

RÁMCOVÁ OBJEDNÁVKA č. 4600002943

Kupující: Všeobecná zdravotní pojišťovna České republiky,
se sídlem: Orlická 4/2020, 130 00 Praha 3
Jejímž 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 26. 5. 2025 VZP ČR závazně u REMMARK a.s. objednává služby dle Rámcové smlouvy
č. 003/OMKK/2024 (ID 2300500) 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 e) - h) rámcové smlouvy
č. 003/OMKK/2024 (ID 2300500).

Požadovaný časový rozsah poskytování služby je od 1. 6. 2025 do 2. 7. 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 med. prostoru - kampaň screeningy	1 JV	6.049.988,17	6.049.988,17

Objednávka č. 4600002943

mezi: Všeobecnou zdravotní pojišťovnou České republiky,

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

IČ: 41197518

REMARK, a.s.

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

IČ: 25652869 ("dále jen prodávající")

Celková kupní cena vč. DPH:		6.049.988,17 CZK		
Rozpis DPH:	základ daně	sazba DPH	částka DPH	celkem s DPH
	4.999.990,22	21,00 %	1.049.997,95	6.049.988,17
Místo plnění:	VZP ČR, Ústředí, Orlická 4/2020, 130 00 Praha 3			
Kontaktní osoba VZP:	[REDACTED], tel.: + [REDACTED]			
Datum plnění:	31.07.2025			
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 [REDACTED] dne [REDACTED]

Ing. Zdeněk Kabátek, ředitel VZP ČR

Mediální plán dle specifikace ve Smlouvě

Období kampaně: 1. 6. - 2. 7. 2025
Cílová skupina 18-60 let

Mediatyp	Kč bez DPH	Podíl	TRP	Reach 1+	Reach 3+
TV	2 213 400,00 Kč	44,3%	140 TRP		
online	1 056 000,00 Kč	21,1%	10 000 000 impresí		
sociální sítě	122 900,00 Kč	2,5%	2 000 000 impresí, 5 290 prokliků		
tisk	742 770,22 Kč	14,9%	53,35	25,70%	5,00%
tisk bez výzkumu	570 920,00 Kč	11,4%	3 inzeráty		
rozhlas	294 000,00 Kč	5,9%	98,00	29,50%	6,00%
Celkem	4 999 990,22 Kč	100,0%			

[Redacted]

za VZP ČR /



za Remmark

Mediální brief

Název projektu / kampaně:	Kampaň na podporu screeningových programů – červen 2025
Vlastník projektu / kontaktní osoba:	VZP ČR / [REDACTED]
Start kampaně:	1.6.2025
Datum zadání:	15.5.2025

Pozadí kampaně, výchozí situace, situace na trhu:	V souladu se strategií VZP ČR je cílem podpora prevence realizací kampaně na podporu preventivních screeningových programů organizovaných v ČR (viz: https://www.nzip.cz/clanek/310-screeningove-programy): • Screening karcinomu prsu • Screening karcinomu děložního hrdla • Screening karcinomu tlustého střeva a konečníku (kolorektální karcinom) • Screening karcinomu prostaty Start kampaně je plánován od 1. 6. 2025 s rovnoměrným rozptřením s následným možným opakováním v podzimní kampani. Plánovaný mediamix kampaně: • online • OOH • Print • Rádio – jeden klip • TV – jeden klip • sociální síť
Cíl kampaně:	• zdůraznění významu prevence pro udržení zdravotního systému ČR • edukace méně vzdělané části české populace ohledně screeningů • význam prevence a preventivních programů pro každého klienta • posílení image VZP ČR jako opory českého zdravotnictví

Hlavní sdělení:	Lepší jít teď na screening, než později na internet.
Sekundární sdělení:	Prevence se vyplatí.
Cílová skupina/skupiny:	široká veřejnost 18-60 let, zaměření na méně edukované části populace v oblasti prevence a zdravého životního stylu.
Rozpočet kampaně:	Max. 5 000 000 Kč bez DPH, 6 050 000 Kč s 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 Spot (30") Celoplošná kampaň - požadované rozhlasové sítě/stanice RadioHouse Total / MMS MediaClub • TV Spot (15") - mix - ČT, Nova Group, Prima Group, Seznam TV) – dle návrhu agentury pro optimalizovaný zásah cílové skupiny a co nejvyšší efektivitu vložených prostředků z pohledu mediálního zásahu.

	• Sociální sítě Nákup dosahu příspěvků motivujících k prevenci.
Plánovaný mediamix:	• Online • Print • Sociální sítě • Rádio • TV • OOH (velkoplošné digitální obrazovky, CLV, bigboardy, billboardy)
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 21.5.2025
Finální odsouhlasení mediaplánu:	27.5.2025

Monika
Oberm
ajerová

Digitálně
 podepsal
 Monika
 Obermajerová
 Datum:
 2025.05.29
 14:40:25 +02'00'