

RÁMCOVÁ OBJEDNÁVKA č. 4600002892

Kupující: Všeobecná zdravotní pojišťovna České republiky,

se sídlem: Orlická 4/2020, 130 00 Praha 3

Jejíž jménem jedná: ředitel VZP ČR Ing. Zdeněk Kabátek

K podpisu této objednávky je pověřen: Ing. Zdeněk Kabátek, ředitel VZP ČR

IČ: 41197518

DIČ: CZ41197518

bankovní spojení: ČNB, Na Příkopě 28, 115 03 Praha 1

č. účtu: 1110205001/0710

Prodávající: REMMARK, a.s.

se sídlem: KŘEMENCOVA 178/10 , 110 00 PRAHA 1 - NOVÉ MĚSTO

IČ: 25652869

DIČ: CZ25652869

bankovní spojení: Komerční banka, a.s. , Na Příkopě 33 čp. 969 , 114 07 Praha

č. účtu: 000027-9638590207/0100

zapsaná v OR:

vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 5258

Dne 4.3.2025 VZP ČR závazně u REMMARK a.s. objednává služby dle Rámcové smlouvy č. 003/OMKK/2024 (ID2300500) a to dle přiloženého media plánu, který je součástí této objednávky.

Předmětem objednávky jsou služby uvedené v čl. I, odst. 1., písm. a)-d) a i)-j) a f) g) h) rámcové smlouvy č. 003/OMKK/2024 (ID2300500).

Požadovaný časový rozsah poskytování služby je od 10. 3. 2025 do 31. 3.2025. Uvedená data jsou daty požadovaného zahájení i ukončení poskytované služby.

Objednávka je společností REMMARK, a.s. akceptována. Obě smluvní strany se řídí ustanoveními, která obsahuje Rámcová smlouva.

Výše uvedený subjekt prohlašuje ve vztahu k § 4 b) zákona č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění zákona č. 14/2017 Sb., že není obchodní společností, ve které veřejný funkcionář uvedený v § 2 odst. 1 písm. c) nebo jím ovládaná osoba vlastní podíl představující alespoň 25 % účasti společníka v obchodní společnosti.

Pol.	Název výrobku Číslo materiálu	Množství	Cena za jedn vč. DPH	Cena celkem vč. DPH
00010	Nákup mediálního prostoru_radio,online,t	1 JV	9.921.053,63	9.921.053,63

Objednávka č. 4600002892

mezi: **Všeobecnou zdravotní pojišťovnou České republiky,**

se sídlem: Orlická 4/2020, 130 00 Praha 3

IČ: 41197518

REMMARK, a.s.

se sídlem: KŘEMENCOVA 178/10, 110 00 PRAHA 1 - NOVÉ MĚSTO

IČ: 25652869 ("dále jen prodávající")

Celková kupní cena vč. DPH:				9.921.053,63 CZK
Rozpis DPH:	základ daně	sazba DPH	částka DPH	celkem s DPH
	8.199.217,88	21,00 %	1.721.835,75	9.921.053,63
Místo plnění:	VZP ČR, Ústředí, Orlická 4/2020, 130 00 Praha 3			
Kontaktní osoba VZP:	[REDACTED], tel.: 731 546 886			
Datum plnění:	30.04.2025			
Záruční doba v měsících:				
Platební podmínka:	30 dnů od data doručení faktury do VZP ČR			

Prodávající je povinen uvádět číslo této objednávky na daňových dokladech a na dodacích listech.

V Prague 4.3.2025
[REDACTED]
Ing. Zdeněk Ka [REDACTED] ZP ČR

Mediální brief

Název projektu / kampaně:	Akviziční kampaň – březen 2025
Vlastník projektu / kontaktní osoba:	VZP ČR / [REDACTED]
Start kampaně:	od 10.3. 2025
Datum zadání:	26. 2. 2025

Pozadí kampaně, výchozí situace, situace na trhu:	V březnu plánujeme akviziční kampaň, která bude odkazovat na www.vzp.cz/pojdteknam . Kampaň bude poukazovat na výhody, příspěvky a služby, které mohou pojištěnci VZP využít a zároveň motivovat potenciální pojištěnce k přeregistraci.
Cíl kampaně:	• posílení image VZP ČR • zvýší informovanost o příspěvcích, službách a výhodách VZP ČR • motivace k přeregistraci k VZP ČR • retence stávajících klientů
Hlavní sdělení:	Přejděte k nám do 31. 3. 2025.
Sekundární sdělení:	Registrujte se jednoduše online, nebo se stavte u nás.
Cílová skupina/skupiny:	široká veřejnost 18-60 let
Rozpočet kampaně:	Max. 8 200 000 bez DPH Návrh rozložení rozpočtu mezi jednotlivé mediatypy dle návrhu agentury pro optimalizovaný zásah cílové skupiny, časování kampaně a co nejvyšší efektivitu vložených prostředků z pohledu mediálního zásahu.
Plánovaný rozsah kampaně (upřesnění umístění, formáty atp.):	• Online Branding, bannery – dle návrhu agentury pro optimalizovaný zásah cílové skupiny a co nejvyšší efektivitu vložených prostředků z pohledu mediálního zásahu.

	• Tisk Zastoupení nejčtenějších titulů dle čtenosti a prodaného nákladu. Rovnoměrné zastoupení všech největších vydavatelů odpovídající jejich postavení na trhu (čtenosti) – dle návrhu agentury pro optimalizovaný zásah cílové skupiny a co nejvyšší efektivitu vložených prostředků z pohledu mediálního zásahu. • Rádio Krátký spot (20") vyzdvihující výhody VZP a končící možnost přeregistrace k VZP na sledovaných radiových stanicích. • Sociální sítě Nákup dosahu příspěvků motivujících k přeregistraci a vyzdvihující výhody VZP.
Plánovaný mediamix:	• Online • Print • Sociální sítě • Rádio • OOH (velkoplošné digitální obrazovky, CLV, bigboardy),
Požadovaný výstup:	Návrh mediaplánu po mediatypech včetně analýzy zásahu a nákladu (v XLS vč. vzorců) - doporučení nejefektivnějšího mixu titulů – dle specifikace ve Smlouvě. Před fakturací (s akceptačním protokolem) je nutné zdokumentovat proběhlé plnění elektronicky – potvrzení médií/dodavatelů o odvysílání spotech, screenshot každé pozice a statistikami (post-buy analýza), ke každé inzerci scan titulní strany titulu a scan stránky s inzercí, obě strany vždy v jednom souboru.
První návrh mediaplánu:	do 28.2.2025
Finální odsouhlasení mediaplánu:	3.3.2025

Mediální plán dle specifikace ve Smlouvě

období kampaně 10. 3. - 31. 3. 2025

Cílová skupina 18-60 let

Mediatyp	Kč bez DPH	Podíl	TRP	Reach 1+	Reach 3+
online	4 215 000,00 Kč	51,4%		37 700 000 impresí	
sociální sítě	280 000,00 Kč			2 000 000 impresí, 9 000 prokliků, 300 000 zhlédnutí videa	
tisk	1 357 457,88 Kč	16,6%	96,02	25,70%	5,00%
tisk bez výzkumu	354 760,00 Kč	4,3%		3 inzeráty	
rozhlas	1 992 000,00 Kč	24,3%	830,00	47,50%	41,70%
Celkem	8 199 217,88 Kč	100,0%			

za VZP ČR

za Remmark

4.3.2025