protagonistům dle předchozí věty je, stejně jako veškeré další náklady, součástí ceny.

b) Videospoty

Spoty budou jednoduché, vtipné. Svým zpracováním (zejména formou) budou zřetelně vystupovat z klasického mediálního prostoru.

Spoty budou natáčeny v interiéru nebo v exteriéru, nepředpokládá se natáčení ve speciálních lokacích, ani účinkování známých osobností. Spoty budou mít maximálně 30 vteřin, bude v nich vystupovat maximálně 5 veřejně neznámých protagonistů a případně další kompars. Nebudou použity žádné speciální efekty. Natáčení nepřesáhne 2 natáčecí dny. Odměna protagonistům dle předchozí věty je, stejně jako veškeré další náklady, součástí ceny.

Spot bude vysílán v televizích, jako webová reklama, přes sociální sítě – ideálně by měl mít také virální potenciál.

Jako součást této části díla zhotovitel nafotí profesionální fotografie (rozlišení minimálně 5000 x 3000 pixelů), které budou vycházet z povahy spotu a budou s ním vytvářet jednotný celek. Tyto fotografie budou využity pro propagační účely kampaně - zejména v tisku apod.

Dodavatel také z každého spotu vytvoří video z natáčení, které bude dále využito pro účely kampaně.

Dodavatel předá objednateli finální filmový soubor v nejvyšším rozlišení (ve formátu pro vysílání v televizi a v kině) i k užití pro umístění na YouTube a dalších online prostorech.

c) Radiospoty

Radiospoty budou svou podobou navazovat na videospoty. Po sérii odvysílaných videospotů v televizi budou ve vybraných rádiích prezentovány právě radiospoty, které by měly udržovat povědomí o kampani a zajistit zasažení cílové skupiny. Stejně jako u videospotů v nich budou vystupovat neznámí protagonisté. Spoty by měly být vytvořeny tak, aby jasně vystupovaly z klasického reklamního prostoru a měly tudíž šanci zaujmout a získat si pozornost posluchačů právě svým odlišným zpracováním.

d) Videoklip

Zhotovitel natočí videoklip v délce nejvýše 4 minut. V rámci kampaně proběhne soutěž o píseň kampaně, jejímž cílem je zapojení témat rasismu, xenofobie a násilí z nenávisti do tvorby současných českých kapel/interpretů. Kapele/Interpretovi, která soutěž o píseň kampaně vyhraje, objednatel poskytne možnost natočení videoklipu k této písni. Předpokládá se natáčení v interiéru (studiu) i v exteriéru, přičemž žádné z drahých a exkluzivních lokací nebudou využity. Animace nebo speciálních efekty nebudou využity.

e) Natočení singlů písní kampaně

Zhotovitel natočí v nahrávacím studiu max. 3 singly písní kampaně. V rámci objednatelem vyhlášené soutěže o píseň kampaně budou natočeny 3 nejlepších singly, které budou šířeny přes rádia, sociální sítě atd. Zhotovitel předá objednateli na základě výzvy 3 finální hudební soubory, jejichž zvuková kvalita bude odpovídat standardům pro vysílání v rádiu.

f) Videorozhovory / Minireportáže

V rámci kampaně budou zejména pro prezentaci značky kampaně hrát významnou roli rozhovory (pozdravy) s majiteli míst (i jejich návštěvníky) nebo např. sportovních klubů, která se hlásí k myšlence kampaně a označují své prostory za zónu bez nenávisti. Klíčové bude atraktivní zpracování rozhovoru / minireportáže tak, aby oslovilo cílovou skupinu a ta měla motivaci takové video sledovat a sdílet na sociálních sítích. Současně by ale témata rozhovorů měla být v souladu s cíli kampaně a rozhovory by měly povědomí o ní a jejích tématech rozšiřovat.

V rámci kampaně současně budou realizovány rozhovory s některými veřejně známými osobnostmi a opinion makery vhodnými pro oslovení cílové skupiny. I pro tyto rozhovory platí stejná kritéria, jako pro rozhovory s provozovateli těchto míst.

Výsledné videa by měla mít minimální délku 60 vteřin, neměla by přesáhnout 3 minuty.

Natáčení rozhovorů bude probíhat v rámci celé ČR.

Zhotovitel natočí nejvýše 40 takových rozhovorů.

g) Natočení akcí ve veřejném prostoru

V rámci kampaně budou zapojeni také současní umělci a performeři, jejichž úkolem bude rozšiřovat povědomí o kampani a zejména o tématech formou svých performancí ve veřejném prostoru. Pro motivaci cílové skupiny k podobným aktivitám ve svých regionech je kvalitní audiovizuální zachycení akce klíčové. Reportáž by proto měla být divácky atraktivní a svižná. Současně by měla zapadat svou povahou do charakteru kampaně.

Zhotovitel celkem natočí maximálně 10 performancí – ty mohou probíhat v různých místech ČR.

Zhotovitel z každé takové akce předá finální filmový soubor v požadovaném rozlišení k užití pro umístění na YouTube a další webové užití.

Délka výsledného videa se bude pohybovat mezi 2 a 5 minutami.

h) Jingle projektu

Zhotovitel zpracuje jingle projektu - krátkou animovanou znělku se zvukovou stopou vycházející z daného vizuálního stylu kampaně, použitelnou pro různé projektové materiály, jako úvod pro rozhovory s majiteli zón bez násilí a nenávisti, pro přehrávání na veřejných akcích apod. Zhotovitel předá tento jingle objednateli v rozlišení HD 1920 x 1080 pixelů. Maximální délka bude 5 s.

Příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna.--

Tab. 1: Cena za II. b) Videospot – cena za 1 ks (maximální počet ks 2)

Počet natáčecích dnů	Cena v Kč bez DPH za videoklip s 1 hercem a komparem	Cena v Kč s DPH za videoklip s 1 hercem a komparem	Cena v Kč bez DPH za videoklip s 2-3 herci a komparem	Cena v Kč s DPH za videoklip s 2-3 herci a komparem	Cena v Kč bez DPH za videoklip s 4-5 herci a komparem	Cena v Kč s DPH za videoklip s 4-5 herci a komparem
1 natáčecí den						
2 natáčecí dny						

Tab.2

Položka	Max. počet kusů	Cena za 1 ks v Kč bez DPH	Výše DPH za 1 ks v Kč	Cena za 1 ks v Kč s DPH	Cena za maximální počet ks v Kč bez DPH	Cena za maximální počet ks v Kč s DPH
I. a) Průběžná grafika většího rozsahu (pro tisk)	200					
I. b) Průběžná grafika menšího rozsahu (pro tisk)	50					
I. c) Internetové bannery	30					
I. d) Průběžná grafika (web)	70					
I. e) Průběžná infografika	30					
II. a) Virální video	1					
II. b) Videospot	2	*	*	*	*	*
II. c) Radiospoty	6					
II. d) Videoklip	1					
II. e) Natočení singlů písní	3					
II. f) Videorozhovory / Minireportáže	40					
II. g) Natočení akcí ve veřejném prostoru	10					
II. h) Jingle projektu	1					
Celková nabídková cena						**

* --uchazeč uvede částku za 1 ks videospotu ve výši za 2 natáčecí dny s 4-5 herci a komparem--

** --max. 2.484.999,99 Kč--

Příloha J2 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 2

Smlouva o zajištění tisku

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IČ: 00006599

DIČ: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IČ:

DIČ:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v, spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „zhotovitel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek zhotovitele provést pro objednatele tisk a potisk propagačních materiálů a předmětů potřebných k propagaci a komunikaci s cílovou skupinou Kampaně proti rasismu a násilí z nenávisti (dále jen „kampaně“ a „projekt“) a širokou veřejností dle podrobné specifikace uvedené v příloze č. 1 (dále jen „dílo“) a závazek objednatele řádně a včas provedené dílo nebo jeho části převzít a zaplatit za ně zhotoviteli sjednanou cenu.
2. V příloze č. 1 je uveden maximální počet kusů jednotlivých částí díla. Částmi díla se rozumí nejen jednotlivé položky dle přílohy č. 1, ale i jejich dílčí plnění v objemu vyžádaném objednatelem. Zhotovitel zhotoví vždy takový počet kusů (takovou část díla), ke kterému bude vyzván objednatelem. Objednatel není povinen vyzvat zhotovitele k zhotovení maximálního počtu kusů nebo všech položek (dále jen „celý objem plnění“). V případě, že objednatel nebude požadovat zhotovení celého objemu plnění, nenáleží zhotoviteli náhrada škody nebo jiné plnění z důvodu nezhotovení celého objemu plnění.

II.

Doba a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016. Plnění bude realizováno na základě jednotlivých výzev (dále též „objednávka“) objednatele k plnění, a to kdykoliv v průběhu doby dle věty první, případně dle odst. 2. Zhotovitel je povinen předat objednateli požadovaný počet položek a kusů (částí díla) nejpozději do 10 dnů od objednávky objednatele a předání tiskových podkladů pro jejich zhotovení.
2. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu plnění celého díla nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna dob plnění díla nebo jeho částí, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje zhotovitele písemně.
3. Místem předání všech částí díla je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1.

III.

Cena a platební podmínky

1. Podrobná kalkulace ceny jednotlivých částí díla (jednotkové ceny) je stanovena v příloze č. 2.
2. Uvedené jednotkové ceny zahrnují veškeré náklady zhotovitele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy.
3. Uvedené jednotkové ceny jsou nepřekročitelné.
4. Cena bude kalkulována za jednotlivé položky a kusy a bude hrazena dle skutečného počtu kusů požadovaných a předaných položek.
5. Cena za zhotovení jednotlivých částí díla bude uhrazena vždy po podpisu předávacího protokolu oběma smluvními stranami, a to na základě faktury vystavené zhotovitelem. Jestliže objednatel zjistí vady díla nebo jeho části po podpisu předávacího protokolu, avšak před doručení faktury, a zhotovitele o tom informuje, není zhotovitel oprávněn vystavit fakturu do doby odstranění těchto vad.
6. Faktura zhotovitele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění považuje den, kdy je zhotovitel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu.
7. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.
8. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet zhotovitele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu zhotovitele.

IV.

Předání a převzetí díla

1. O předání a převzetí částí díla sepiší smluvní strany předávací protokol, který bude potvrzen podpisy oprávněného zaměstnance objednatele a zhotovitele. Návrh předávacích protokolů připraví zhotovitel a budou sepsány ve 2 vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží po 1.
2. Objednatel nepřevezme dílo nebo jeho část se zjevnými vadami. V případě, že objednatel zjistí vady díla nebo jeho části při jeho předání, je zhotovitel povinen je odstranit do 3 dnů.
3. Potvrzení předávacího protokolu objednatelem jej nezavazuje práv na reklamaci a práv z odpovědnosti za vady, které zjistí později v průběhu záruční lhůty.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Zhotovitel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o plnění díla, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Zhotovitel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatelem, pokud jej k tomu objednatel vyzve.
3. Zhotovitel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:
 - a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo
 - b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Zhotovitel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem (například uveřejňovat ukázky díla dříve než objednatel).

4. Zhotovitel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 3 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
5. Za porušení povinnosti mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá zhotovitel, jako by povinnost porušil sám.
6. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Záruka za jakost, odpovědnost za vady

1. Zhotovitel odpovídá za to, že dílo má vlastnosti stanovené touto smlouvou, dokumentací k němu a nabídkou zhotovitele podanou v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější.

2. Zhotovitel odpovídá za vady díla zjištěné při jeho předání nebo v průběhu záruční doby. Zhotovitel za tímto účelem poskytuje objednateli záruku za jakost po záruční dobu v délce 6 měsíců.
3. Záruční doba začíná běžet dnem podpisu předávacího protokolu k příslušné části díla.
4. Zhotovitel bezplatně odstraní reklamovanou vadu nejdéle do 3 dnů od nahlášení vady.
5. O dobu odstraňování vady se prodlužuje záruční doba.
6. Reklamací lze uplatnit nejpozději do posledního dne záruční doby, přičemž reklamacie odeslaná objednatelem v poslední den záruční doby se považuje za včas uplatněnou.
7. Zhotovitel odstraní v záruční době reklamované vady na svůj náklad. Odmítne-li zhotovitel odstranit reklamované vady, případně neodstraní-li je do 15 dnů od stanoveného termínu, je objednatel oprávněn odstranit vady sám nebo prostřednictvím třetího subjektu a náklady s tím spojené vyúčtovat zhotoviteli.
8. Uplatněním odpovědnosti za vady nejsou dotčeny nároky na náhradu škody nebo na uplatnění smluvní pokuty.

VII.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny objednané části díla, již se skutečnosti dále uvedené týkají (tj. stanovené násobkem počtu požadovaných kusů a jednotkové ceny dle přílohy č. 2) za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení s předáním kterékoliv části díla, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad,
 - b) bude v prodlení s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo čl. VI odst. 4 této smlouvy.
2. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 a 2;za každý takový případ.
3. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury zhotovitele je zhotovitel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
4. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

VIII.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,

- ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran.
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
- a) prodlení zhotovitele se splněním kterékoliv části díla, a to i v případě nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad, delší než 15 dnů,
 - b) prodlení zhotovitele s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo VI odst. 4 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u zhotovitele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a zhotovitel je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.
4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
5. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
6. Povinnosti zhotovitele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelem a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

IX.

Archivace dokumentů, publicita

1. Zhotovitel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; zhotovitel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.
2. Zhotovitel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „*Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.*“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatelem a zhotovitelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

X.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.

2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní stany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejich výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.
4. Zhotovitel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Zhotovitel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží zhotovitel a 2 obdrží objednatel.
7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:
 - příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění
 - příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za zhotovitele

Za objednatele

.....
.....
.....
.....

Příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění

Položka	Specifikace	Maximální počet kusů
Samolepky zón bez nenávisti pro nalepení do interiéru	kruh o průměru minimálně 20 cm a maximálně 25 cm (bude upřesněno objednatelem) s jednovětným sloganem pod ním (bude stát samostatně, oddělen od kruhu), maximálně 2 barvy + bílá, PVC materiál (laminace)	2.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 1.000 ks)
Samolepky zón bez nenávisti pro nalepení na sklo	kruh o průměru minimálně 20 cm a maximálně 25 cm s jednovětným sloganem pod ním (bude stát samostatně, oddělen od kruhu), vhodné pro lepení na sklo výloh a vchodových dveří zevnitř objektu (laminace), maximálně 2 barvy + bílá	2.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 1.000 ks)
Samolepky velké	samolepky do velikosti A6, PVC materiál, celobarevný tisk	20.000 ks (budou dodány na základě 10 různých objednávek po 2.000 ks)
Samolepky malé	samolepky kulaté s průměrem maximálně 7 cm PVC materiál, jednobarevný tisk (jedna barva + bílá)	50.000 ks (budou dodány na základě 20 objednávek po 2.000 ks a 10 objednávek po 1.000 ks)
Pohlednice	velikost A6, gramáž 300g/m2, celobarevný tisk	60.000 ks (budou dodány na základě 15 různých objednávek po 4.000 ks)
Placky	průměr 37mm se špendlíkem k připnutí, jednobarevné (jedna barva + bílá)	150.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 75.000 ks)
Roll up bannery	200 cm x 85 cm, celobarevný tisk, stabilní konstrukce, která odolá slabšímu větru	4 ks (budou objednány samostatně, tzn. že půjde o 4 rozdílné bannery)
Reklamní plachta velká	celobarevný tisk, venkovní PVC materiál, závěsný za kovová oka, maximální velikost 2 m x 2 m	3 ks (budou objednány samostatně, tzn. že půjde o 4 rozdílné reklamní plachty)
Reklamní plachta malá	celobarevný tisk, venkovní PVC materiál, závěsný za kovová oka, maximální velikost 1,5 m x 1,5 m	3 ks (budou objednány samostatně, tzn. že půjde o 4 rozdílné reklamní plachty)
Plakáty A2	celobarevný tisk, papír lesklý křídový 135 g/m2	16.000 ks (budou dodány na základě 5 různých objednávek po 1.000 ks, 10

Příloha J2 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 2

		objednávek po 500 ks a 20 objednávek po 300 ks (s tím, že v rámci objednávek po 300 ks může být i několik variant), všechny plakáty nebudou stejné
Letáky	celobarevný oboustranný tisk, lesklá křída gramáž 170 g/m ² , maximální velikost A5	30.000 ks (budou dodány na základě 2 různých objednávek po 10.000 ks, dále 10 různých objednávek po 1.000 ks)
Trička	tisk na jednobarevná trička s krátkým rukávem (barva bude stanovena objednatelem) celobarevného potisku. Trička budou z poloviny pánská, z poloviny dámská (různé velikosti), materiál: stoprocentní bavlna, alespoň 200 g/m ²	250 ks (budou dodána na základě 1 objednávky)
Vizitky	celobarevné, rozměr 90x50 mm, matná křída 300 g/m ²	3.000 ks (budou dodány na základě 10 různých objednávek po 300 ks)

Příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna.--

Položka	Max. počet kusů	Cena za 1 ks v Kč bez DPH	Výše DPH za 1 ks v Kč	Cena za 1 ks v Kč s DPH	Cena za maximální počet ks v Kč bez DPH	Cena za maximální počet ks v Kč s DPH
Samolepky zón bez nenávisti pro nalepení do interiéru	2000					
Samolepky zón bez nenávisti pro nalepení na sklo	2000					
Samolepky velké	20000					
Samolepky malé	50000					
Pohlednice	60000					
Placky	150000					
Roll up bannery	4					
Reklamní plachta velká	3					
Reklamní plachta malá	3					
Plakáty A2	16000					
Letáky	30000					
Trička	250					
Vizitky	3000					
Celková nabídková cena						*

* --max. 1.163.499,70 Kč--

Příloha J3 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 3

Smlouva o zajištění komiksové tvorby

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“) a dle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IC: 00006599

DIČ: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IC:

DIČ:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v, spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „zhotovitel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek zhotovitele zhotovovat pro objednatele pravidelné komiksové stripy (dále jen „komiks“), které budou reflektovat různorodé roviny tématu rasismu a násilí z nenávisti v rámci projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti (dále jen „kampaň“ a „projekt“), dle podrobné specifikace uvedené v odst. 2 a 3 (dále též jen „dílo“) a závazek objednatele řádně a včas provedené dílo nebo jeho části převzít a zaplatit za ně zhotoviteli sjednanou cenu.
2. Komiks bude zpracován vždy v rozsahu 3-5 políček na téma rasismu, xenofobie a násilí z nenávisti, přičemž objednatel je oprávněn v průběhu zhotovení nebo před konečným předáním a převzetím části díla udělovat zhotoviteli pokyny k provádění díla. Objednatel zhotoviteli určí témata, scénáře a způsob zpracování. Volená témata budou vždy vycházet z aktuálních potřeb kampaně a reagovat na aktuální společenské dění.
3. Celkem bude v době plnění dle čl. II odst. 1 a případně odst. 3 vytvořeno maximálně 80

komiksů. Zhotovitel zhotoví za dobu plnění takový počet kusů, ke kterému bude vyzván objednatelem. Objednatel není povinen vyzvat zhotovitele k zhotovení maximálního počtu kusů (dále jen „celý objem plnění“). V případě, že objednatel nebude požadovat zhotovení celého objemu plnění, nenáleží zhotoviteli náhrada škody nebo jiné plnění z důvodu nezhotovení celého objemu plnění.

II.

Doba, způsob a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016.
2. V průběhu doby plnění bude zhotovitel vyzván k zhotovení jednotlivých komiksů, pokud se smluvní strany nedohodnou jinak (např. harmonogram na určité období). V případě, že objednatel zhotovitele vyzve ke zhotovení komiksu, je zhotovitel povinen objednateli předat první verzi komiksu do 3 dnů od takové výzvy. Pokud objednatel uplatní k předloženému komiksu připomínky nebo jiné pokyny, je zhotovitel povinen je zapracovat, a to do 2 dnů od jejich sdělení.
3. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu plnění celého díla nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna dob plnění díla nebo jeho částí, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje zhotovitele písemně.
4. Místem předání všech částí díla je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1.

III.

Cena a platební podmínky

1. Cena za 1 kus komiksu je stanovena v příloze č. 1.
2. Uvedená jednotková cena zahrnuje veškeré náklady zhotovitele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy, zejména zahrnuje odměny za poskytnutí všech práv duševního vlastnictví dle čl. VII.
3. Uvedená jednotková cena je nepřekročitelná.
4. Cena bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných a předaných komiksů.
5. Cena za zhotovení jednotlivých komiksů bude uhrazena na základě faktury vystavené zhotovitelem. Zhotovitel je oprávněn vystavovat fakturu měsíčně zpětně nebo méně často, přičemž přílohou faktury musí být předávací protokol.
6. Faktura zhotovitele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění považuje den, kdy je zhotovitel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu.
7. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.

8. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet zhotovitele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu zhotovitele.

IV.

Předání a převzetí díla

1. O předání a převzetí komiksu sepiší smluvní strany předávací protokol, který bude potvrzen podpisy oprávněného zaměstnance objednatele a zhotovitele. Návrh předávacích protokolů připraví zhotovitel a budou sepsány ve 2 vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží po 1. Zhotovitel je oprávněn připravit předávací protokol na delší dobu plnění (v souladu s jím zvolenou četností vystavování faktur), přičemž smluvní strany v něm budou vyznačovat předání a převzetí komiksu postupně. Objednatel uhradí zhotoviteli pouze komiksy osvědčené v předávacím protokolu.
2. Objednatel nepřevzme dílo nebo jeho část se zjevnými vadami. V případě, že objednatel zjistí vady díla nebo jeho části při jeho předání, je zhotovitel povinen je odstranit do 3 dnů.
3. Potvrzení předávacího protokolu objednatelem jej nezavazuje práv na reklamaci a práv z odpovědnosti za vady, které zjistí později v průběhu záruční lhůty.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Zhotovitel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o plnění díla, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Zhotovitel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatelem, pokud jej k tomu objednatel vyzve.
3. Zhotovitel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:
 - a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo
 - b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Zhotovitel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem (například uveřejňovat ukázky dříve než objednatel).
4. Zhotovitel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 3 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
5. Za porušení povinnosti mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá zhotovitel, jako by povinnost porušil sám.
6. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Záruka za jakost, odpovědnost za vady

1. Zhotovitel odpovídá za to, že dílo má vlastnosti stanovené touto smlouvou, dokumentací k němu a nabídkou zhotovitele podanou v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější.
2. Zhotovitel odpovídá za vady díla zjištěné při jeho předání nebo v průběhu záruční doby. Zhotovitel za tímto účelem poskytuje objednateli záruku za jakost po záruční dobu v délce 2 měsíců.
3. Záruční doba začíná běžet dnem podpisu předávacího protokolu k příslušné části díla.
4. Zhotovitel bezplatně odstraní reklamovanou vadu nejdéle do 3 dnů od nahlášení vady.
5. O dobu odstraňování vady se prodlužuje záruční doba.
6. Reklamací lze uplatnit nejpozději do posledního dne záruční doby, přičemž reklamáce odeslaná objednatelem v poslední den záruční doby se považuje za včas uplatněnou.
7. Zhotovitel odstraní v záruční době reklamované vady na svůj náklad. Odmítne-li zhotovitel odstranit reklamované vady, případně neodstraní-li je do 15 dnů od stanoveného termínu, je objednatel oprávněn odstranit vady sám nebo prostřednictvím třetího subjektu a náklady s tím spojené vyúčtovat zhotoviteli.
8. Uplatněním odpovědnosti za vady nejsou dotčeny nároky na náhradu škody nebo na uplatnění smluvní pokuty.

VII.

Práva duševního vlastnictví

1. Zhotovitel se zavazuje, že při vypracování díla neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv k duševnímu vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví, že je plně oprávněn disponovat s právy, které touto smlouvou postupuje na objednatele, nebo k jejichž užití poskytuje objednateli dle této smlouvy licenci a zavazuje se za tímto účelem zajistit řádné a nerušené užívání díla objednatelem, včetně případného zajištění dalších souhlasů a licencí od autorů děl v souladu s autorským zákonem popř. od vlastníků jiných práv duševního vlastnictví v souladu s právními předpisy. Zhotovitel se zavazuje, že objednateli uhradí veškeré náklady, výdaje, škody a majetkovou i nemajetkovou újmu, které objednateli vzniknou v důsledku porušení povinností dle předchozí věty.
2. Je-li výsledkem činnosti zhotovitele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který je předmětem práv autorských, práv souvisejících či předmětem práv pořizovatele k jím pořízené databázi, a nejde přitom ve smyslu odst. 3 tohoto článku o dílo anebo jeho části vytvořené jako zaměstnanecké dílo (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Předměty ochrany podle autorského zákona“), náleží od okamžiku předání díla dle této smlouvy objednateli pro území celého světa včetně České republiky výhradní neomezené právo k užití těchto Předmětů ochrany podle autorského zákona, a to na dobu trvání práva k Předmětům ochrany podle autorského zákona, resp. na zákonnou dobu ochrany. Zhotovitel touto smlouvou poskytuje objednateli oprávnění k výkonu uvedeného výhradního práva k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona (licence) bez časového, územního a množství omezení a pro všechny způsoby užití. Objednatel je oprávněn Předměty ochrany podle autorského zákona užít v původní nebo jiným

zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky. Oprávnění k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona získává objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Postoupení licence nebo její části na třetí osobu nevyžaduje souhlas zhotovitele a objednatel není povinen postoupení licence nebo její části na třetí osobu zhotoviteli oznamovat. Toto právo objednatel k Předmětům ochrany podle autorského zákona se automaticky vztahuje i na všechny nové verze, úpravy a překlady Předmětů ochrany podle autorského zákona dodané zhotovitelem. Objednatel není povinen výše uvedenou licenci využít. Zhotovitel dále poskytuje objednateli právo upravovat a/nebo překládat Předměty ochrany podle autorského zákona, včetně práva objednatel zadat provedení těchto úprav a/nebo překladů třetím osobám. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za užití Předmětů ochrany podle autorského zákona dle tohoto odstavce je součástí ceny díla dle čl. III.

3. Je-li výsledkem nebo součástí díla i zaměstnanecké či kolektivní dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, zhotovitel jako zaměstnavatel či osoba, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno a pod jejímž jménem je dílo uváděno na veřejnost, ke dni předání díla dle této smlouvy postupuje právo výkonu majetkových práv k dílu na objednatel, přičemž výše odměny za postoupení je již zahrnuta v ceně díla dle čl. III této smlouvy. Objednatel se tím stává ve vztahu ke všem částem díla i dílu jako celku vykonavatelem autorských práv majetkových v pozici zaměstnavatele se všemi souvislostmi včetně oprávnění vyplývajících z omezení osobnostních práv původních autorů v plném rozsahu dle § 58 autorského zákona, přičemž právo výkonu majetkových práv autorských získává objednatel jako dále postupitelné. Objednatel je tak především oprávněn dílo i jeho části bez dalšího sám jakýmkoli způsobem užít v původní, zpracované či jinak změněné podobě a udělit třetím osobám oprávnění (licenci) k výkonu práva dílo a jeho části užít. Objednatel je dále oprávněn nehotové anebo nedostatečně podrobné části díla dokončit, a to bez ohledu na podmínky podle ustanovení § 58 odst. 5 autorského zákona. Zhotoviteli ani původním autorům nenáleží nárok na přiměřenou dodatečnou odměnu podle ustanovení § 58 odst. 6 autorského zákona. Objednatel je oprávněn dílo anebo jeho části zveřejnit, upravovat, zpracovávat včetně překladu, spojit s jiným dílem, zařadit do díla souborného a uvádět je na veřejnost pod vlastním jménem.

VIII.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny komiksu za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení s předáním komiksu, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatel z titulu jeho vad,
 - b) bude v prodlení s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo čl. VI odst. 4 této smlouvy.
2. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení kterékoli ustanovení čl. VII této smlouvy,
 - c) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 a 2;za každý takový případ.

3. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury zhotovitele je zhotovitel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
4. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

IX.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,
 - ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran.
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
 - a) prodlení zhotovitele se splněním kterékoliv části díla, a to i v případě nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad, delší než 15 dnů,
 - b) prodlení zhotovitele s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo VI odst. 4 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u zhotovitele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a zhotovitel je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.
4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
5. Zhotovitel není oprávněn odstoupit od smlouvy z důvodů uvedených § 2382 občanského zákoníku.
6. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
7. Povinnosti zhotovitele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelem a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

X.

Archivace dokumentů, publicita

1. Zhotovitel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; zhotovitel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.

2. Zhotovitel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatelem a zhotovitelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

XI.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní stany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejich výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.
4. Zhotovitel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Zhotovitel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží zhotovitel a 2 obdrží objednatel.
7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:
 - příloha č. 1 – podrobná kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za zhotovitele

Za objednatele

.....
.....
.....

Příloha č. 1 – podrobná kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna.--

Položka	Cena v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Cena v Kč s DPH
Cena 1 kusu komiksu			
Celková nabídková cena (cena za 80 kusů komiksů)			

* --max. 129.954,00 Kč--

Příloha J4 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 4

Smlouva o zajištění buzzmonitoringu

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IČ: 00006599

DIC: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IČ:

DIC:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v, spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „poskytovatel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele provádět pro objednatele průběžný buzzmonitoring zmínek v rámci projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisli (dále jen „kampaň“ a „projekt“) dle podrobné specifikace uvedené v odst. 2 až 7 (dále jen „předmět plnění“) a závazek objednatele za řádně a včas provedený předmět plnění nebo jeho část zaplatit poskytovateli sjednanou cenu.
2. Poskytovatel bude provádět pro objednatele průběžný buzzmonitoring v relevantních online prostorech (weby, blogy, profily na sociálních sítích, diskusní fóra apod.), který bude zahrnovat
 - a) zmínky o projektu a kampani,
 - b) zmínky o tématech blízkých kampani (nenávisť vůči různým skupinám, zejména Romům, šíření nenávistných projevů, ale také příklady dobrého soužití, pozitivní příspěvky na blozích apod.),
 - c) trendy v oblasti témat blízkých kampani dle předchozího písmena (dále jen „trendy“),

d) identifikaci opinion leaderů a influencerů,

(dále jen „buzzmonitoring“). Buzzmonitoring bude prováděn jak ve vztahu ke značce, tak k tématu kampaně (na základě vybraných klíčových slov).

3. Výstupem z provádění buzzmonitoringu budou:

a) reporty s

- identifikací opinion leaderů a influencerů [identifikace opinion leaderů a influencerů a komunit s výrazným vlivem na cílovou skupinu (mladí 15-25 let), kteří se tématu kampaně věnují (v pozitivním i negativním směru - např. při organizaci protiromských pochodů, šíření nenávistných projevů, ale také při sdílení příkladů dobrého soužití, pozitivní příspěvky na blozích vhodné k dalšímu šíření apod.); identifikace influencerů a komunit, kteří nejvíce vstupují do interakce s kampaní (ať pozitivním či negativním vymezením se)],
- analýzou sentimentu,
- analýzou vzájemné afinity,
- vizualizací výstupů;

b) reporty s

- shrnutí zmínek o projektu a kampani,
- identifikací a shrnutím zmínek o tématech blízkých kampani,
- identifikací a shrnutím trendů (trendových témat),
- analýzou sentimentu,
- vizualizací výstupů,

c) podklady pro infografiku;

d) další výstupy dle nabídky poskytovatele v zadávacím řízení, a to *–zde uchazeč uvede další návrhy výstupů, které předložil v nabídce pro hodnocení--*. Tyto výstupy budou předávány *–uchazeč vyplní četnost předávání těchto výstupů, které předložil v nabídce pro hodnocení--*.

(dále jen „výstupy buzzmonitoringu“).

4. V rámci buzzmonitoringu bude poskytovatel sledovat kusů *–zde uchazeč uvede počet sledovaných klíčových slov, který navrhuje v nabídce pro hodnocení; minimální počet je 15--* klíčových slov. Konkrétní klíčová slova určená ke sledování stanoví objednatel, a to a základě doporučení poskytovatele. Sledovaná klíčová slova se mohou v průběhu plnění předmětu smlouvy měnit.

5. Buzzmonitoring bude zaměřen výhradně na české online prostředí. Jeho výstupy budou objednatelem sdíleny také s dalšími iniciativami a organizacemi bojujícími proti násilí a nenávisti.

6. Reporty dle odst. 3 písm. a) a b) bude poskytovatel předávat po celou dobu trvání projektu na výzvu objednatele nebo dle objednatelem stanoveného harmonogramu, a to vždy v rozsahu min. 20 normostran, které budou kromě obsahu uvedeného v odst. 3 písm. a) a b) obsahovat též:

a) souhrn doporučení jak tyto informace v dalších fázích kampaně využít,

b) návrhy, na jaká témata, klíčová slova či jiná data se v následujícím období v

buzzmonitoringu zaměřit.

7. Podklady pro infografiku dle odst. 3 písm. c) předloží poskytovatel na výzvu objednatele. Obsahem bude shrnutí nejzajímavějších poznatků z provádění buzzmonitoringu po celou dobu plnění do podkladů pro infografiky s pracovním názvem "Násilí, nenávisť, hejtní a hrdinové na českých sociálních sítích a internetu" vhodných pro další publikaci a sdílení na sociálních sítích. Poskytovatel nebude provádět grafické zpracování těchto podkladů.

II.

Doba, rozsah a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016. Jednotlivé dílčí doby plnění jsou uvedeny v tabulce v odst. 2. Předpokládané doby plnění výstupů buzzmonitoringu může objednatel jednostranně měnit.
2. Maximální doba realizace buzzmonitoringu a maximální počet výstupů buzzmonitoringu je uveden v následující tabulce. Poskytovatel je povinen předat takový počet výstupů buzzmonitoringu, ke kterému bude vyzván objednatelem. Výstupy buzzmonitoringu budou předávány ve lhůtách dle harmonogramu stanoveného písemně objednatelem nebo v jednotlivě určených lhůtách dle výzev objednatele. Objednatel není povinen vyzvat poskytovatele k předání maximálního počtu výstupů buzzmonitoringu (dále jen „celý objem plnění“). V případě, že objednatel nebude požadovat zhotovení celého objemu plnění, nenáleží poskytovateli náhrada škody nebo jiné plnění z důvodu nezhotovení celého objemu plnění.

Položka		Maximální počet kusů	Předpokládaná doba plnění
Buzzmonitoring		Počet kusů se rozumí počet měsíců provádění buzzmonitoringu. Jedná se o počet měsíců od uzavření smlouvy do konce trvání kampaně	průběžně po celou dobu plnění
Výstupy buzzmonitoringu	Reporty: identifikace opinion leaderů a influencerů, analýza sentimentu a analýza vzájemné afinity, vizualizace výstupů	3	pravidelně dle stanoveného harmonogramu; v případě, že nebude stanoven harmonogram, do 30 dnů od výzvy objednatele k plnění
	Reporty: zmínky o projektu a kampani, zmínky o tématech blízkých kampani, trendy, analýza sentimentu, vizualizace výstupů	6	pravidelně dle stanoveného harmonogramu; v případě, že nebude stanoven harmonogram, do 30 dnů od výzvy objednatele k plnění
	Podklady pro infografiky (shrnutí nejzajímavějších poznatků)	5	v roce 2016; do 14 dnů od výzvy objednatele k plnění

3. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu plnění celého předmětu smlouvy nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna doby, do níž bude realizován buzzmonitoring nebo během níž budou požadovány výstupy buzzmonitoringu, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje poskytovatele písemně. Souhrnná doba plnění však nepřesáhne 16 měsíců.
4. Místem předání všech výstupů buzzmonitoringu je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1. Poskytovatel je oprávněn předávat tyto výstupy elektronicky na objednatelem určenou e-mailovou adresu.

III.

Cena a platební podmínky

1. Cena je tvořena měsíční paušální částkou za buzzmonitoring a cenou za jednotlivé výstupy buzzmonitoringu. Cena za další výstupy plnění nabídnuté poskytovatelem v nabídce v zadávacím řízení dle čl. I odst. 3 písm. d) je zahrnuta v měsíční paušální částce za buzzmonitoring. Kalkulace ceny jednotlivých částí předmětu plnění (jednotkové ceny) je stanovena v příloze č. 1.
2. Poskytovateli nenáleží měsíční paušální částka za buzzmonitoring, pokud ji v příslušném měsíci neprováděl vůbec, nebo nesledoval sjednaný počet klíčových slov nebo nepředal objednateli další výstupy plnění nabídnuté poskytovatelem v nabídce v zadávacím řízení dle čl. I odst. 3 písm. d). Buzzmonitoring realizovaný pouze po určitou část měsíce bude fakturován poměrnou částí měsíční paušální částky.
3. Uvedené jednotkové ceny zahrnují veškeré náklady poskytovatele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy. Uvedené jednotkové ceny zejména zahrnují odměny za poskytnutí všech práv duševního vlastnictví dle čl. VII.
4. Uvedené jednotkové ceny jsou nepřekročitelné.
5. Cena bude kalkulována za jednotlivé položky a ks a bude hrazena dle skutečného počtu měsíců plnění buzzmonitoringu a požadovaných a předaných výstupů buzzmonitoringu.
6. Cena za provádění buzzmonitoringu bude hrazena čtvrtletně zpětně, cena za jednotlivé předané výstupy buzzmonitoringu bude hrazena vždy po podpisu předávacího protokolu oběma smluvními stranami, a to na základě faktur vystavených poskytovatelem. Jestliže objednatel zjistí vady předmětu plnění nebo jeho části po podpisu předávacího protokolu, avšak před doručením faktury, a poskytovatele o tom informuje, není poskytovatel oprávněn vystavit fakturu do doby odstranění těchto vad.
7. Faktura poskytovatele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění považuje den, kdy je poskytovatel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu, s výjimkou čtvrtletní faktury za provádění buzzmonitoringu.
8. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak

dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.

9. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet poskytovatele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele.

IV.

Předání a převzetí předmětu plnění

1. O předání a převzetí výstupů buzzmonitoringu sepiší smluvní strany předávací protokol, který bude potvrzen podpisy oprávněného zaměstnance objednatele a poskytovatele. Návrh předávacích protokolů připraví poskytovatel a budou sepsány ve 2 vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží po 1.
2. Objednatel nepřevzme výstup buzzmonitoringu nebo jeho část se zjevnými vadami. V případě, že objednatel zjistí vady výstupu nebo jeho části při jeho předání, je poskytovatel povinen je odstranit do 3 dnů.
3. Potvrzení předávacího protokolu objednatelem jej nezavazuje práv na reklamaci a práv z odpovědnosti za vady, které zjistí později v průběhu záruční lhůty.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Poskytovatel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o plnění předmětu této smlouvy, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Poskytovatel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatelem, pokud jej k tomu objednatel vyzve.
3. Poskytovatel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:
 - a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo
 - b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Poskytovatel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem (například uveřejňovat části předmětu plnění dříve než objednatel).

4. Poskytovatel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 3 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
5. Za porušení povinností mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá poskytovatel, jako by povinnost porušil sám.
6. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Záruka za jakost, odpovědnost za vady

1. Poskytovatel odpovídá za to, že předmět plnění má vlastnosti stanovené touto smlouvou, dokumentací k němu a nabídkou poskytovatel podanou v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější.
2. Poskytovatel odpovídá za vady výstupů buzzmonitoringu zjištěné při jejich předání nebo v průběhu záruční doby. Poskytovatel za tímto účelem poskytuje objednateli záruku za jakost po záruční dobu v délce 2 měsíce
3. Záruční doba začíná běžet dnem podpisu předávacího protokolu k příslušnému výstupu buzzmonitoringu.
4. Poskytovatel bezplatně odstraní reklamovanou vadu nejdéle do 3 dnů od nahlášení vady.
5. O dobu odstraňování vady se prodlužuje záruční doba.
6. Reklamací lze uplatnit nejpozději do posledního dne záruční doby, přičemž reklamace odeslaná objednatelem v poslední den záruční doby se považuje za včas uplatněnou.
7. Poskytovatel odstraní v záruční době reklamované vady na svůj náklad. Odmítne-li poskytovatel odstranit reklamované vady, případně neodstraní-li je do 15 dnů od stanoveného termínu, je objednatel oprávněn odstranit vady sám nebo prostřednictvím třetího subjektu a náklady s tím spojené vyúčtovat poskytovateli.
8. Uplatněním odpovědnosti za vady nejsou dotčeny nároky na náhradu škody nebo na uplatnění smluvní pokuty.

VII.

Práva duševního vlastnictví

1. Poskytovatel se zavazuje, že při vypracování výstupů buzzmonitoringu (pro účely tohoto článku dále jen „dílo“) neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv k duševnímu vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví, že je plně oprávněn disponovat s právy, které touto smlouvou postupuje na objednatele, nebo k jejichž užití poskytuje objednateli dle této smlouvy licenci a zavazuje se za tímto účelem zajistit řádné a nerušené užívání díla objednatelem, včetně případného zajištění dalších souhlasů a licencí od autorů děl v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“), popř. od vlastníků jiných práv duševního vlastnictví v souladu s právními předpisy. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli uhradí veškeré náklady, výdaje, škody a majetkovou i nemajetkovou újmu, které objednateli vzniknou v důsledku porušení povinností dle předchozí věty.
2. Je-li výsledkem činnosti poskytovatele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který je předmětem práv autorských, práv souvisejících či předmětem práv pořizovatele k jím pořízené databázi, a nejde přitom ve smyslu odst. 3 tohoto článku o dílo anebo jeho části vytvořené jako zaměstnanecké dílo (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Předměty ochrany podle autorského zákona“), náleží od okamžiku předání díla dle této smlouvy objednateli pro území celého světa včetně České republiky výhradní neomezené právo k užití těchto Předmětů ochrany podle autorského zákona, a to na dobu trvání práva k Předmětům ochrany podle autorského zákona, resp. na zákonnou dobu

ochrany. Poskytovatel touto smlouvou poskytuje objednateli oprávnění k výkonu uvedeného výhradního práva k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona (licence) bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Objednatel je oprávněn Předměty ochrany podle autorského zákona užit v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky. Oprávnění k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona získává objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Postoupení licence nebo její části na třetí osobu nevyžaduje souhlas poskytovatele a objednatel není povinen postoupení licence nebo její části na třetí osobu poskytovateli oznamovat. Toto právo objednatel k Předmětům ochrany podle autorského zákona se automaticky vztahuje i na všechny nové verze, úpravy a překlady Předmětů ochrany podle autorského zákona dodané poskytovatelem. Objednatel není povinen výše uvedenou licenci využít. Poskytovatel dále poskytuje objednateli právo upravovat a/nebo překládat Předměty ochrany podle autorského zákona, včetně práva objednatel zadat provedení těchto úprav a/nebo překladů třetím osobám. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za užití Předmětů ochrany podle autorského zákona dle tohoto odstavce je součástí ceny díla dle čl. III.

3. Je-li výsledkem nebo součástí díla i zaměstnanecké či kolektivní dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, poskytovatel jako zaměstnavatel či osoba, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno a pod jejímž jménem je dílo uváděno na veřejnost, ke dni předání díla dle této smlouvy postupuje právo výkonu majetkových práv k dílu na objednatel, přičemž výše odměny za postoupení je již zahrnuta v ceně díla dle čl. III této smlouvy. Objednatel se tím stává ve vztahu ke všem částem díla i dílu jako celku vykonavatelem autorských práv majetkových v pozici zaměstnavatele se všemi souvislostmi včetně oprávnění vyplývajících z omezení osobnostních práv původních autorů v plném rozsahu dle § 58 autorského zákona, přičemž právo výkonu majetkových práv autorských získává objednatel jako dále postupitelné. Objednatel je tak především oprávněn dílo i jeho části bez dalšího sám jakýmkoli způsobem užit v původní, zpracované či jinak změněné podobě a udělit třetím osobám oprávnění (licenci) k výkonu práva dílo a jeho části užit. Objednatel je dále oprávněn nehotové anebo nedostatečně podrobné části díla dokončit, a to bez ohledu na podmínky podle ustanovení § 58 odst. 5 autorského zákona. Poskytovateli ani původním autorům nenáleží nárok na přiměřenou dodatečnou odměnu podle ustanovení § 58 odst. 6 autorského zákona. Objednatel je oprávněn dílo anebo jeho části zveřejnit, upravovat, zpracovávat včetně překladu, spojit s jiným dílem, zařadit do díla souborného a uvádět je na veřejnost pod vlastním jménem.

VIII.

Realizační tým

1. Realizační tým poskytovatele bude tvořen minimálně 1 členem realizačního týmu. Seznam členů realizačního týmu byl předložen v nabídce poskytovatele podané v zadávacím řízení a je pro poskytovatele závazný (členové realizačního týmu uvedení v seznamu se musí aktivně podílet na plnění předmětu smlouvy), stejně jako požadavky na členy realizačního týmu uvedené v zadávací dokumentaci.
2. V případě potřeby změny člena týmu je tato možná pouze se souhlasem objednatel. Objednatel tento souhlas neudělí v případě, že by po takové změně realizační tým kumulativně nesplňoval požadavky zadavatele na realizační tým dle zadávací dokumentace.

IX.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Poskytovatel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 150 Kč za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení s předáním kterékoliv části předmětu plnění, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad,
 - b) bude v prodlení s odstraněním vad výstupů buzzmonitoringu podle čl. IV odst. 2 nebo čl. VI odst. 4 této smlouvy.
2. Poskytovatel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení kterékoliv ustanovení čl. VII této smlouvy,
 - c) neplnění předmětu smlouvy členy týmu uvedenými v seznamu členů realizačního týmu ve smyslu čl. VIII odst. 1 této smlouvy nebo změny člena realizačního týmu bez souhlasu objednatele,
 - d) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 a 2;za každý takový případ.
3. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury je poskytovatel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
4. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

X.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,
 - ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran,
 - c) výpovědí.
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
 - a) prodlení poskytovatele se splněním kterékoliv části předmětu plnění, a to i v případě nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad, delší než 15 dnů,
 - b) prodlení poskytovatele s odstraněním vad výstupů buzzmonitoringu podle čl. IV odst. 2 nebo VI odst. 4 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.

3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u poskytovatele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a poskytovatele je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.
4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
5. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
6. Obě smluvní strany jsou oprávněny tuto smlouvu písemně vypovědět, a to i bez udání důvodu. Výpovědní lhůta činí 3 měsíce a počíná běžet prvním dnem měsíce následujícího po jejím doručení druhé smluvní straně.
7. Povinnosti poskytovatele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelům a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

XI.

Archivace dokumentů, publicita

1. Poskytovatel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; poskytovatel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.
2. Poskytovatel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatel a poskytovatelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

XII.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní strany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejích výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.

4. Poskytovatel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Poskytovatel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží poskytovatel a 2 obdrží objednatel.
7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:
 - příloha č. 1 - podrobná kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za poskytovatele

Za objednatele

.....
.....
.....

Příloha č. 1 – podrobná kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna.--

Položka	Max. počet kusů	Cena za 1 ks v Kč bez DPH	Výše DPH za 1 ks v Kč	Cena za 1 ks v Kč s DPH	Cena za maximální počet ks v Kč bez DPH	Cena za maximální počet ks v Kč s DPH
Buzzmonitoring (měsíční paušální cena, včetně výstupů plnění dle čl. I odst. 3 písm. c) smlouvy)	16 (1 ks = 1 měsíc)			*		
Reporty: Identifikace opinion leaderů a influencerů, analýza sentimentu a analýza vzájemné afinity, vizualizace výstupů	3					
Reporty: Identifikací a shrnutí trendů, analýza sentimentu, vizualizace výstupů	6					
Podklady pro infografiky (shrnutí nejzajímavějších poznatků)	5					
Celková nabídková cena						**

*-- nesmí být vyšší než 5.000 Kč--

** --max. 349.997,34 Kč--

Příloha J5 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 5

Smlouva o zajištění článků a rešerší

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“) a dle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IČ: 00006599

DIČ: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IČ:

DIČ:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v, spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „zhotovitel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek zhotovitele zpracovat pro objednatele články a rešerše (dále jen „články“) na nárazově i plánovaně zadávaná témata, která spadají do tématu xenofobie, rasismu, nacionalismu a násilí z nenávisti v rámci projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti (dále jen „kampaň“ a „projekt“) dle podrobné specifikace uvedené v odst. 2 a 3 a v příloze č. 1 (dále jen „dílo“) a závazek objednatele řádně a včas provedené dílo nebo jeho části převzít a zaplatit za ně zhotoviteli sjednanou cenu.
2. Témata článků budou vycházet zejména z aktuálních potřeb kampaně v návaznosti na události ve společnosti, ale také na základě dlouhodobě plánovaných aktivit kampaně zaměřených na konkrétní témata. Zhotovitel bude v jazyce a stylu blízkém cílové skupině kampaně (která byla definována v zadávací dokumentaci v zadávacím řízení, v němž byla nabídka zhotovitele vybrána jako nejvhodnější) zprostředkovávat klíčové informace k danému tématu. Zhotovitel bude vycházet zejména z informací, které sám dohledá na

základě vlastních rešerší, případně dalších materiálů, jež zhotoviteli poskytne objednatel. Některé z textů budou také výtažkem z podnětných textů, které se objevily na zahraničních anglicky psaných webech, na které jej objednatel upozorní (zhotovitel bude vycházet z anglických textů). Zhotovitel připojí k článkům také na pokyn objednatele relevantní obrazové podklady (např. screenshoty, ale také odkazy na videa umístěná online, vtipné animované gify atd.), případně dodá odkazy, kde jsou k dispozici online (a dá se tak na ně odkázat). Dodané články budou po jazykové korektuře. Při zpracování článků je zhotovitel povinen dodržovat čl. VII odst. 1 této smlouvy, zejména řádně citovat cizí články a uvádět zdroje a v případě, že použití cizích autorských děl vyžaduje jakoukoliv úhradu, na tuto skutečnost objednatele upozornit a bez součinnosti s ním takové dílo nepoužít.

3. V průběhu doby plnění vytvoří zhotovitel maximálně 100 článků v rozsahu přibližně 3 normostran na objednatelem zadaná témata a objednatelem stanoveným způsobem zpracování. Zhotovitel zhotoví takový počet kusů článků, ke kterému bude vyzván objednatelem. Objednatel není povinen vyzvat zhotovitele k zhotovení maximálního počtu kusů (dále jen „celý objem plnění“). V případě, že objednatel nebude požadovat zhotovení celého objemu plnění, nenáleží zhotoviteli náhrada škody nebo jiné plnění z důvodu nezhotovení celého objemu plnění.

II.

Doba a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016.
2. Zhotovitel je povinen dodat článek vždy na výzvu objednatele, a to do 14 dnů. Ve výjimečných případech, kterými se rozumí zejména události ve společnosti vyžadující okamžitou reakci (např. rasově motivovaný útok či jiný případ násilí z nenávisli, demonstrace, otevření důležitého společenského tématu relevantního ke kampani) je zhotovitel povinen dodat článek na výzvu objednatele do 5 dnů. Objednatel předá zhotoviteli pokyny k článku, které je zhotovitel povinen zpracovat a předat objednateli článek se zpracovanými pokyny do 2 dnů od jejich předání.
3. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu plnění celého díla nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna dob plnění díla nebo jeho částí, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje zhotovitele písemně.
4. Místem předání všech částí díla (článků) je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1.

III.

Cena a platební podmínky

1. Cena za 1 článek je stanovena v příloze č. 2.
2. Uvedená jednotková cena zahrnuje veškeré náklady zhotovitele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy, zejména zahrnuje odměny za poskytnutí všech práv duševního vlastnictví dle čl. VII.
3. Uvedená jednotková cena je nepřekročitelná.
4. Cena bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných a předaných článků.

5. Cena za zhotovení jednotlivých článků bude uhrazena na základě faktury vystavené zhotovitelem. Zhotovitel je oprávněn vystavovat fakturu měsíčně zpětně nebo méně často, přičemž přílohou faktury musí být předávací protokol.
6. Faktura zhotovitele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění považuje den, kdy je zhotovitel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu.
7. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.
8. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet zhotovitele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu zhotovitele.

IV.

Předání a převzetí díla

1. O předání a převzetí článku sepiší smluvní strany předávací protokol, který bude potvrzen podpisy oprávněného zaměstnance objednatele a zhotovitele. Návrh předávacích protokolů připraví zhotovitel a budou sepsány ve 2 vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží po 1. Zhotovitel je oprávněn připravit předávací protokol na delší dobu plnění (v souladu s jím zvolenou četností vystavování faktur), přičemž smluvní strany v něm budou vyznačovat předání a převzetí článků postupně. Objednatel uhradí zhotoviteli pouze články osvědčené v předávacím protokolu.
2. Objednatel nepřevezme dílo nebo jeho část se zjevnými vadami. V případě, že objednatel zjistí vady díla nebo jeho části při jeho předání, je zhotovitel povinen je odstranit do 3 dnů.
3. Potvrzení předávacího protokolu objednatelem jej nezavazuje práv na reklamaci a práv z odpovědnosti za vady, které zjistí později v průběhu záruční lhůty.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Zhotovitel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o plnění díla, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Zhotovitel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatelem, pokud jej k tomu objednatel vyzve.
3. Zhotovitel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:

- a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo
- b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Zhotovitel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem (například uveřejňovat části díla nebo jeho ukázky dříve než objednatel).

- 4. Zhotovitel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 3 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
- 5. Za porušení povinnosti mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá zhotovitel, jako by povinnost porušil sám.
- 6. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Záruka za jakost, odpovědnost za vady

- 1. Zhotovitel odpovídá za to, že dílo má vlastnosti stanovené touto smlouvou, dokumentací k němu a nabídkou zhotovitele podanou v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější.
- 2. Zhotovitel odpovídá za vady díla zjištěné při jeho předání nebo v průběhu záruční doby. Zhotovitel za tímto účelem poskytuje objednateli záruku za jakost po záruční dobu v délce 1 měsíc.
- 3. Záruční doba začíná běžet dnem podpisu předávacího protokolu k příslušné části díla.
- 4. Zhotovitel bezplatně odstraní reklamovanou vadu nejdéle do 3 dnů od nahlášení vady.
- 5. O dobu odstraňování vady se prodlužuje záruční doba.
- 6. Reklamací lze uplatnit nejpozději do posledního dne záruční doby, přičemž reklamáce odeslaná objednatelem v poslední den záruční doby se považuje za včas uplatněnou.
- 7. Zhotovitel odstraní v záruční době reklamované vady na svůj náklad. Odmítne-li zhotovitel odstranit reklamované vady, případně neodstraní-li je do 15 dnů od stanoveného termínu, je objednatel oprávněn odstranit vady sám nebo prostřednictvím třetího subjektu a náklady s tím spojené vyúčtovat zhotoviteli.
- 8. Uplatněním odpovědnosti za vady nejsou dotčeny nároky na náhradu škody nebo na uplatnění smluvní pokuty.

VII.

Práva duševního vlastnictví

- 1. Zhotovitel se zavazuje, že při vypracování díla neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv k duševnímu vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví, že je plně oprávněn disponovat s právy, které touto smlouvou postupuje na objednatele, nebo k jejichž užití poskytuje objednateli dle této smlouvy licenci a zavazuje se za tímto účelem zajistit řádné a nerušené užívání díla objednatelem, včetně případného zajištění dalších souhlasů a licencí od autorů děl v souladu s autorským zákonem popř. od vlastníků jiných práv duševního vlastnictví v souladu s právními předpisy. Zhotovitel se zavazuje, že objednateli uhradí veškeré náklady, výdaje, škody

a majetkovou i nemajetkovou újmu, které objednateli vzniknou v důsledku porušení povinností dle předchozí věty.

2. Je-li výsledkem činnosti zhotovitele dle této smlouvy anebo součástí předaného díla výtvor, který je předmětem práv autorských, práv souvisejících či předmětem práv pořizovatele k jím pořízené databázi, a nejde přitom ve smyslu odst. 3 tohoto článku o dílo anebo jeho části vytvořené jako zaměstnanecké dílo (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Předměty ochrany podle autorského zákona“), náleží od okamžiku předání díla dle této smlouvy objednateli pro území celého světa včetně České republiky výhradní neomezené právo k užití těchto Předmětů ochrany podle autorského zákona, a to na dobu trvání práva k Předmětům ochrany podle autorského zákona, resp. na zákonnou dobu ochrany. Zhotovitel touto smlouvou poskytuje objednateli oprávnění k výkonu uvedeného výhradního práva k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona (licence) bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Objednatel je oprávněn Předměty ochrany podle autorského zákona užít v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky. Oprávnění k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona získává objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Postoupení licence nebo její části na třetí osobu nevyžaduje souhlas zhotovitele a objednatel není povinen postoupení licence nebo její části na třetí osobu zhotoviteli oznamovat. Toto právo objednatele k Předmětům ochrany podle autorského zákona se automaticky vztahuje i na všechny nové verze, úpravy a překlady Předmětů ochrany podle autorského zákona dodané zhotovitelem. Objednatel není povinen výše uvedenou licenci využít. Zhotovitel dále poskytuje objednateli právo upravovat a/nebo překládat Předměty ochrany podle autorského zákona, včetně práva objednatele zadat provedení těchto úprav a/nebo překladů třetím osobám. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za užití Předmětů ochrany podle autorského zákona dle tohoto odstavce je součástí ceny díla dle čl. III.
3. Je-li výsledkem nebo součástí díla i zaměstnanecké či kolektivní dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, zhotovitel jako zaměstnavatel či osoba, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno a pod jejímž jménem je dílo uváděno na veřejnost, ke dni předání díla dle této smlouvy postupuje právo výkonu majetkových práv k dílu na objednatele, přičemž výše odměny za postoupení je již zahrnuta v ceně díla dle čl. III této smlouvy. Objednatel se tím stává ve vztahu ke všem částem díla i dílu jako celku vykonavatelem autorských práv majetkových v pozici zaměstnavatele se všemi souvislostmi včetně oprávnění vyplývajících z omezení osobnostních práv původních autorů v plném rozsahu dle § 58 autorského zákona, přičemž právo výkonu majetkových práv autorských získává objednatel jako dále postupitelné. Objednatel je tak především oprávněn dílo i jeho části bez dalšího sám jakýmkoli způsobem užít v původní, zpracované či jinak změněné podobě a udělit třetím osobám oprávnění (licenci) k výkonu práva dílo a jeho části užít. Objednatel je dále oprávněn nehotové anebo nedostatečně podrobné části díla dokončit, a to bez ohledu na podmínky podle ustanovení § 58 odst. 5 autorského zákona. Zhotoviteli ani původním autorům nenáleží nárok na přiměřenou dodatečnou odměnu podle ustanovení § 58 odst. 6 autorského zákona. Objednatel je oprávněn dílo anebo jeho části zveřejnit, upravovat, zpracovávat včetně překladu, spojit s jiným dílem, zařadit do díla souborného a uvádět je na veřejnost pod vlastním jménem.

VIII.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny článku za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení s předáním článku, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad,
 - b) bude v prodlení s předáním článku se zpracovanými pokyny objednatele, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad,
 - c) bude v prodlení s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo čl. VI odst. 4 této smlouvy.
2. Zhotovitel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení kterékoli ustanovení čl. VII této smlouvy,
 - c) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 až 3;za každý takový případ.
3. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury zhotovitele je zhotovitel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
4. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

IX.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,
 - ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran.
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
 - a) prodlení zhotovitele s předáním článku nebo s předáním článku se zpracovanými pokyny objednatele, a to i v případě nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad, delší než 15 dnů,
 - b) prodlení zhotovitele s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 nebo VI odst. 4 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u zhotovitele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a zhotovitel je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.

4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
5. Zhotovitel není oprávněn odstoupit od smlouvy z důvodů uvedených § 2382 občanského zákoníku.
6. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
7. Povinnosti zhotovitele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelem a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

X.

Archivace dokumentů, publicita

1. Zhotovitel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; zhotovitel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.
2. Zhotovitel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „*Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.*“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatelem a zhotovitelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

XI.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní stany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejich výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.
4. Zhotovitel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Zhotovitel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží zhotovitel a 2 obdrží

objednatel.

7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:

- příloha č. 1 – orientační témata článků
- příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za zhotovitele

Za objednatele

.....
.....
.....
.....

Příloha č. 1 - orientační témata článků

Níže uvedená témata jsou předpokládána, orientační.

Kdo jsou čeští neonacisté?
Přehled rasisticky motivovaných vražd od 90. let dodnes
Výroky historických osobností o Romech
Historie neonacistů (kdo byl kdo a jak skončil)
Násilí z nenávisti nerovná se extremismus (80 procent násilí z nenávisti nepáchají extremisté)
10 sportovců, kteří se ozvali proti rasismu
Nejsem rasista, ALE
Historické citace o nepřizpůsobivých (např. Hitler atd.)
Jak poznáte, že jste nacionalistický zoufalec?
Hitparáda největších šířitelů fám na sociálních sítích
10 českých osobností, které se vyjádřili proti rasismu a násilí
Náckovská móda - udělejme si jasno ve značkách
Soubor českých kampaní proti rasismu od roku 1990
10 tipů jak diskutovat s rasisty
5 rozdílů mezi občanským protestem a pogromem
10 trollů, kteří správně namíchli nácky
Top ten crowdsourcingu Co mi babička/rodiče říkali o menšinách - shrnutí výsledků crowdsourcingu na FB z předchozího týdne
10 způsobů, jak zkrotit svou nenávist
Soubor scén proti nenávisti z oblíbených seriálů, českých i zahraničních (video)
Co můžeš udělat, když se městem chystají pochodovat náckové - pět kreativních příkladů

(viz např. malování vzkazů na chodníku, klauní trolling apod.)
Pravá identita drsňáků online
10 nejlepších mýtů o gayích a lesbách (růžové kalhoty, fotbalistky, mužatky apod.)
Jak se stát bezdomovcem snadno a rychle (na příkladech ze života sestavit postup, jak se člověk bez vlastní viny stane bezdomovcem)
Gay turistika a naše ekonomika
10 nejlepších mýtů o muslimech v ČR
Stigma lidí s HIV/AIDS (seznam momentů, kdy je člověk okolím konfrontován a kdy je to nejvíce nepříjemné)
Nejvtipnější homofobní komentáře online
10 mýtů o transgenderu
10 situací, kdy společnost nevědomě stresuje lidi s odlišnou pohlavní identitou
Jak být správným vlastencem
Hrdinské činy Romů - kdy Romové někomu zachránili život (Drevňáková apod.)
Co dělat, když se stanu obětí násilí online?
10 osvědčených způsobů, jak se dá řešit problematické soužití v českých městech
Jsme všichni rasisti? aneb Proč všem nenadávat do rasistů

Příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna.--

Položka	Cena v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Cena v Kč s DPH
Cena 1 kusu článku			
Celková nabídková cena (cena za 100 kusů článků)			*

* --max. 210.056,00 Kč--

Příloha J6 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 6

Smlouva o zajištění otevřené výzvy pro výběr uměleckých projektů a jejich realizace

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“) a dle zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IČ: 00006599

DIČ: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IČ:

DIČ:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v, spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „poskytovatel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele zajistit pro objednatele realizaci **otevřené výzvy** pro umělce k předkládání uměleckých projektů, které řeší téma xenofobie, rasismu, nacionalismu, pravicového radikalismu a násilí z nenávisti, **výběr uměleckých projektů, realizaci performancí** z vybraných projektů a **realizaci výstavy** současného umění na dané téma zejména z vybraných projektů (dále též jen „výstava“), v rámci projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti (dále jen „kampaň“ a „projekt“) a dle podrobné specifikace uvedené v příloze č. 1 (dále jen „služby“ nebo „plnění“) a závazek objednatele za řádně a včas provedené služby nebo jejich části zaplatit poskytovateli sjednanou cenu.

II.

Doba a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016.

2. Smluvní strany sjednají do 10 dnů od uzavření této smlouvy časový plán plnění této smlouvy. V případě, že se v této lhůtě nedohodnou na časovém plánu plnění, je objednatel oprávněn stanovit jej jednostranně přibližně dle předpokládané doby plnění uvedené v příloze č. 1 (se zohledněním objektivních okolností, jako např. průběh zadávacího řízení, časový posun v realizaci projektu).
3. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu celého plnění nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna dob plnění nebo jeho částí, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje poskytovatele písemně.
4. Místem předání všech výstupů plnění je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1. Místem konání performancí je celé území České republiky. Místem konání výstavy je Praha.

III.

Cena a platební podmínky

1. Podrobná kalkulace ceny jednotlivých částí plnění (jednotkové ceny) je stanovena v příloze č. 2.
2. Uvedené jednotkové ceny zahrnují veškeré náklady poskytovatele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy (např. doprava na celém území ČR, odměny umělcům, náklady na performance, náklady na realizaci výstavy). Uvedené jednotkové ceny zejména zahrnují odměny za poskytnutí všech práv duševního vlastnictví umělcům, jejichž projekty budou vybrány.
3. Uvedené jednotkové ceny jsou nepřekročitelné.
4. Cena za provedení otevřené výzvy a výběr uměleckých projektů bude poskytovateli uhrazena po
 - a) uskutečnění otevřené výzvy a výběru uměleckých projektů
 - b) předložení všech písemných smluv s umělci (autory díla) každého z vybraných projektů (děl), obsahující úpravu všech náležitostí dle čl. VI,
 - c) předání těchto projektů v případě 2D uměleckých děl a videoartu a předání námětu performancí,
 - d) podpisu předávacího protokolu oběma smluvními stranami.
5. Cena za provedení performancí, která je tvořena odměnou umělcům (tvůrcům) performancí a cenou organizace realizace performancí poskytovatelem, bude hrazena po řádné realizaci každé z nich a po podpisu předávacího protokolu oběma smluvními stranami.
6. Cena za realizaci výstavy bude uhrazena po jejím řádném uskutečnění a po podpisu předávacího protokolu oběma smluvními stranami.
7. Cena za realizaci jednotlivých částí plnění bude uhrazena na základě faktury vystavené poskytovatelem.
8. Faktura poskytovatele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění

považuje den, kdy je poskytovatel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu.

9. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.
10. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet poskytovatele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele.

IV.

Předání a převzetí plnění

1. O předání a převzetí části plnění nebo o jeho realizaci sepíší smluvní strany předávací protokol, který bude potvrzen podpisy oprávněného zaměstnance objednatele a poskytovatele. Návrh předávacích protokolů připraví poskytovatel a budou sepsány ve 2 vyhotoveních, z nichž každá smluvní strana obdrží po 1.
2. Objednatel nepřevzme nebo nepotvrdí plnění nebo jeho část se zjevnými vadami. V případě, že objednatel zjistí vady plnění nebo jeho části při jeho předání či realizaci, je poskytovatel povinen je odstranit do 3 dnů.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Poskytovatel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o poskytovaných službách a průběhu plnění, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Poskytovatel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatelem, pokud jej k tomu objednatel vyzve.
3. Poskytovatel je též povinen poskytovat součinnost osobám, které jsou protagonisty vybraných performancí. Poskytovatel je povinen informovat objednatele o době, místě a času realizace performance, a to alespoň 21 dnů předem.
4. Poskytovatel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:
 - a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo
 - b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Poskytovatel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem (například uveřejňovat části plnění nebo jeho ukázky dříve než objednatel).

5. Poskytovatel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 4 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
6. Za porušení povinností mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá poskytovatel, jako by povinnost porušil sám.
7. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Práva duševního vlastnictví

1. Poskytovatel se zavazuje, že při poskytování služeb neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv k duševnímu vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví, že je plně oprávněn disponovat s právy, které touto smlouvou postupuje na objednatele, nebo k jejichž užití poskytuje objednateli dle této smlouvy licenci a zavazuje se za tímto účelem zajistit řádné a nerušené užívání výstupů plnění objednatelem, včetně případného zajištění dalších souhlasů a licencí od autorů děl v souladu s autorským zákonem popř. od vlastníků jiných práv duševního vlastnictví v souladu s právními předpisy. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli uhradí veškeré náklady, výdaje, škody a majetkovou i nemajetkovou újmu, které objednateli vzniknou v důsledku porušení povinností dle předchozí věty, resp. tohoto článku.
2. Bude-li výsledkem činnosti umělců (autorů děl), jejichž projekty budou vybrány poskytovatelem dle této smlouvy, anebo součástí jejich díla výtvar, který je předmětem práv autorských, práv souvisejících či předmětem práv pořizovatele k jím pořízené databázi, a nejde přitom ve smyslu odst. 6 tohoto článku o dílo anebo jeho části vytvořené jako zaměstnanecké dílo (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Předměty ochrany podle autorského zákona“), **zajistí poskytovatel pro objednatele formou písemné smlouvy** s každým takovým umělcem od okamžiku předání díla či jeho části dle této smlouvy objednateli pro území celého světa včetně České republiky nevýhradní neomezené právo k užití těchto Předmětů ochrany podle autorského zákona, a to na dobu trvání práva k Předmětům ochrany podle autorského zákona, resp. na zákonnou dobu ochrany. Poskytovatel zajistí objednateli oprávnění k výkonu uvedeného nevýhradního práva k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona (licence) bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Objednatel bude oprávněn Předměty ochrany podle autorského zákona užit v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky. Oprávnění k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona získá objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Postoupení licence či podlicence nebo její části na třetí osobu nebude vyžadovat souhlas poskytovatele ani umělce (autora díla) a objednatel nebude povinen postoupení licence nebo její části na třetí osobu poskytovateli ani umělci (autorovi díla) oznamovat. Tato práva objednatele k Předmětům ochrany podle autorského zákona se automaticky budou vztahovat i na všechny nové verze, úpravy a překlady Předmětů ochrany podle autorského zákona dodané poskytovatelem. Objednatel nebude povinen výše uvedenou (pod)licenci využít. Poskytovatel dále zajistí objednateli právo upravovat a/nebo překládat Předměty ochrany podle autorského zákona, včetně práva objednatele zadat provedení těchto úprav a/nebo překladů třetím osobám. Cena za užití Předmětů ochrany podle autorského zákona dle tohoto odstavce bude součástí odměny umělcům (autorům děl) vyplacené poskytovatelem.
3. Bude-li výsledkem činnosti umělců (autorů děl či výtvarů), jejichž projekty budou vybrány poskytovatelem dle této smlouvy, anebo součástí jejich díla výtvar, který je předmětem

práv průmyslového vlastnictví, avšak dosud nebyl k ochraně nebo na základě přihlášky zapsán či udělen anebo se jeho zápis nevyžaduje, zejména vynález, užitný vzor či průmyslový vzor (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Nezapsané předměty průmyslových práv“), **zajistí poskytovatel pro objednatele formou písemné smlouvy** s každým takovým umělcem od okamžiku předání díla či jeho části dle této smlouvy objednateli veškerá práva na Nezapsané předměty průmyslových práv, zejména pak právo na patent, právo na užitný vzor a právo na průmyslový vzor. Objednatel bude oprávněn zejména Nezapsané předměty průmyslových práv přihlásit k ochraně na území České republiky a jiných teritoriích a neomezeně je i po jejich zápisu využívat na území celého světa včetně České republiky. Toto právo objednatel k Nezapsaným předmětům průmyslových práv se bude automaticky vztahovat i na všechny nové verze a úpravy Nezapsaných předmětů průmyslových práv dodaných poskytovatelem na základě této smlouvy. Umělec (autor) výtvoru bude o takovémto výtvoru povinen objednatel neprodleně informovat. Cena za převod práv k Nezapsaným předmětům průmyslových práv bude součástí odměny umělcům (autorům děl či výtvorů) vyplacené poskytovatelem a je součástí ceny dle čl. III.

4. Bude-li výsledkem činnosti umělců (autorů děl či výtvorů), jejichž projekty budou vybrány poskytovatelem dle této smlouvy, anebo součástí jejich díla výtvor, který je již chráněn zapsaným či uděleným právem z průmyslového vlastnictví, zejména udělený či zapsaný vynález, užitný vzor či průmyslový vzor (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Zapsané předměty průmyslových práv“), **zajistí poskytovatel pro objednatele formou písemné smlouvy** s každým takovým umělcem od okamžiku předání díla či jeho části podle této smlouvy k Zapsaným předmětům průmyslových práv nevýhradní neomezené právo k užití těchto Zapsaných předmětů průmyslových práv, a to pro území celého světa včetně České republiky. Poskytovatel zajistí objednateli oprávnění k výkonu uvedených nevýhradních práv k Zapsaným předmětům průmyslových práv, a to bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Oprávnění k užití Zapsaných předmětů průmyslových práv získá objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Toto právo objednatel k Zapsaným předmětům průmyslových práv se automaticky bude vztahovat i na všechny nové verze a úpravy Zapsaných předmětů průmyslových práv dodaných poskytovatelem, ať již budou přihlášeny k ochraně či nikoliv. Umělec (autor) výtvoru bude o takovémto výtvoru povinen objednatel neprodleně informovat. Umělec (autor) výtvoru bude dále povinen učinit veškeré nezbytné úkony a poskytnout objednateli veškerou nezbytnou součinnost směřující k zápisu uvedené licence k Zapsaným předmětům průmyslových práv do příslušných rejstříků. Poskytovatel rovněž zajistí objednateli právo upravovat a modifikovat Zapsané předměty průmyslových práv, včetně práva objednatel zadat vývoj a provedení těchto úprav a modifikací třetím osobám. Cena za převod práv k Zapsaným předmětům průmyslových práv bude součástí odměny umělcům (autorům děl či výtvorů) vyplacené poskytovatelem a je součástí ceny dle čl. III.
5. Bude-li výsledkem činnosti umělců (autorů děl či výtvorů), jejichž projekty budou vybrány poskytovatelem dle této smlouvy, anebo součástí jejich díla výtvor, který může být předmětem majetkových práv, vyjma v předchozích odstavcích tohoto článku a odst. 6 tohoto článku uvedených předmětů chráněných podle autorského zákona a předmětů průmyslového vlastnictví požívajících zvláštní ochrany, přičemž jde zejména o know-how či nezapsaná označení (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Ostatní předměty duševního vlastnictví“), **zajistí poskytovatel pro objednatele formou písemné smlouvy** s každým takovým umělcem od okamžiku předání díla či jeho části veškerá práva k Ostatním předmětům duševního vlastnictví. Objednatel bude oprávněn zejména Ostatní

předměty duševního vlastnictví neomezeně využívat na území celého světa včetně České republiky. Toto právo objednatel k Ostatním předmětům duševního vlastnictví se bude automaticky vztahovat i na všechny nové verze a úpravy Ostatních předmětů duševního vlastnictví dodaných poskytovatelem. Umělec (autor) výtvoru bude o takovémto výtvoru povinen objednatel neprodleně informovat. Cena za užití Ostatních předmětů duševního vlastnictví dle tohoto odstavce bude součástí odměny umělcům (autorům děl či výtvorů) vyplacené poskytovatelem a je součástí ceny dle čl. III.

6. Bude-li výsledkem činnosti umělců (autorů děl či výtvorů), jejichž projekty budou vybrány poskytovatelem dle této smlouvy, anebo součástí jejich díla výtvor, který je zaměstnaneckým či kolektivním dílem, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, **zajistí poskytovatel pro objednatel formou písemné smlouvy**, že osoba, která je v postavení zaměstnavatele či osoby, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno a pod jejímž jménem je dílo uváděno na veřejnost, ke dni předání díla dle této smlouvy objednateli postoupí právo výkonu majetkových práv k dílu na objednatel, přičemž výše odměny za postoupení je již zahrnuta v odměně umělcům (autorům děl či výtvorů) vyplacené poskytovatelem a je součástí ceny dle čl. III. Objednatel se tím stane ve vztahu ke všem částem díla i dílu jako celku vykonavatelem autorských práv majetkových v pozici zaměstnavatele se všemi souvislostmi včetně oprávnění vyplývajících z omezení osobnostních práv původních autorů v plném rozsahu dle § 58 autorského zákona, přičemž právo výkonu majetkových práv autorských získává objednatel jako dále postupitelné. Objednatel tak především bude oprávněn dílo i jeho části bez dalšího sám jakýmkoli způsobem užít v původní, zpracované či jinak změněné podobě a udělit třetím osobám oprávnění (licenci) k výkonu práva díla a jeho části užít. Objednatel bude dále oprávněn nehotové anebo nedostatečně podrobné části díla dokončit, a to bez ohledu na podmínky podle ustanovení § 58 odst. 5 autorského zákona. Osobě, která je v postavení zaměstnavatele či osoby, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno, ani původním autorům nebude náležet nárok na přiměřenou dodatečnou odměnu podle ustanovení § 58 odst. 6 autorského zákona. Objednatel bude oprávněn dílo anebo jeho části zveřejnit, upravovat, zpracovávat včetně překladu, spojit s jiným dílem, zařadit do díla souborného a uvádět je na veřejnost pod vlastním jménem.
7. **Poskytovatel je povinen písemné smlouvy s jednotlivými umělci (autory děl či výtvorů) osvědčující práva objednatel dle tohoto článku doložit a ponechat objednateli v 1 originále ke každému z předávaných děl či výtvorů.** Součástí těchto smluv musí být kromě výše uvedených náležitostí vyloučení oprávnění autora odstoupit od smlouvy z důvodů uvedených § 2382 občanského zákoníku a souhlas v případě 2D umění s umístěním loga kampaně a donátora na plakáty, v jejichž rámci bude umělecké dílo prezentováno ve veřejném prostoru (s tím, že nebude zakrývat umělecké dílo) a v případě videoartu s umístěním loga kampaně a donátora v úvodních nebo závěrečných titulcích.
8. Objednatel se zavazuje předaná díla užívat pouze k nekomerčním účelům.

VII.

Realizační tým

1. Realizační tým poskytovatele bude tvořen minimálně 2 členy realizačního týmu odpovědnými za poskytování služeb, výběrová komise bude tvořena minimálně 3 členy realizačního týmu. Seznam členů realizačního týmu byl předložen v nabídce poskytovatele podané v zadávacím řízení a je pro poskytovatele závazný (členové realizačního týmu

uvedení v seznamu se musí aktivně podílet na plnění předmětu smlouvy), stejně jako požadavky na členy realizačního týmu uvedené v zadávací dokumentaci.

2. V případě potřeby změny člena týmu je tato možná pouze se souhlasem objednatele. Objednatel tento souhlas neudělí v případě, že by po takové změně realizační tým kumulativně nesplňoval požadavky zadavatele na realizační tým dle zadávací dokumentace.

VIII.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Poskytovatel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 300 Kč za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení s předáním kterékoliv části plnění, a to i v případě jeho nepřevzetí objednatelem z titulu jeho vad,
 - b) bude v prodlení s odstraněním vad plnění podle čl. IV odst. 2 této smlouvy.
2. Poskytovatel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení kterékoliv ustanovení čl. VI této smlouvy,
 - c) neplnění předmětu smlouvy členy týmu uvedenými v seznamu členů realizačního týmu ve smyslu čl. VIII odst. 1 této smlouvy nebo změny člena realizačního týmu bez souhlasu objednatele,
 - d) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 až 3;za každý takový případ.
3. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury poskytovatele je poskytovatel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
4. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

IX.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,
 - ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
 - a) prodlení poskytovatele se splněním kterékoliv části plnění, a to i v případě nepřevzetí nebo nepotvrzení plnění objednatelem z titulu jeho vad, delší než 15 dnů,

- b) prodlení poskytovatele s odstraněním vad díla podle čl. IV odst. 2 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u poskytovatele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a poskytovatel je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.
 4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
 5. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
 6. Povinnosti poskytovatele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelem a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

X.

Archivace dokumentů, publicita

1. Poskytovatel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; poskytovatel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.
2. Poskytovatel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „*Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.*“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatelem a poskytovatelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

XI.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní stany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejich výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.

4. Poskytovatel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Poskytovatel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží poskytovatel a 2 obdrží objednatel.
7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:
 - příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění a předpokládaná doba plnění
 - příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za poskytovatele

Za objednatele

.....
.....
.....

Příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění a předpokládaná doba plnění

Poskytovatel provede pro objednatele následující plnění:

A) Otevřená výzva pro umělce

Poskytovatel vhodným způsobem uveřejní otevřenou výzvu k předkládání uměleckých děl a projektů (dále jen „projekty“), které řeší téma xenofobie, rasismu, nacionalismu, pravicového radikalismu a násilí z nenávisli, a to ve 3 kategoriích dělící přihlášené projekty podle média a realizace:

- a) **2D umělecká díla** (fotografie, malba, kresba, koláž a další formy výtvarného umění, která budou přetisknutelná na plakáty a jejich prostřednictvím vystavená ve veřejném prostoru). Umělci mohou přihlašovat jednotlivá (hotová) umělecká díla (projekty), ale také série skládající se z maximálně 6 částí/ks.
- b) **Videoart** (do 5 minut). Umělci mohou přihlašovat hotová videa nebo jejich námět.
- c) **Performance** ve veřejném prostoru. Umělci budou přihlašovat náměty těchto performancí.

Poskytovatel ve výzvě uvede výši odměn za projekty s uvedením, že se jedná o odměnu nejvýše přípustnou a zahrnující veškeré náklady na zhotovení projektů.

a) 2D umělecká díla

Vybrané projekty budou prezentovány zejména formou plakátů A3 a formou placených výlepů vystavených ve veřejném prostoru českých regionálních měst (plakátovací a další plochy). Finální grafickou úpravu a tisk plakátů a výlep zajistí objednatel. Umělecké dílo (projekt) nebo jeho reprodukce budou vždy označeny logem kampaně a donátora (vně samotného uměleckého díla – například na spodním okraji plakátu apod.), aby zapadalo do širšího konceptu kampaně. Některá z vybraných děl (projektů) také mohou být prezentována na výstavě dle čl. D. Výběr děl (projektů) bude probíhat způsobem stanoveným v čl. B.

b) Videoart

Vybrané projekty o maximální délce 5 minut budou vysílány zejména na webových stránkách kampaně v příslušné sekci, šířeny po sociálních sítích kampaně, případně dalšími médii (internetové deníky, televize). Finální vybraná videa budou na svém úvodu nebo konci (v titulcích) opatřena logem kampaně, aby zapadala do jejího širšího konceptu, současně logy donátorů projektu. Výběr děl (projektů) bude probíhat způsobem stanoveným v čl. B.

c) Performance

Performance budou realizovány ve veřejném prostoru, poskytovatel proto vybere (způsobem stanoveným v čl. B) projekty (resp. jejich náměty) tak, aby byly ve veřejném prostoru realizovatelné. Veřejným prostorem se myslí otevřené prostranství, případně budova, kterou denně prochází minimálně několik set lidí, kteří současně nechodí na konkrétní místo kvůli umění.

Předpokládaná doba vyhlášení otevřené výzvy je v průběhu **ledna roku 2015**, nebude-li změněna dle čl. II odst. 2 této smlouvy.

B) Výběr uměleckých projektů

Poskytovatel sestaví odbornou komisi, která bude umělecké projekty vybírat (dále též jen „výběrová komise“). V případě 2D uměleckých děl z předložených děl, v případě videoartu z předložených děl nebo jejich námětů a v případě performancí z jejich námětů. Zavazuje se současně, že 2 ze členů této komise budou členové týmu kampaně, tedy zástupci objednatele. Projekty musí být vybírány tak, aby dokázaly komunikovat s obyvateli regionálních měst, kteří nejsou běžnými návštěvníky galerií. Projekty by měly být současně vybírány tak, aby nebyl při jejich realizaci dále rozdmýcháván potenciální konflikt na území města (např. majority s některou z menšin), ale naopak měly potenciál téma citlivě otevřít, konflikt a napětí tlumit a přispívat k dobrému soužití. Přesný způsob výběru stanoví na základě svých odborných znalostí poskytovatel, bude však konzultován s objednatelem.

Poskytovatel, resp. výběrová komise vybere **minimálně 15 projektů v kategorii 2D umění, minimálně 7 projektů v kategorii Videoart a minimálně 10 projektů v kategorii Performance** (dále jen „výstavní kolekce“). Poskytovatel vybraným umělcům zaplatí stanovenou odměnu ve výši, kterou nabídl v nabídce v zadávacím řízení a která byla součástí hodnotících kritérií, která je v totožné výši uvedena v příloze č. 2 této smlouvy. Poskytovatel zajistí veškerá práva pro užití projektů pro potřeby kampaně (viz článek VI). Pokud se v rámci otevřené výzvy poskytovateli nepodaří vybrat dostatek kvalitních projektů, může po konzultaci s objednatelem výstavní kolekci doplnit o již existující díla umělců, kteří se do výzvy nepřihlásili.

Předpokládaná doba předání výstavní kolekce objednateli, včetně doložení oprávnění (smluv) k užití projektů, je **do 15. května 2015**. V případě **performancí** musí být seznam jejich námětů doložen ve lhůtě dle předchozí věty, jejich samotná **realizace** bude zajištěna do **31. ledna 2016**. Tyto lhůty se mohou změnit dle čl. II odst. 2 této smlouvy.

C) Realizace vybraných performancí

Organizaci realizace vybraných performancí zajistí poskytovatel, samotnou performanci dodavatel nebo umělec dle jejich vzájemné dohody. Veškeré náklady na realizace performancí musí být zahrnuty v odměně umělci a tím i v nabídkové ceně [pro účely přílohy č. 2 jen „odměna umělcům (tvůrcům) videoartu performancí“]. Poskytovatel je kromě odměny dle předchozí věty oprávněn účtovat objednateli své vlastní náklady s organizací realizace performancí (tj. nikoliv přímé náklady performance, ale např. administrativní náklady, telefonáty, dopravu poskytovatele do místa performance) v paušální výši za 1 kus performance dle přílohy č. 2. Poskytovatel nemusí uvádět náklady, které nebude požadovat uhradit po objednateli (například je hodlá hradit z vlastních grantů).

Zadavatel zajistí pořízení videonahrávky prvních 10 performancí pro účely kampaně s tím, že bude dále tento záznam použit obdobným způsobem jako přihlášená díla v kategorii Videoart.

Realizace vybraných performancí bude zajištěna do **31. ledna 2016** nebude-li změněna dle čl. II odst. 2 této smlouvy.

D) Výstava současného umění

Poskytovatel zejména z projektů vybraných na základě otevřené výzvy (s možností jejich doplnění o díla dalších autorů) zrealizuje výstavu v některé z pražských galerií. Výstava bude sestavena minimálně z děl (projektů) 20 umělců. Objednateli s realizací výstavy nevzniknout žádné další náklady, veškeré náklady (technika, honoráře, propagace apod.) nese poskytovatel z prostředků získaných jako ceny za plnění. Poskytovatel se zavazuje, že bude obsahové a faktografické záležitosti týkající se výstavy (texty, propagační materiály a celkové vyznění výstavy) konzultovat s objednatel, ty budou procházet jeho schválením, aby se předešlo případnému zkreslení a zkratkovitých informací k tématům kampaně.

Předpokládaná doba realizace výstavy současného umění je nejpozději od 31. ledna 2016, přičemž potrvá nejméně 2 měsíce. Tyto lhůty se mohou změnit dle čl. II odst. 2 této smlouvy.

Příloha č. 2 – podrobná kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě a modře označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna. Součet modře označených polí je hodnotou pro hodnotící kritérium „výše odměn umělcům dle čl. D 6.2 písm. c) zadávací dokumentace. —

Položka	Max. počet kusů	Cena za 1 ks v Kč bez DPH	Výše DPH za 1 ks v Kč	Cena za 1 ks v Kč s DPH	Cena za maximální počet ks v Kč bez DPH	Cena za maximální počet ks v Kč s DPH
Otevřená výzva pro umělce a výběr uměleckých projektů (realizace otevřené výzvy včetně všech souvisejících nákladů s výjimkou odměn umělcům, provedení výběru, zejména činnost výběrové komise, včetně všech souvisejících nákladů)	1					
Odměna umělcům (tvůrcům) 2D uměleckých děl (včetně všech nákladů a odměn za poskytnutí práv duševního vlastnictví)	15					
Odměna umělcům (tvůrcům) videoartu (včetně všech nákladů a odměn za poskytnutí práv duševního vlastnictví)	7					
Odměna umělcům (tvůrcům) performancí (včetně všech nákladů a odměn za poskytnutí práv duševního vlastnictví a včetně přímých nákladů na realizaci performance)	10					
Organizace realizace performancí poskytovatelem (náklady poskytovatele s organizací realizace performancí, paušálně za každou performance)	10					
Výstava současného umění (včetně všech souvisejících nákladů)	1					
Celková nabídková cena						*

* --max. 609,999,72 Kč--

Příloha J7 zadávací dokumentace - Vzor smlouvy pro část 7

Smlouva o nákupu inzerce v tištěných a internetových médiích

uzavřená dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“)

Česká republika - Úřad vlády České republiky

se sídlem: nábr. E. Beneše 128/4, 118 01 Praha 1 – Malá Strana

IČ: 00006599

DIČ: CZ00006599

jejímž jménem jedná: Bc. Martin Šimáček, ředitel Odboru pro sociální začleňování

bankovní spojení: ČNB Praha, účet č.: 4320001/0710

kontaktní osoba:

(dále jen „objednatel“)

a

.....

se sídlem:

IČ:

DIČ:

zapsaná ve veřejném rejstříku u soudu v spisová značka

jejímž jménem jedná:

bankovní spojení: účet č.:

kontaktní osoba:

(dále jen „poskytovatel“)

uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto smlouvu (dále jen „smlouva“).

I.

Předmět smlouvy

1. Předmětem této smlouvy je závazek poskytovatele na základě dílčích výzev objednatel zajistit inzertní plochy pro inzerci a PR články v zájmových tištěných a internetových médiích (dále jen „inzertní plocha“ nebo „inzerce“) v rámci projektu Kampaň proti rasismu a násilí z nenávisti (dále jen „kampaň“ a „projekt“) dle podrobné specifikace uvedené v odst. 2 a 3 a v příloze č. 1 (dále jen „inzerce“) a závazek objednatel za řádně a včas poskytnuté inzertní plochy zaplatit poskytovateli sjednanou cenu.
2. Podklady pro inzerci i PR články předá poskytovateli objednatel.
3. V příloze č. 1 je uveden typ zajišťované inzertní plochy (druh média, jeho čtenost atd.), způsob inzerce (např. tištěné médium i jeho webové stránky) a maximální předpokládaný rozsah (rozsah normostrany, počet médií, počet opakování požadované inzertní plochy atd.). Objednatel bude inzertní plochy odebírat na základě vlastních aktuálních potřeb. Objednatel nemusí odebrat všechny poskytovatelem nabízené inzertní plochy a rovněž tyto nemusí odebrat v celém jejich předpokládaném rozsahu. V případě, že objednatel nebude požadovat dodání celého předpokládaného rozsahu inzertních ploch, nenáleží poskytovateli náhrada škody nebo jiné plnění z důvodu neodebrání celého

předpokládaného rozsahu inzertních ploch.

4. Inzertní plochy uvedené v příloze č. 1 jsou inzertní plochy nabídnuté poskytovatelem jako uchazečem v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější a jsou pro poskytovatele závazné, stejně jako požadavky na inzertní plochy uvedené v zadávací dokumentaci. V případě potřeby změny inzertní plochy je tato možná pouze se souhlasem objednatele, za splnění totožných požadavků, jako byly uvedeny v zadávací dokumentaci).

II.

Doba a místo plnění

1. Doba plnění smlouvy je od jejího uzavření do 30. dubna 2016.
2. Jednotlivé předpokládané dílčí doby plnění jsou uvedeny v příloze č. 1. Smluvní strany sjednají do 10 dnů od uzavření této smlouvy časový plán inzerce. V případě, že se v této lhůtě nedohodnou na časovém plánu inzerce, je objednatel oprávněn stanovit jej jednostranně přibližně dle předpokládané doby plnění uvedené v příloze č. 1 (se zohledněním objektivních okolností, např. průběh zadávacího řízení, časový posun v realizaci projektu).
3. Objednatel je oprávněn v případě prodloužení doby realizace projektu jednostranně prodloužit dobu celého plnění nebo některých jeho částí maximálně do 31. prosince 2016. Prodloužením doby plnění se rozumí změna dob plnění, nikoliv navýšení objemu plnění. Objednatel o tomto prodloužení informuje poskytovatele písemně.
4. Místem plnění je celé území České republiky. Místem předání všech osvědčení o realizaci plnění dle čl. IV odst. 1 je budova objednatele na adrese Vladislavova 4, Praha 1.

III.

Cena a platební podmínky

1. Podrobná kalkulace ceny jednotlivých inzertních ploch (jednotkové ceny) je stanovena v příloze č. 2.
2. Uvedené jednotkové ceny zahrnují veškeré náklady poskytovatele nutné nebo související s řádným plněním předmětu této smlouvy.
3. Uvedené jednotkové ceny jsou nepřekročitelné.
4. Cena bude kalkulována za jednotlivé inzertní plochy a bude hrazena dle skutečného počtu požadovaných a zajištěných inzertních ploch.
5. Cena za zajištění inzertních ploch bude uhrazena vždy po předání osvědčení o realizaci plnění dle čl. IV odst. 1, a to na základě faktury vystavené poskytovatelem.
6. Faktura poskytovatele musí obsahovat náležitosti obchodní listiny dle § 435 občanského zákoníku a daňového dokladu dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a dle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Pro účel daňového dokladu se za den uskutečnění zdanitelného plnění považuje den, kdy je poskytovatel oprávněn podle smlouvy doklad vystavit. Na faktuře musí být uvedeno evidenční číslo této smlouvy uvedené v záhlaví této smlouvy, datum podpisu smlouvy a přílohou faktury musí být kopie příslušného předávacího protokolu.
7. V případě, že faktura nebude mít stanovené náležitosti nebo bude obsahovat nesprávné údaje, je objednatel oprávněn zaslat ji ve lhůtě splatnosti zpět k doplnění, aniž se tak

dostane do prodlení se splatností; lhůta splatnosti počíná běžet znovu od obdržení náležitě doplněné či opravené faktury.

8. Objednatel uhradí fakturu bezhotovostně převodem na účet poskytovatele do 21 dnů ode dne obdržení faktury. Zaplacením se rozumí odepsání finanční částky z účtu objednatele ve prospěch účtu poskytovatele.

IV.

Předání a převzetí plnění, odpovědnost za vady

1. Poskytovatel předá objednateli vždy po uveřejnění inzerce alespoň 1 výtisk časopisu/novin, ve kterém byla inzerce uveřejněna, a to nejpozději do 30 dnů od otištění; v případě online médií dodá poskytovatel objednateli e-mailem link + screenshot obrazovky s konkrétním inzerátem, bannerem, PR článkem nejpozději do 1 týdne od zveřejnění (dále společně jen „osvědčení o realizaci plnění“).
2. Poskytovatel odpovídá za to, že poskytnuté plnění má vlastnosti stanovené touto smlouvou, dokumentací k němu a nabídkou poskytovatele podanou v zadávacím řízení, v němž byla jeho nabídka vybrána jako nejvhodnější. Poskytovatel odpovídá za to, že poskytnuté plnění je v souladu s podklady pro inzerci i PR články předanými objednatel.
3. Poskytovatel odpovídá za vady plnění zjištěné a sdělené mu objednatel do 6 měsíců od předání osvědčení o realizaci plnění.
4. Poskytovatel bezplatně (na svůj náklad) odstraní sdělenou vadu formou zajištění inzertní plochy stejného typu a rozsahu, a to nejpozději v následujícím vydání tištěného média a v případě internetového média do 15 dnů od nahlášení vady, nedohodnou-li se smluví strany jinak.
5. Odmítne-li poskytovatel odstranit sdělené vady, případně neodstraní-li je ve lhůtě dle odst. 4, je objednatel oprávněn odstranit vady sám nebo prostřednictvím třetího subjektu a náklady s tím spojené vyúčtovat poskytovateli.
6. Uplatněním odpovědnosti za vady nejsou dotčeny nároky na náhradu škody nebo na uplatnění smluvní pokuty.

V.

Součinnost, mlčenlivost

1. Poskytovatel je povinen poskytovat součinnost objednateli pro zpracování zpráv o projektu. Tato součinnost spočívá zejména v poskytnutí potřebných informací o plnění předmětu smlouvy, nikoliv ve zpracovávání těchto zpráv.
2. Poskytovatel je dále povinen poskytovat součinnost evaluátorovi projektu vybranému objednatel, pokud jej k tomu objednatel vyzve.
3. Poskytovatel se zavazuje zachovávat ve vztahu ke třetím osobám mlčenlivost o informacích, které se dozvěděl při plnění této smlouvy nebo v souvislosti s ním a nesmí je zpřístupnit bez písemného souhlasu objednatele žádné třetí osobě ani je použít v rozporu s účelem této smlouvy, ledaže se jedná:
 - a) o informace, které jsou veřejně přístupné, nebo

- b) o případ, kdy je zpřístupnění informace vyžadováno zákonem nebo závazným rozhodnutím oprávněného orgánu.

Poskytovatel není zejména oprávněn poskytovat třetím osobám ani sdělovat veřejně jakékoliv informace o kampani před uveřejněním příslušné části kampaně objednatelem.

4. Poskytovatel je povinen zavázat povinností mlčenlivosti podle odstavce 3 všechny osoby, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy.
5. Za porušení povinnosti mlčenlivosti osobami, které se budou podílet na plnění předmětu této smlouvy, odpovídá poskytovatel, jako by povinnost porušil sám.
6. Povinnost mlčenlivosti trvá i po skončení účinnosti této smlouvy.

VI.

Práva duševního vlastnictví

1. Poskytovatel se zavazuje, že při poskytování služeb dle této smlouvy neporuší práva třetích osob, která těmto osobám mohou plynout z práv k duševnímu vlastnictví, zejména z autorských práv a práv průmyslového vlastnictví, že je plně oprávněn disponovat s právy, které touto smlouvou postupuje na objednatele, nebo k jejichž užití poskytuje objednateli dle této smlouvy licenci a zavazuje se za tímto účelem zajistit řádné a nerušené užívání díla objednatelem, včetně případného zajištění dalších souhlasů a licencí od autorů děl v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „autorský zákon“), popř. od vlastníků jiných práv duševního vlastnictví v souladu s právními předpisy. Poskytovatel se zavazuje, že objednateli uhradí veškeré náklady, výdaje, škody a majetkovou i nemajetkovou újmu, které objednateli vzniknou v důsledku porušení povinností dle předchozí věty.
2. Je-li výsledkem činnosti poskytovatele dle této smlouvy anebo součástí předaného plnění výtvar (dále pro účely tohoto článku jen „dílo“), který je předmětem práv autorských, práv souvisejících či předmětem práv pořizovatele k jím pořízené databázi, a nejde přitom ve smyslu odst. 3 tohoto článku o dílo anebo jeho části vytvořené jako zaměstnanecké dílo (dále pro účely tohoto článku souhrnně jen „Předměty ochrany podle autorského zákona“), náleží od okamžiku předání díla dle této smlouvy objednateli pro území celého světa včetně České republiky výhradní neomezené právo k užití těchto Předmětů ochrany podle autorského zákona, a to na dobu trvání práva k Předmětům ochrany podle autorského zákona, resp. na zákonnou dobu ochrany. Poskytovatel touto smlouvou poskytuje objednateli oprávnění k výkonu uvedeného výhradního práva k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona (licence) bez časového, územního a množstevního omezení a pro všechny způsoby užití. Objednatel je oprávněn Předměty ochrany podle autorského zákona užít v původní nebo jiným zpracované či jinak změněné podobě, samostatně nebo v souboru anebo ve spojení s jiným dílem či prvky. Oprávnění k užití Předmětů ochrany podle autorského zákona získává objednatel jako převoditelná s právem podlicence a dále postupitelná. Postoupení licence nebo její části na třetí osobu nevyžaduje souhlas poskytovatele a objednatel není povinen postoupení licence nebo její části na třetí osobu poskytovateli oznamovat. Toto právo objednatele k Předmětům ochrany podle autorského zákona se automaticky vztahuje i na všechny nové verze, úpravy a překlady Předmětů ochrany podle autorského zákona dodané poskytovatelem. Objednatel není povinen výše uvedenou licenci využít. Poskytovatel dále poskytuje objednateli právo upravovat a/nebo překládat Předměty ochrany podle autorského zákona, včetně práva objednatele zadat

provedení těchto úprav a/nebo překladů třetím osobám. Dohodou smluvních stran se stanoví, že cena za užití Předmětů ochrany podle autorského zákona dle tohoto odstavce je součástí ceny díla (plnění) dle čl. III.

3. Je-li výsledkem nebo součástí předaného plnění i zaměstnanecké či kolektivní dílo, které je předmětem autorských práv, práv souvisejících s právem autorským či práv pořizovatele k jím pořízené databázi, poskytovatel jako zaměstnavatel či osoba, z jejíhož podnětu a pod jejímž vedením je dílo vytvářeno a pod jejímž jménem je dílo uváděno na veřejnost, ke dni předání díla dle této smlouvy postupuje právo výkonu majetkových práv k dílu na objednatele, přičemž výše odměny za postoupení je již zahrnuta v ceně díla (plnění) dle čl. III této smlouvy. Objednatel se tím stává ve vztahu ke všem částem díla i dílu jako celku vykonavatelem autorských práv majetkových v pozici zaměstnavatele se všemi souvislostmi včetně oprávnění vyplývajících z omezení osobnostních práv původních autorů v plném rozsahu dle § 58 autorského zákona, přičemž právo výkonu majetkových práv autorských získává objednatel jako dále postupitelné. Objednatel je tak především oprávněn dílo i jeho části bez dalšího sám jakýmkoli způsobem užít v původní, zpracované či jinak změněné podobě a udělit třetím osobám oprávnění (licenci) k výkonu práva dílo a jeho části užít. Objednatel je dále oprávněn nehotové anebo nedostatečně podrobné části díla dokončit, a to bez ohledu na podmínky podle ustanovení § 58 odst. 5 autorského zákona. Poskytovateli ani původním autorům nenáleží nárok na přiměřenou dodatečnou odměnu podle ustanovení § 58 odst. 6 autorského zákona. Objednatel je oprávněn dílo anebo jeho části zveřejnit, upravovat, zpracovávat včetně překladu, spojit s jiným dílem, zařadit do díla souborného a uvádět je na veřejnost pod vlastním jménem.

VII.

Smluvní pokuta, úrok z prodlení

1. Poskytovatel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny příslušné inzertní plochy, jíž se prodlení týká, za každý započatý den prodlení v případě, že:
 - a) bude v prodlení se zajištěním inzertní plochy (proti časovému plánu inzerce dle čl. II odst. 2),
 - b) bude v prodlení s předáním osvědčení o realizaci plnění,
 - c) bude v prodlení s odstraněním vad plnění podle čl. IV odst. 4.
2. Poskytovatel je povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 10.000 Kč v případě
 - a) porušení mlčenlivosti dle čl. V této smlouvy,
 - b) porušení kterékoli ustanovení čl. VI této smlouvy,
 - c) porušení povinnosti k součinnosti dle čl. V odst. 1 a 2;za každý takový případ.
3. V případě prodlení objednatele se zaplacením faktury poskytovatele je poskytovatel oprávněn účtovat mu úroky z prodlení v zákonné výši z dlužné částky za každý den prodlení.
4. Zaplacením smluvní pokuty není dotčen nárok objednatele na náhradu škody a na řádné dokončení plnění předmětu smlouvy a odstranění vad.

VIII.

Ukončení smlouvy, odstoupení od smlouvy

1. Smluvní vztah vzniklý na základě této smlouvy lze ukončit těmito způsoby:
 - a) odstoupením od smlouvy:
 - i. za podmínek uvedených v občanském zákoníku v případě porušení smlouvy druhou smluvní stranou podstatným způsobem,
 - ii. v případech, které si smluvní strany ujednaly dále v tomto článku smlouvy.
 - b) dohodou smluvních stran.
2. Smluvní strany jsou oprávněny odstoupit od smlouvy v případě:
 - a) prodlení poskytovatele se splněním kterékoliv části plnění delším než 15 dnů,
 - b) prodlení poskytovatele s odstraněním vad plnění podle čl. IV odst. 4 této smlouvy, delší než 15 dnů,
 - c) prodlení objednatele se zaplacením ceny delší než 15 dní.
3. Objednatel je oprávněn od smlouvy odstoupit i v případě, pokud řádně uplatní u poskytovatele své požadavky nebo připomínky v průběhu plnění předmětu smlouvy a poskytovatel je bez vážného důvodu neakceptuje nebo podle nich nepostupuje.
4. Účinky odstoupení od smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od této smlouvy druhé smluvní straně.
5. Odstoupením od smlouvy není dotčen případný nárok na náhradu škody.
6. Povinnosti poskytovatele k archivaci dokumentů a součinnosti s objednatelem a evaluátorem projektu trvá i po skončení této smlouvy jakýmkoliv způsobem.

IX.

Archivace dokumentů, publicita

1. Poskytovatel se zavazuje archivovat veškeré dokumenty týkající se předmětu veřejné zakázky, a to po dobu nejméně 10 let ode dne předání a převzetí díla, avšak minimálně do konce roku 2026; poskytovatel je v této souvislosti a ve stanovené době povinen umožnit osobám oprávněným k výkonu kontroly projektu, z něhož je zakázka hrazena, provést kontrolu dokladů souvisejících s plněním zakázky, a to po dobu danou právními předpisy ČR k jejich archivaci (zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů) a spolupůsobit při výkonu této kontroly.
2. Poskytovatel bude při plnění předmětu smlouvy postupovat v souladu s pravidly a metodikami Fondů EHP a Norska a bude při plnění smlouvy respektovat informační povinnost dle aktuální verze Pokynů pro publicitu (http://www.eeagrants.cz/assets/cs/media/Norsko-MFCR_Pr-001_2014-03-13_Priloha-c-1-Pokyny-pro-publicitu.pdf), tj. zejména označovat výstupy logem objednatele a donátora ve znění: „*Podpořeno grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska.*“. Všechny pokyny vycházejí z dokumentů Kanceláře finančních mechanismů (Nařízení - Annex IV. – Information and Publicity Requirements, Communication and Design Manual), které jsou dostupné na webových stránkách www.eeagrants.com, www.norwaygrants.com. Mezi objednatelem a poskytovatelem bude probíhat veškerá komunikace dle příslušných pravidel publicity po celou dobu trvání smluvního vztahu.

X.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
2. Změny a doplňky této smlouvy lze provést pouze formou písemných dodatků, podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran na jedné listině.
3. Obě smluvní stany podpisem této smlouvy vylučují, aby nad rámec jejich výslovných ustanovení byla jakákoliv jejich práva či povinnosti dovozovány z dosavadní či budoucí praxe zavedené mezi smluvními stranami, resp. ze zvyklostí zachovávaných obecně či v odvětví týkajícím se předmětu této smlouvy.
4. Poskytovatel převzal na sebe nebezpečí změny okolností po uzavření této smlouvy, a proto mu nepřísluší domáhat se práv uvedených v § 1765 a § 2620 odst. 2 občanského zákoníku.
5. Poskytovatel souhlasí se zveřejněním této smlouvy.
6. Tato smlouva je vyhotovena ve 3 výtiscích, z nichž 1 obdrží poskytovatel a 2 obdrží objednatel.
7. Nedílnou součástí této smlouvy jsou:
 - příloha č. 1 - podrobná specifikace předmětu plnění a kalkulace ceny

V dne

V Praze dne

Za poskytovatele

Za objednatele

.....
.....
.....

Příloha č. 1 – podrobná specifikace předmětu plnění a kalkulace ceny

--Uchazeč vyplní všechna pole této přílohy. Šedě označená pole jsou v této příloze uvedena pouze pro účely hodnocení nabídek v zadávacím řízení a budou před uzavřením smlouvy vypuštěna.--

Položka	Specifikace	Název média a jeho čtenost, tištěný náklad nebo návštěvnost <i>--uchazeč vyplní jednotlivá nabízená inzertní média - název časopisu, novin, internetových stránek atd. a jejich čtenost, tištěný náklad nebo návštěvnost, pokud je zadavatel uvádí jako podmínku --</i>	Předpokládaná doba plnění	Maximální počet opakování	Cena				
					Cena za 1 opakování v Kč bez DPH	Výše DPH za 1 opakování v Kč	Cena za 1 opakování v Kč s DPH <i>--uchazeč vyplní cenu vždy za celý rozsah plnění příslušné položky (např. články v tištěné podobě i na webu a banneru)--</i>	Cena za maximální počet opakování v Kč bez DPH	Cena za maximální počet opakování v Kč s DPH
A) Časopis pro mladé (příloha, PR článek v tisku a na webu)	A) Zajištění <u>komplexní inzerce</u> v 1 vydání 1 časopisu pro mladé: 1 volnočasový lifestyleový týdeník / čtrnáctideník pro cílovou skupinu cca 13-18 let (např. Bravo). Inzerce proběhne formou přílohy <u>placky</u> velikosti 37 mm ke všem kusům jeho 1 tištěného vydání (placky dodá objednatel). Dále pak v témže tištěném vydání časopisu zajistí <u>PR článek</u> v minimálním rozsahu poloviny vnitřní strany časopisu (bude se jednat zejména o text věnující se násilí z nenávnosti s odkazem na kampaň) a <u>PR článek na webových stránkách</u> časopisu v rozsahu minimálně 1,5	A) tištěný náklad:	podzim 2014	1 (zahrnuje přílohu – placku, PR článek v tisku a PR článek na webu)					

	normostrany spolu s případnou fotogalerií nebo/a videem. Materiály (texty, fotografie apod. dodá objednatel). Tištěný náklad časopisu musí být minimálně 25.000 ks.								
B) Sportovní periodika (PR článek v tisku a na webu)	B) Zajištění inzerce ve 3 sportovních měsícnících. 2 pro mladé věnující se snowboardingu a skateboardingu (např. Free Magazine, Board), třetí pro mladé věnující se bmx/mtb kolům (např. Dirtbiker, MBAction). V každém z nich formou PR článků v rozsahu minimálně 1 normostrany (plus fotografie) v 1 tištěném vydání, současně PR článek v rozsahu minimálně 1,5 normostrany na webu každého z časopisů. Materiály (texty, fotografie apod.) dodá objednatel. Čtenost každého z časopisů musí být minimálně 10.000 ks.	B) 1. čtenost:	podzim - zima 2014-2015	1					
		B) 2. čtenost:		1					
		B) 3. čtenost:		1					
C) Inzerce o zónách bez nenávisi	C) Zajištění inzerce v každém z níže definovaných typech tištěných periodik: I) 2 zpravodajské týdeníky pro širší spektrum čtenářů (s tištěným nákladem minimálně 30.000 ks), které zahrnují jak informace z ekonomiky, politiky, tak kultury nebo dalších společenských témat. V každém z nich budou aspoň 2	x	zima 2014-2015	x	x	x	x	x	x
		C) I) 1. tištěný náklad:		2					
		C) I) 2. tištěný náklad:		2					

opakování inzerátu - minimálně velikosti ¼ strany (např. Respekt, Reflex, Týden)			v tisku)					
II) 1 kulturní týdeník/čtrnáctideník (s tištěným nákladem aspoň 7.000 ks), ve kterém se kromě informací o kultuře a umění objevují také informace o společenskovedních tématech a aktuálních problémech. V <u>tištěné podobě budou aspoň 2 opakování inzerce</u> - minimálně ½ strany, <u>na jeho webových stránkách</u> pak budou 2 PR články v minimální délce 1,5 normostrany, které budou v <u>náhledu nebo formou bannerového odkazu</u> umístěn (perex a fotografie nebo banner nebo jiná forma upoutávky) <u>na hlavní stránce</u> média po dobu minimálně 7 dnů. (např. A2)	C) II) tištěný náklad:		2 (1 ks zahrnuje 1 inzerci v tisku, 1PR článek na webu, 1 banner minimálně 7 dní)					
III) 1 kulturní týdeník/dvoutýdeník/měsíčník, který je distribuován v Praze a v Brně <u>zdarma</u> a poskytuje přehled o aktuálním kulturním dění v těchto dvou metropolích (umění, hudba, film, divadlo atd.) - v každé z jeho regionálních mutací (Praha a Brno) bude v průběhu kampaně uveřejněn v <u>tištěné podobě 1 PR článek</u> v minimálním rozsahu 1 normostrany plus fotografie. <u>Na webu tohoto periodika bude současně umístěn banner (nebo jiný druh upoutávky)</u> minimálně po dobu 7 dnů, který bude odkazovat na PR článek v rozsahu minimálně 1,5 normostrany. Minimální tištěný náklad periodika	C) III) tištěný náklad:		1 (zahrnuje PR článek v tisku, PR článek na webu, banner 7 dní)					

	musí být 30.000 ks. (např. Metropolis Magazin)								
D) PR články o zónách bez nenávisti	D) Celkem 9 PR článků (minimálně 1,5 normostrany) s možností vložení videa nebo fotogalerie, a to na následujících typech <u>internetových médií</u> . Každý článek bude současně <u>promován na hlavní stránce (banner nebo jiná forma upoutávky na článek)</u> minimálně po dobu 7 dnů:	x		x	x	x	x	x	x
	I) 3 sportovní weby (zaměřené na moderní adrenalinové sporty jako SNB, skate, parkour apod.) – (např. Boardmag.cz, Tbb-bike.cz)	D) I) 1.		1					
		D) I) 2.		1					
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)					
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)					

				dní)						
		D) I) 3.		1						
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)						
II) 2 společenskovedně nebo lidskoprávně orientovaná inet médiá (např. A2larm.cz, Protisedi.cz)		D) II) 1.		1						
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)						
		D) II) 2.		1						
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)						
	III) 2 umělecké portály - výtvarné umění (např. Artalk.cz, Artyčok.tv)	D) III) 1.		1						
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)						
		D) III) 2.		1						
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dní)						
	IV) 2 divadelní / taneční portály (např. Tanecnizona.cz, Divadelni-	D) IV) 1.		1						

	noviny.cz)			(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dny)					
		D) III) 2.		1					
				(zahrnuje PR článek na webu, banner 7 dny)					
E) Inzerce o písni kampaně	I) Inzerce v multižánrovém hudebním měsíčníku, který reflektuje mladé hudební žánry (je tudíž zaměřen na cílovou skupinu kampaně 15-25, nebo její části) formou PR článku v tištěné podobě v rozsahu minimálně 1 normostrany a fotografie. Současně bude na webu tohoto periodika umístěn PR článek v rozsahu minimálně 1 normostrany. Tento článek (náhled nebo banner na něj odkazující) se bude na hlavní stránce zobrazovat nejméně 7 dnů (např. Fullmoon)	E) I).....	zima - jaro 2015	1					
	II) Zajištění PR článku (minimálně 1,5 normostrany) na serveru Bandzone.cz. Tento článek bude minimálně 14 dní promován na hlavní stránce (bannerem, náhledem článku nebo jinou formou).	E) II) Bandzone.cz		1					
	III) Zajištění PR článků rozsahu minimálně 1,5 normostrany na dalších hudebních a kulturních portálech a internetových médiích, které navštěvují příznivci hudby,	E) III) 1..... týdenní návštěvnost:		1					
				(zahrnuje PR článek na webu,					

ideálně potom mladé kapely. Poskytovatel zajistí uveřejnění <u>minimálně 1 článku na 5 různých serverech společně s bannerem (nebo jinou upoutávkou) na hlavní stránce</u>, a to na dobu minimálně 7 dnů každý (celkem tedy minimálně 5 článků). Minimální týdenní návštěvnost každého ze serverů musí být aspoň 2.500. (např. Monstermusic.cz, Protisedi.cz, Freshspace.cz, Indiemusic.cz, Musicserver.cz, Czechcore.cz)				banner 7 dní)					
	E) III) 2..... týdenní návštěvnost:			1					
	E) III) 3..... týdenní návštěvnost:			1					
	E) III) 4..... týdenní návštěvnost:			1					
	E) III) 5..... týdenní návštěvnost:			1					

	IV) 1 kulturní týdeník/dvoutýdeník/měsíčník, který je distribuován <u>zdarma</u> (alespoň v Praze) a poskytuje přehled o aktuálním kulturním dění (umění, hudba, film, divadlo atd.). Bude v něm <u>v tištěné podobě</u> <u>uveřejněn inzerát</u> minimálně v rozsahu ½ normostrany. Současně bude minimálně po dobu 7 dnů na hlavní stránce jeho internetové mutace <u>banner odkazující na PR</u> <u>článek v rozsahu minimálně 1,5</u> <u>normostrany.</u> Minimální tištěný náklad periodika musí být 4.000 ks. (např. Artikl)	E) IV) tištěný náklad:		1						
				(zahrnuje PR článek v tisku, PR článek na webu, banner 7 dní)						
F) Deníky – web (PR články)	Zajištění <u>20 PR článků</u> (v rozsahu minimálně 1,5 normostrany + možnosti vložení fotografií nebo/a videa) <u>na webových stránkách</u> <u>různých lokálních mutací Deníku</u> <u>Bohemia</u> (lokality budou známy až v průběhu kampaně na základě aktuální situace). Podmínkou je, aby se článek (perex s fotografií) zobrazoval <u>minimálně týden na</u> <u>hlavní webové stránce média.</u> Veškeré materiály pro PR článek, stejně jako rozhodnutí, ve které lokální mutaci inzerce proběhne, dodá a určí objednatel.	F) lokální mutace Deníku Bohemia	průběžně, do 1 týdne od výzvy objednatele	20						
				(zahrnuje, PR článek na webu, týden zobrazení na hlavní stránce)						
Celková nabídková cena										*

* --max. 1.239.998,32 Kč--