



**Spolufinancováno
Evropskou unií**

Rámcová dohoda k plnění veřejné zakázky:

„Mediální kampaň OAB, CZ.03.02.02/00/22_005/0002019“

uzavřená níže uvedeného dne, měsíce a roku

(dále jen „*Rámcová dohoda*“ nebo „*Dohoda*“)

mezi těmito smluvními stranami:

Ústav zdravotnických informací a statistiky České republiky, organizační složka státu

sídlem Palackého náměstí 4, 128 00 Praha 2

IČO: 00023833

zastoupený: prof. RNDr. Ladislavem Duškem, Ph.D., ředitelem

(dále jen „*Objednatel*“)

a

MEDIA AGE s.r.o.

sídlem: tř. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno

IČO: 269 77 958, DIČ: CZ26977958

zapsaná v OR u KS v Brně, složka C, číslo 45493

zastoupená: [REDACTED]

(dále jen „*Agentura*“)

(společně dále jen „*Smluvní strany*“)

I. Úvodní ustanovení

1. Objednatel prohlašuje, že je oprávněn tuto Dohodu uzavřít a řádně plnit závazky v ní obsažené.
2. Agentura prohlašuje, že:
 - a. splňuje veškeré podmínky a požadavky v této Dohodě stanovené a je oprávněna tuto Dohodu uzavřít a řádně plnit závazky v ní obsažené,
 - b. ke dni uzavření této Dohody vůči ní není vedeno řízení dle zákona č. 182/2006 Sb., o úpadku a způsobech jeho řešení (insolvenční zákon), ve znění pozdějších předpisů, a zároveň se zavazuje Objednatele o všech skutečnostech o hrozícím úpadku bezodkladně informovat, a
 - c. zavazuje se udržovat tato svá prohlášení v platnosti pro celou dobu účinnosti této Dohody.

II. Účel Dohody

1. Účelem této Rámcové dohody je vymezení podmínek pro realizaci veřejné zakázky s názvem projektu „Časný záchyt hyperaktivního močového měchýře a eliminace negativního dopadu na kvalitu života“ (dále jen „*Veřejná zakázka*“) dle výzvy Veřejné



zakázky (dále jen „Zadávací dokumentace“). Realizace Veřejné zakázky bude probíhat na základě jednotlivých pokynů/objednávek Objednatele v souladu se smlouvou a jejími přílohami. Plnění Agentury se týká poskytování komplexních služeb při zajištění propagace projektu „Časný záchyt hyperaktivního močového měchýře a eliminace negativního dopadu na kvalitu života“ v online prostředí.

2. Agentura touto Dohodou garantuje Objednateli splnění zadávacích podmínek Veřejné zakázky a všech z toho vyplývajících povinností podle Zadávací dokumentace. Pro vyloučení jakýchkoliv pochybností to znamená, že:
 - a. v případě jakékoliv nejistoty ohledně výkladu ustanovení této Dohody budou tato ustanovení vykládána tak, aby v co nejširší míře zohledňovala účel Veřejné zakázky a podmínky plnění Veřejné zakázky vyjádřené Zadávací dokumentací,
 - b. v případě chybějících ustanovení této Dohody budou použita dostatečně konkrétní ustanovení Zadávací dokumentace,
 - c. Agentura je vázána svou nabídkou předloženou Objednateli v rámci zadávacího řízení na zadání Veřejné zakázky, která se pro úpravu vzájemných vztahů vyplývajících z této Dohody použije subsidiárně.

III. Předmět Dohody

1. Předmětem této Dohody je vymezení podmínek týkajících se poskytování komplexních služeb při zajištění propagace projektu „Časný záchyt hyperaktivního močového měchýře a eliminace negativního dopadu na kvalitu života“ v online prostředí.
2. Konkrétní předmět plnění a jeho specifikace jsou uvedeny v Příloze č. 1 této Dohody (dále jen „Služby“)
3. Agentura zavazuje poskytnout Objednateli plnění dle této Dohody a Objednatel se zavazuje uhradit Agentuře cenu Služeb za podmínek vymezených touto Dohodou.
4. Při výkladu obsahu této Dohody budou Smluvní strany přihlížet k Zadávacím podmínkám vztahujícím se k zadávacímu řízení na Veřejnou zakázku, k účelu této Veřejné zakázky a dalším úkonům Smluvních stran, jako k relevantnímu jednání Smluvních stran o obsahu Dohody před jejím uzavřením. Ustanovení právních předpisů o výkladu právních jednání tím nejsou nijak dotčena.
5. Objednatel je oprávněn, nikoliv však povinen, poptávat Služby podle této Dohody, s tím, že nevyužití tohoto práva nevede k zániku této Dohody.
6. Touto Dohodou není dotčeno právo Objednatele poptávat Služby specifikované v této Dohodě u jiných dodavatelů.

IV. Reporting

1. Agentura bude Objednateli průběžně dokládat plnění kampaně formou měsíčního reportingu vždy první týden v měsíci za měsíc předchozí, ať už formou osobní či online schůzky.
2. Reporty budou obsahovat průběžný přehled realizace předmětu plnění, včetně návrhů na průběžné úpravy media plánu, tak aby takové návrhy úprav směřovaly k naplnění cíle veřejné zakázky, a včetně tzv. „postbuy analýzy“.



V. Místo plnění

1. Místem plnění zejména pro online výstupy je: Česká republika.
2. Místem předání fyzických výstupů plnění této Dohody je sídlo Objednatele, pokud se Smluvní strany nedohodnou jinak.

VI. Lhůty pro plnění Služeb

1. Agentura je povinna realizovat všechna sjednaná plnění v dohodnutých lhůtách.
2. Pokud by vznikla jakákoli okolnost (zejména vyšší moc), která by Agentuře bránila v realizaci kteréhokoli plnění, je Agentura povinna o tomto informovat Objednatele bez zbytečného odkladu, jinak odpovídá za škodu, která by takovým prodlením Objednateli vznikla.

VII. Převzetí plnění, přechod vlastnictví movitých věcí

1. Objednatel se zavazuje přebírat od Agentury plnění a písemně každé převzetí Agentuře potvrdit. Odmítnout převzít plnění je Objednatel oprávněn pouze v případě, že tato plnění odporují podmínkám obsaženým v této Dohodě či určeným na jejím základě.
2. Dnem podpisu, kterým Objednatel potvrdí převzetí plnění, je plnění předáno. Den převzetí plnění je dnem zdanitelného plnění.
3. Vlastnictví movitých věcí, které byly vytvořeny v rámci poskytování reklamního servisu dle této Dohody, přechází na Objednatele v okamžiku jejich převzetí od Agentury, pokud nebude Stranami stanoveno jinak. Ve stejný okamžik přechází na Objednatele i nebezpečí škody na věcech.

VIII. Odměna

1. Odměna bude Agenturou Objednateli vyúčtována a předložena daňovým dokladem – fakturou.
2. Odměna bude Agenturou účtována, v souladu s Přílohou č. 2 Dohody, po řádném a úplném ukončení každého jednoho dílčího plnění a předání tohoto dílčího plnění, přičemž celková maximální výše odměny činí 1 338 349,00 Kč bez DPH. Daň z přidané hodnoty bude účtována v zákonné výši.
3. Sjednaná lhůta pro placení faktur činí 21 dnů ode dne, kdy Objednatel obdrží od Agentury fakturu se všemi sjednanými náležitostmi a za podmínek v této Dohodě uvedených, přičemž uvedená doba splatnosti bude uvedena i na daňovém dokladu.
4. Faktury musí obsahovat náležitosti daňového dokladu (faktury) stanovené zákonem č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, náležitosti stanovené § 435 Občanského zákoníku a další náležitosti stanovené touto Dohodou (název a registrační číslo projektu „Časný záchyt hyperaktivního močového měchýře a eliminace negativního dopadu na kvalitu života“ realizovaného v rámci Operačního programu Zaměstnanost plus, pod registračním číslem projektu: CZ.03.02.02/00/22_005/0002019).
5. Nebude-li daňový doklad (faktura) obsahovat stanovené náležitosti je Objednatel oprávněn fakturu vrátit k přepracování. V tomto případě neplatí původní lhůta splatnosti, ale celá lhůta splatnosti běží znovu ode dne doručení opravené nebo nově vystavené faktury. V případě, že Agentura není plátcem DPH, musí faktura splňovat náležitosti účetního dokladu dle § 11 zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, a náležitosti stanovené § 435 Občanského zákoníku.



IX. Další práva a povinnosti

1. Objednatel se zavazuje poskytovat Agentuře na základě její žádosti včasné, úplné, pravdivé a přehledné informace, které po něm mohou být spravedlivě požadovány, a současně jí předkládat veškerý spisový materiál nezbytný k výkonu činnosti podle této Dohody.
2. Agentura tímto výslovně prohlašuje, že při poskytování Služeb postupuje jako odborník ve smyslu § 2950 Občanského zákoníku a že má dostatek vědomostí a dovedností pro poskytování Služeb dle této Dohody.
3. Agentura je povinna při výkonu své činnosti podle této Dohody jednat s potřebnou odbornou péčí a svědomitostí, řídit se pokyny Objednatele s výjimkou takových případů, kdy je to naléhavě nezbytné v zájmu Objednatele a nelze-li souhlasu Objednatele dosáhnout včas. Při každém dílčím plnění je Agentura vázána zákony, obecně závaznými právními předpisy a pokyny Objednatele, pokud tyto nejsou v rozporu s právními normami nebo oprávněnými zájmy Objednatele.
4. Agentura je povinna při plnění této Dohody spolupracovat v intencích požadavků Objednatele se třetími stranami a dodavateli jiného plnění ve prospěch Objednatele, pokud takové plnění těchto osob souvisí s účelem či předmětem této Dohody.
5. Agentura se zavazuje účastnit prostřednictvím svých kompetentních osob koordinačních jednání s Objednatelem v sídle Objednatele.
6. Agentura je povinna včas písemně upozornit Objednatele na zřejmou nevhodnost jeho pokynů, jejichž následkem může vzniknout škoda nebo nesoulad s obecně závaznými právními předpisy. Pokud Objednatel navzdory takovému upozornění trvá na svých pokynech, Agentura neodpovídá za jakoukoli škodu způsobenou jejím jednáním na základě takových pokynů Objednatele.
7. Agentura se zavazuje po dobu realizace jednotlivé Služby umožnit Objednateli průběžnou kontrolu jejího řádného plnění. Agentura je v takovém případě povinna na písemnou výzvu Objednatele předložit dosavadní výsledky své práce na realizované Službě ve lhůtě do sedmi (7) dní od doručení této výzvy. Pokud Objednatel při provádění této kontroly zjistí, že Agentura postupuje v rozporu se svými povinnostmi, je oprávněn požadovat v jím stanovené lhůtě odstranění zjištěných nedostatků na náklady Agentury a řádnou realizaci této Služby.
8. Agentura se zavazuje zajistit, aby při plnění této Dohody nedošlo z její strany k poškození dobrého jména či pověsti Objednatele.
9. Agentura i Objednatel jsou povinni se vzájemně informovat o všech okolnostech důležitých pro řádné a včasné provedení každé Objednávky a předmětu specifikovaného v každé jednotlivé Objedávce a poskytovat si součinnost nezbytnou pro řádné a včasné provedení Veřejné zakázky a předmětu této Dohody.
10. Výstupy z poskytnutého plnění, které vzniknou v průběhu a v souvislosti s plněním, se stávají okamžikem jejich předání Objednateli jeho vlastnictvím. Agentura nesmí poskytnout žádný z těchto výstupů třetí straně bez předchozího písemného souhlasu Objednatele. Agentura se ve smyslu článku 10 této Dohody zavazuje poskytnout Objednateli neomezené licence k užití díla vzniklého při plnění každé Objednávky.
11. Objednatel je oprávněn požadovat po Agentuře poskytnutí Služeb ve lhůtách přiměřených jejich povaze. To se netýká naléhavých případů, kterými se pro účely této Dohody rozumí situace, kdy Objednatel potřebuje bezodkladně poskytnout Službu a jejím neposkytnutím Objednateli hrozí vážná újma na jeho právech, či právem chráněných zájmech.



12. V případě, že Agentura nezahájí nebo neprovede některou z činností dle této Dohody z důvodů na své straně ve lhůtách stanovených Objednávkou, popř. v dodatečné lhůtě stanovené Objednatelem, je Objednatel oprávněn zajistit provedení těchto činností v nezbytném rozsahu jiným způsobem nebo prostřednictvím třetí osoby, a to na náklady Agentury. Případný nárok Objednatele na smluvní pokutu či odstoupení od Dohody tím není dotčen.
13. V případě ukončení účinnosti této Dohody ze strany Agentury je Agentura povinna učinit vše, co nesnese odkladu, aby Objednatel neutrpěl újmu na svých právech.
14. Agentura prohlašuje a zavazuje se zajistit, že plnění jí poskytované dle této Dohody v žádném případě neporuší platné právní předpisy České republiky, tj. zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů, a že poskytováním plnění dle této Dohody nedojde k porušení práv třetích osob, a to především pokud jde o práva osobnostní dle § 81 a násl. Občanského zákoníku, dále práva k osobním údajům dle zákona č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů, GDPR a autorská práva 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.

X. Práva duševního vlastnictví

1. Bude-li výsledkem plnění nebo jiné činnosti Agentury prováděné dle této Dohody, předmět požívající ochrany autorského díla podle zákona č. 121/2001 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „*Autorské dílo*“), nabývá Objednatel dnem poskytnutí Autorského díla výhradní právo užít takovéto Autorské dílo veškerými známými způsoby užití takového díla, zejména, nikoliv však výlučně, k účelu, ke kterému bylo takové dílo Agenturou vytvořeno v souladu se Dohodou, a to po celou dobu trvání autorských práv majetkových k Autorskému dílu, resp. po dobu autorskoprávní ochrany, bez omezení rozsahu množstevního, grafického, technologického, teritoriálního (dále jen „*Licence*“).
2. Součástí Licence je rovněž neomezené právo Objednatele poskytnout třetím osobám podlicenci k užití Autorského díla a také souhlas Agentury k postoupení Licence na třetí osoby a souhlas Agentury udělený Objednateli k provedení jakýchkoliv změn nebo modifikací Autorského díla, a to i prostřednictvím třetích osob. Licence se automaticky vztahuje i na všechny nové verze, aktualizované verze, i na úpravy a překlady Autorského díla, dodané Agenturou. Odměna za poskytnutí Licence je zahrnuta v Odměně za poskytované Služby.
3. Objednatel není povinen Licenci využít.
4. Agentura prohlašuje, že má veškerá oprávnění k Autorskému dílu dle odst. 1 tohoto článku Dohody, zejména, nikoliv však výlučně, že získala veškerá oprávnění autorů či třetích osob k takovému Autorskému dílu a je oprávněna poskytnout Objednateli, zejména, nikoliv však výlučně veškerá oprávnění uvedená v tomto článku Dohody. Agentura se zavazuje získat předem veškerá oprávnění autorů či třetích osob k takovému Autorskému dílu dle odst. 10.1 tohoto článku Dohody, které bude výsledkem plnění nebo jiné činnosti Agentury dle této Dohody.
5. Agentura prohlašuje, že Objednatel je oprávněn Autorské dílo dle odst. 1 tohoto článku Dohody zveřejnit, upravovat, zpracovávat, překládat, či měnit jeho název a že je též



oprávněn Autorské dílo spojit s dílem jiným a zařadit jej do díla souborného.

6. Výstupy z poskytnutého plnění, které vzniknou v průběhu a v souvislosti s plněním dle této Dohody, se stávají okamžikem jejich předání Objednateli jeho vlastnictvím. Agentura nesmí poskytnout žádný z těchto výstupů třetí straně bez předchozího písemného souhlasu Objednatele. Agentura se ve smyslu článku X. této Dohody zavazuje poskytnout Objednateli neomezené Licence k užití díla vzniklého při plnění každé Objednávky.
7. V odůvodněných případech může Objednatel stanovit nebo smluvní strany mohou sjednat odlišné licenční či související podmínky.
8. Agentura poskytne zadavateli úplnou, časově a místně neomezenou licenci k užití fotografického a audiovizuálního díla, které bude součástí Služby

XI. Povinnost mlčenlivosti

1. Agentura je povinna zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, o nichž se dozvěděla v souvislosti s poskytováním Služeb pro Objednatele. Zejména se zavazuje nesdělovat předmětné skutečnosti třetím osobám a současně je nevyužít v rozporu s oprávněnými zájmy Objednatele.
2. Povinnost Agentury podle odst. 1 tohoto článku Dohody se nevztahuje na informace:
 - a. které se staly veřejně známými, aniž by jejich zveřejněním došlo k porušení závazků Agentury či právních předpisů;
 - b. které měla Agentura prokazatelně legálně k dispozici před uzavřením této Dohody, pokud takové informace nebyly předmětem jiné, dříve mezi Smluvními stranami uzavřené Dohody o ochraně informací;
 - c. které jsou výsledkem postupu, při kterém k nim Agentury dospěje nezávisle a je to schopna doložit svými záznamy nebo důvěrnými informacemi třetí strany;
 - d. které po podpisu této Dohody poskytne Agentuře třetí osoba, jež není omezena v takovém nakládání s informacemi;
 - e. jejichž zpřístupnění třetím osobám stanoveno zákonem nebo pravomocným rozhodnutím soudního orgánu.
3. Povinnost mlčenlivosti ve shora uvedeném rozsahu platí dále ještě dva roky po skončení účinnosti této Dohody, nebude-li v jednotlivém případě dohodnuto Smluvními stranami jinak.
4. Ustanovení § 504 (obchodní tajemství) Občanského zákoníku, nejsou tímto článkem dotčena.

XII. Doba trvání, ukončení Dohody

1. Tato Dohoda se uzavírá na dobu určitou, a to na dobu do 31. 7. 2026
1. Dohodu je možné vypovědět s výpovědní lhůtou 2 měsíce, která počne běžet od prvního dne kalendářního měsíce následujícího po doručení výpovědi druhé smluvní straně.
2. Objednatel má právo odstoupit od této Dohody v případě, že Agentura uvedla v nabídce v zadávacím řízení na Veřejnou zakázku informace nebo doklady, které neodpovídají skutečnosti a měly nebo mohly mít vliv na výsledek zadávacího řízení.
3. V případě odstoupení od Dohody či její výpovědi se Agentura zavazuje předat Objednateli veškerou dokumentaci, týkající se předmětu této Dohody, a to nejpozději



Spolufinancováno Evropskou unií

do 10 pracovních dnů ode dne zániku Dohody, v místě sídla Objednatele, není-li v Rámcové dohodě sjednána kratší lhůta nebo nedohodnou-li se Smluvní strany jinak.

XIII. Zvláštní ustanovení

1. V případě ukončení účinnosti této Dohody zaniká závazek Agentury poskytovat Služby na jejím základě sjednané. Agentura je povinna dokončit plnění, které bylo sjednáno na základě Objednávky učiněné za doby účinnosti Rámcové dohody. Agentura je rovněž povinna upozornit Objednatele na taková opatření, která jsou nezbytná k tomu, aby se zabránilo vzniku škody bezprostředně hrozící Objednateli nepokračováním v poskytování Služeb dle této Dohody.

XIV. Smluvní pokuta

1. V případě prodlení s poskytnutím Služeb či určitého výstupu a plnění dle této Dohody ve stanovené lhůtě má Objednatel právo na uhrazení smluvní pokuty ve výši 0,05% z ceny za službu za každý den prodlení s poskytnutím či dodáním.
2. Smluvní pokuta je splatná na základě faktury vystavené Objednatelům a doručené Agentuře. Faktura musí obsahovat náležitosti dle příslušných právních předpisů a této Dohody a její splatnost je čtrnáct (14) dní ode dne jejího doručení Agentuře.

XV. Ostatní ujednání

1. Agentura výslovně souhlasí se zveřejněním této Dohody včetně jejích dodatků v souladu s povinnostmi Objednatele podle právních předpisů o svobodném přístupu k informacím (zákon č. 106/1999 Sb., o veřejném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů) a ustanovení ZZVZ a zákona č. 340/2015 Sb., zákon o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv). Agentura zároveň prohlašuje, že žádné ustanovení Dohody nepodléhá jeho obchodnímu tajemství a znění Dohody lze v plném rozsahu zveřejnit, což zahrnuje rovněž oprávnění Objednatele uveřejnit způsobem umožňujícím neomezený dálkový přístup v síti internet úplné znění Dohody, včetně veškerých případných dodatků, a to ve formě elektronické kopie originálu Dohody.
2. Agentura je podle ustanovení § 2 písm. e) zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, osobou povinnou spolupůsobit při výkonu finanční kontroly prováděné v souvislosti s úhradou zboží nebo služeb z veřejných výdajů.

XVI. Závěrečná ujednání

1. Právní vztahy touto Dohodou výslovně neupravené se řídí právním řádem České republiky, zejména ustanoveními Občanského zákoníku.
2. V případě, že se k této smlouvě a jejímu uzavření váže zákonná povinnost jejího uveřejnění v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), pak tato Dohoda nabývá účinnosti dnem jejího uveřejnění prostřednictvím registru smluv. Smluvní strany se dohodly, že uveřejnění v registru smluv zajistí Objednatel.
3. Tuto Dohodu lze měnit pouze formou číslovaných dodatků a postupem, který je



Spolufinancováno Evropskou unií

v souladu s ustanoveními ZZVZ týkajících se změn práv a povinností z Dohody.

4. Pokud by bylo jedno z výše uvedených ustanovení zcela nebo zčásti právně neúčinné, zůstává tím nedotčena právní účinnost ostatních ustanovení.
5. V případě sporu na vzniknuvšího na základě této Dohody se Smluvní strany dohodly spory řešit primárně smírnou cestou. Pakliže nebude spor možné řešit smírnou cestou, bude řešen před místně a věcně příslušným soudem dle platných a účinných právních předpisů.
6. Agentura v souladu s § 1765 odst. 2 Občanského zákoníku převzala nebezpečí změny okolností a strany dohody výslovně vylučují použití § 1765 a 1767 Občanského zákoníku.
7. Smluvní strany si Dohodu přečetly, s jejím obsahem souhlasí, Dohoda vyjadřuje pravou, svobodnou a vážnou vůli Smluvních stran a na důkaz toho k ní Smluvní strany připojují svůj podpis.
8. Tato Dohoda je vyhotovena a stranami podepsána ve 2 stejnopisech, z nichž každá ze stran obdrží po 1 stejnopisu. Je-li Dohoda podepsána elektronicky, pak je podepsána v jednom (1) originále pomocí uznávaných elektronických podpisů osob oprávněných jednat za smluvní strany.

Příloha č. 1: Technická specifikace

Příloha č. 2: Cena předmětu plnění

Ústav zdravotnických informací a statistiky

České republiky

prof. RNDr. Ladislav Dušek, Ph.D. ředitel

MEDIA AGE s.r.o.



Technická specifikace

Komunikační kampaň pilotního projektu Časný záchyt hyperaktivního močového měchýře, CZ.03.02.02/00/22_005/0002019

I. ÚVODNÍ INFORMACE

Hyperaktivní močový měchýř (overactive bladder, dále jen OAB) řadíme mezi nejčastější zdravotní problémy dospělé populace (15–20% prevalence), přičemž pouze necelá polovina postižených vyhledá odbornou zdravotnickou pomoc (Hořčíčka, Topinková, 2018). Onemocnění OAB se projevuje nutkavým nucením na toaletu, nykturií (noční nucení na močení), příp. inkontinencí. Pacienti s OAB se obávají jezdit dopravními prostředky na větší vzdálenosti, cestovat do míst, která jsou jim neznámá a po příjezdu na nové místo nejdříve vyhledávají toalety („toilet mapping“). Svůj denní plán podřizují „močovému měchýři“, izolují se ze společenského života a omezují sportovní aktivity. Je-li přítomna i urgentní inkontinence, pacienti mají obavy z úniku moči a vzniku nepříjemného zápachu, cítí se nečistí. Pacienti považují svůj stav za „normální“, případně se o něm zdráhají hovořit a pomoc vyhledávají až v momentě, kdy se projevy stávají nesnesitelnými. Neléčený syndrom OAB může pacientům způsobovat závažné psychické obtíže, které mohou vygradovat až v depresi, úzkosti a sociální izolaci s dalšími negativními dopady s nimi spojenými. Často má vliv na pracovní výkon a je spojen s celkovým vyhořením a frustrací. Je popisován i snížený zájem o práci, vyšší absence a nezaměstnanost. Omezením aktivit dochází ke snížení fyzické aktivity a tím je zvýšeno riziko rozvoje dalších chronických onemocnění (diabetes, ICHS, obezita). Pacienti s OAB mají dvakrát vyšší riziko pádu a vyšší riziko infekcí močových cest než běžná populace.

Pilotní projekt Časný záchyt hyperaktivního močového měchýře a eliminace negativního dopadu na kvalitu života (dále jen „Projekt“) je financován z prostředků Operačního programu Zaměstnanost plus (OPZ+).

Cílem projektu je zvýšení povědomí o problematice OAB mezi laickou i odbornou veřejností a časný záchyt OAB. Pacienti s tímto onemocněním budou nasměrováni na odbornou specializovanou pomoc. Výstupem budou jednotně nastavené parametry diagnostiky s využitím moderních telemedicínských nástrojů pro screening OAB.

Úkolem komunikační kampaně pilotního projektu bude oslovení dospělé populace v ČR skrze dostupné komunikační kanály, představení a destigmatizování problematiky OAB a taky destigmatizování léčby OAB v souladu s EBM (vyvrácení mýtů). Dále oslovení potenciálních osob s tímto problémem či jejich blízkých a nasměrování na webovou platformu k samotestování a motivování k následné návštěvě specialisty. Navržená komunikační strategie by měla vycházet z principů a dosavadní komunikace NSC a výstupy komunikační strategie musí podléhat autorizaci ze strany odborných garantů NSC.

II. CÍLOVÁ SKUPINA

- Primární CS: všechny ženy a muži starší 18 let žijící v České republice
- Sekundární CS: rodinní příslušníci a blízcí Primární cílové skupiny; široká veřejnost
- Terciární CS: ženy starší 50 let

III. CÍL KAMPANĚ

Cílem kampaně je:

- kreativním způsobem informovat cílové skupiny o probíhajícím pilotním projektu a jeho benefitech
- motivovat Primární CS k tomu, aby identifikovala obtíže OAB a zapojila se do pilotu – call to action
- prohloubit a propagovat osvětu o diagnóze OAB, projevech, jednoduché diagnostice a dopadech na každodenní život obecně na lay public – prevence, moderní diagnostika, příznaky, léčba a její pokroky



IV. ORIENTAČNÍ HARMONOGRAM KAMPANĚ

- KVĚTEN – ČERVEN 2024: vyhlášení výběrového řízení, zadání + debrief, příjem prezentací v elektronické podobě
- ČERVEN – ČERVENEC 2024: vyhodnocení nabídek, uzavření výběrového řízení, vyhlášení vítězné agentury
- ČERVENEC – SRPEN 2024: kick-off, přípravné fáze, tvorba materiálů, nastavení komunikačních nástrojů
- SRPEN 2024 – BŘEZEN 2026: realizace kampaně
- ČERVENEC 2026 (a průběžně po dobu trvání kampaně) – vyhodnocení kampaně
- **DÉLKA KAMPANĚ: 20 měsíců**

Plnění bude vybraným dodavatelem zahájeno bezprostředně po nabytí účinnosti smlouvy, která nastává dnem zveřejnění v registru smluv vedeném Ministerstvem vnitra v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů.

IV. ROZPOČET KAMPANĚ

Celkový rozpočet činí **1 900 000 korun** (včetně DPH). Předpokládaná hodnota je stanovena jako maximální, nesmí být překročena a zahrnuje veškeré náklady nutné k realizaci předmětu plnění. Pokud účastník zadávacího řízení uvede částku vyšší než 1 900 000 Kč vč. DPH, bude to považováno za nesplnění zadávacích podmínek ve smyslu ust. § 48 odst. 2 písm. a) zákona.

V. ZAPOJENÍ DO VÝBĚROVÉHO ŘÍZENÍ – CO MUSÍ AGENTURA PŘEDLOŽIT

- Představení agentury a týmu, který se bude na realizaci podílet
- Návrh kreativního konceptu kampaně vč. názvu, návrh komunikačních nástrojů
- Konkrétní ukázka příspěvku na Facebooku (formát, obsah, cílová skupina dle vlastního zvážení)
- Návrh reportingu a specifikace analytických nástrojů, které bude agentura používat (např. Newton, Mediaboard, Google Analytics, Hotjar ad.)
- Harmonogram realizace
- Rozpočet – detailní rozpad rozpočtu dle sekcí uvedených v části VI. a předložených v příloze č. 1

VI. SPECIFIKACE PLNĚNÍ VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

Mediatyp	Formát	Hodnotící kritérium	Podmínky
TV	Speciální operace	Cena za realizaci	vysílání reportáže/účast v pořadu o stopáži min 120 s na stanici s minimálním podílem sledovanosti 10 %. (ATO roční data 2023, 15+)
Online	Zřízení sociálních sítí (Facebook, Instagram)	cena za dosažení 1000 sledujících/odběratelů	včetně grafického vizuálu (úvodní fotografie, profilová fotografie) a dodržování vizuálního stylu (infografiky, postery)
	příspěvky na sociálních sítích	cena za 1 příspěvek	kontinuální přispívání na sociální síť min. 3x týdně, aktivní interakce s odběrateli
	online bannery s velikostí minimálně 60 000 px	cena za 1 000 zobrazení	umístění na zpravodalském portálu s minimálně 1 mil. RU celého webu (Netmonitor, leden 2024). Zadavatel nepřipouští využití obsahových sítí Google



Spolufinancováno Evropskou unií

			display network, Seznam SKLIK apod. a programatického nákupu). Zadavatel vyžaduje potvrzení poskytovatelů o realizaci přímého nákupu a nezávislý audit měření.
	nativní reklama	cena za 1 000 zobrazení	
	PR články	cena za přípravu a umístění článku	umístění na zpravodajském portálu s minimálně 1 mil. RU (Netmonitor, leden 2024).
	výkonnostní reklama	cena za proklik (obsahuje i personální náklady na správu kampaně)	různé formáty
	sociální síť	cena za proklik (obsahuje i personální náklady na správu kampaně)	různé formáty
	speciální operace	cena za realizaci	tvorba tematické microsite publikované na zpravodajském portálu s reklamní podporou návštěvnosti a garancí min. 50.000 návštěv s alespoň 3 miliony RU (Netmonitor, duben 2022)
		cena za realizaci	tematická sekce s 15 články + 30 000 000 impresí na portálu s alespoň 3 miliony RU (Netmonitor, květen 2022)
Tisk	PR článek, celostrana uvnitř vydání, CMYK v titulech pro širokou veřejnost	cena za přípravu a umístění článku (tiskové zprávy)	Článek v celostátním tištěném deníku s průměrným tištěným nákladem alespoň 150 000 výtisků (ABC ČR duben 2022) o rozsahu 16/1
	speciální operace	cena za realizaci	Článek v celostátním tištěném deníku s průměrným tištěným nákladem alespoň 150 000 výtisků (ABC ČR duben 2022) o rozsahu 16/1
		cena za realizaci	Rozhovor s odborníkem/pacientem na dané téma v tištěném médiu alespoň 60 000 výtisků (ABC ČR duben 2022)
Outdoor	CLV	cena za realizaci, včetně tisku plakátu	rozměr minimálně 1m2, umístění ploch ve městech nad 5 000 obyvatel v/na obchodních místech/MHD. Minimální výše jednotlivé objednávky 100 ploch.
	Obrazovky	cena za vysílání 100 000 spotů	obrazovky v čekárnách lékařů / v obchodních centrech
	tisková konference	cena za přípravu tiskové konference	příprava tiskové zprávy, organizace TK na místě, spolupráce s médii (bez pronájmu a kateringů)



Spolufinancováno Evropskou unií

Rozhlas	30" spot	cena realizaci vč. Přípravy spotu	síť regionálních rádií s poslechovostí včera min. 700tis. (Radioprojekt 4.čtvrtletí 2023),
	speciální operace	cena za realizaci	síť regionálních rádií s poslechovostí včera min. 700tis. (Radioprojekt 4.čtvrtletí 2023), rozhovor, reportáž, min. 60 s
		cena za realizaci	stanice s poslechovostí včera min. 50tis. (Radioprojekt 4.čtvrtletí 2023) rozhovor, reportáž, min. 60 s
Příprava strategie	analýza cílových skupin a nejvhodnějších komunikačních kanálů	cena za definici osoby	popis cílových skupin vč. jejich velikosti a nejpožívanějších komunikačních kanálů
	harmonogram kampaně	cena za vytvořený časový a obsahový harmonogram kampaně	obsahuje konkrétní aktivity s cenami vč. DPH, časový harmonogram, předpokládaný kreativní koncept v souladu s vizuální a komunikační identitou zadavatele, předpokládaný zásah
Vizuální identita	grafický vizuál	cena za grafický vizuál ke kampani	příprava loga (znak + text), barevná paleta doplňkových barev k užití na webu a printových materiálech, šablona k infografice, šablona k posteru – vizuální identita v souladu s identitou zadavatele
	edukační video	cena za 60s spot (hraný či animovaný)	návrh scénáře + samotná realizace edukačního spotu k publikování na soc. sítích a webu
Hodnocení kampaně	Reporting	Cena za report dosahu kampaně	pravidelný reporting 1x měsíčně, obsahuje monitoring médií, zásah uskutečněných aktivit



Příloha č. 2 Cena předmětu plnění

Mediatyp	Cena za realizaci v Kč bez DPH (vyplní účastník VZ)	Formát
TV		speciální operace
online		zřízení sociálních sítí (Facebook, Instagram)
		příspěvky na sociálních sítích
		online banner s velikostí minimálně 60 000 px
		nativní reklama
		PR články
		výkonnostní reklama
		sociální sítě
		speciální operace
Tisk		PR článek, celostrana uvnitř vydání, CMYK v titulech pro širokou veřejnost
		speciální operace
		CLV
outdoor		Obrázovky
		tisková konference
Rozhlas		30" spot
		speciální operace
celkem		
Aktivita		Formát
příprava strategie		analýza cílových skupin a nejvhodnějších komunikačních kanálů
vizuální identita		harmonogram kampaně
		grafický vizuál
		edukační video
hodnocení kampaně		reporting
celkem		

Celková cena v Kč bez DPH

1 338 349 Kč