



Číslo objednávky uveďte laskavě  
na dodacím listu a faktuře

Telefon: [REDACTED]

Vyřizuje: [REDACTED]

IČO: 660 02 222

Bankovní spojení:

ČNB Praha 1

Účet č.: [REDACTED]

RP:

3661/5169/56/28 – zdroje EU

3661/5169/55/28 – SR ČR

Zaokrouhlujte na celé Kč.

Dodavatel: **REMMARK, a. s.**  
Křemencova 178  
110 00 Praha 1  
IČO: 25652869  
DIČ: CZ25652869

**Objednáváme:**

Na základě Vámi zasláné Nabídky č. 3 objednáme u Vás propagaci propagace spotu formou pre roll, bannery ve zpravodajských webech, propagace banneru na sociální síti – promovaný post, rotující formát a PPC v souladu s přílohou číslo 1.

**Cena zakázky: 2 479 000,- Kč bez DPH, 2 999 590 s DPH.**

Na faktuře prosím uvádějte: „Hrazeno z OPTP 2014-2020, projektu „Informační kampaně o ESI fondech II“ reg. č. CZ.08.1.125/0.0/0.0/15\_001/0000157.“

Příloha č. 1 - Návrh online aktivit MMR pro velkou kampaň únor-duben 2019

V Praze dne

Digitálně podepsa

Datum: 2019.02.12 10:30:30 +01'00'

ředitel Odboru publicity EU

Dodavatel svým níže podpisem potvrzuje přijetí objednávky a prohlašuje, že je objednávkou vázán.

2019.02.12 21:29:39 +01'00'

**Poznámka k fakturaci:**

Fakturu zasílejte na Oddělení publicity EU, MMR ČR, Staroměstské náměstí 6, 110 15 Praha 1. Doba splatnosti činí 30 dní.

Dodavatel bere na vědomí, že je na základě této objednávky povinen v souladu se zákonem č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole, ve znění pozdějších předpisů, poskytnout požadované informace a dokumentaci zaměstnancům nebo zmocněncům pověřených orgánů (ZS, ŘO OPTP, MMR, Ministerstvo financí, Evropské komise, Evropského účetního dvora, Nejvyššího kontrolního úřadu, příslušného finančního úřadu a dalších oprávněných orgánů státní správy) a vytvořit výše uvedeným orgánům podmínky k provedení kontroly vztahující se k předmětu objednávky a poskytnout jim součinnost.



Příloha č. 1

## Návrh online aktivit MMR na velkou kampaň na únor - duben 2019

### Obsah kampaně

Komunikace bude součástí kampaně realizované i v dalších mediatypech a tak jejím cílem je především zvýšení celkového dopadu kampaně a využití výhod online médií při oslovení jednotlivých segmentů cílové skupiny.

Velmi významnou položkou kampaně budou video prerolly, které v navrhovaném rozsahu osloví rozhodující část uživatelů a efektivně využijí kapacitu nabízeného prostoru na významných zpravodajských portálech. Videoreklama v tomto rozsahu efektivně doplní TV reklamu a osloví tak „netelevizní“ segmenty.

Hlavní část v rámci navrhované kampaně pak tvoří na bannery. Vzhledem ke kreativnímu řešení tvoří větší podíl RTB bannery formátů (300x600, 480x300, 300x300 a další), které nám umožní umístit bannery ve vhodném formátu nejen na nejsilnější zpravodajské portály, ale i na další významné portály (včetně seznam.cz) a mobilní formáty, které získávají stále větší důležitost. Bannery v tomto rozsahu umožňují efektivně využít kombinaci velmi silných online portálů a dosáhnout tak efektivního pokrytí drtivé většiny internetové populace. Bannery ve formátu leaderboard na zpravodajských portálech pak tvoří menší část a pokusíme se je z části nahradit brandingem.

Bannerová kampaň na zpravodajských serverech bude významně podpořena i bannery na sociální síti facebook, které doplní působení na nejmladší věkové skupiny, pro něž sociální síť postupně nahrazují zpravodajské portály.

Relativně slabší je v tomto případě PPC kampaň, která v této spíše obecněji/informačně orientované kampani je méně důležitá než u kampaní, kde je proklik klíčovým cílem kampaně.



Reklamní formát	Popis	Počet impresí	Cena za jednotku reklamního formátu v Kč bez DPH	Celková cena za reklamní formát v Kč bez DPH (odhad zadavatele na 1 rok plnění VZ)	Výše DPH v %	Celková výše DPH v Kč	Celková cena za reklamní formát v Kč včetně DPH (odhad zadavatele na 1 rok plnění VZ)
Pre roll videoreklama 10 sec	Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství) +weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR): - návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016), - maximální podíl investice 40% na jeden web.	6 000 000	0,07	420 000	21%	88 200	508 200
Bannery ve formátu leaderboard a megaboard (především 970x100, 970x210, 990x100, 990x210, 998x100, 998x200)	Zpravodajské weby (sekce Zpravodajství, definice SPIR): - návštěvnost min. 700.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016), - maximální podíl investice 40% na jeden web.	8 500 000	0,03	255 000	21%	53 550	308 550
Real Time Bidding Bannery (především ve formátech 300x250, 300x600, 160x600, 120x600)	Real Time Bidding systémy, HP rozcestníků, zpravodajské weby sekce Zpravodajství, weby ze sekce TV, rádia (definice SPIR), sekce Ekonomika, finance, právo: - návštěvnost min. 200.000 unikátních návštěvníků měsíčně (Netmonitor, prosinec 2016), - cílení podle dané cílové skupiny (CPEx - Czech publisher exchange).	32 000 000	0,03	960 000	21%	201 600	1 161 600
Reklama rotující formát, prokliky na kampaňovou microsite	Sociální sítě - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV).	7 500 000	0,07	525 000	21%	110 250	635 250
Promovaný post, prokliky na kampaňovou microsite	Sociální sítě - Facebook (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobné v počtu unikátních návštěvníků a PV).	1 500 000	0,07	105 000	21%	22 050	127 050
Promovaný post, prokliky na kampaňovou microsite	Sociální sítě - Instagram (zadavatel připouští i jiné sociální sítě, podobného charakteru, počtu unikátních návštěvníků a PV)	200 000	0,07	14 000	21%	2 940	16 940
PPC	PPC systémy: - maximální podíl investice 60% do jednoho reklamního systému.	20 000	10	200 000	21%	42 000	242 000
<b>Modelová cena za 1 rok plnění VZ (součet za všechny reklamní formáty)</b>				<b>2 479 000</b>	<b>21%</b>	<b>520 590</b>	<b>2 999 590</b>

