



Číslo objednávky uveďte laskavě  
na dodacím listu a faktuře

Telefon: [REDACTED]

Vyřizuje: [REDACTED]

IČO: 660 02 222

Bankovní spojení:

ČNB Praha 1

Účet č.: 629001/0710

Dodavatel: **A ADVERTISING COMMUNICATION, s.r.o**  
**Mostecká 55/3**  
118 00 Praha 1  
IČO: 21528772  
DIČ: CZ21528772

**Objednáváme:**

Na základě Vámi zasláné Nabídky č. 1 objednáme u Vás analyticko-strategické služby, kreativně-produkční plnění, testování a licenční práva pro přípravu dílčích kampaní Podívejte se, Před a po 2026, Podpora eventů značky Kde fondy EU pomáhají a pro kampaň Finanční nástroje v souladu s přílohou číslo 1 (Nabídka\_vyzva\_1) a přílohou číslo 2 (Cenový list).

Počty jednotek cenového listu tvoří maximální nepřekročitelné hodnoty. Fakturace bude realizována na základě Dodavatelem předložených a Objednatelem akceptovaných výkazů práce (personální část). V produkční části pak na základě v rámci spolupráce zpřesněných počtů a Objednatelem akceptovaných výstupů a služeb.

**Celková cena zakázky nepřesáhne: 5 748 496,40 Kč bez DPH, 6 955 680,64 Kč s DPH.**

Samostatná příloha č. 1 – Nabídka\_vyzva\_1

Samostatná příloha č. 2 – Cenový list

Rozpočtové položky:

366100/5169/109/56 -SR; 366100/5169/110/56 - EU

SMVS: 117V661000009

V Praze dne dle data v elektronickém podpisu

Digitálně podepsal:

[REDACTED]

Za zadavatele: I [REDACTED]

Za útvar věcného gestora plnění: I [REDACTED]

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

[REDACTED]

**Poznámka k fakturaci:**

Fakturu zasílejte na MMR ČR, Odbor projektového řízení, Staroměstské náměstí 6, 110 00 Praha 1 nebo na e-mail [REDACTED] **Doba splatnosti činí 30 dní.**

Na faktuře prosím uvádějte: **Hrazeno z OPTP 2021–2027, projekt “Informační kampaně fondů EU Registrační číslo: CZ.07.01.01/00/22\_002/0000100“.**

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.

**NOVÁ KOMUNIKAČNÍ  
STRATEGIE EU FONDŮ  
V ČESKÉ REPUBLICĚ  
2025+**

**NABÍDKA NA VÝZVU Č.1,  
16.12.2025**



## **OBSAH NABÍDKY**

V rámci naší nabídky na výzvu č 1 k rámcové dohodě na zajištění kreativních řešení a výroby informačních kampaní v oblasti fondů EU 2 předkládáme následující:

- A. Souhrnný dokument s popisem nabízených prací
- B. Cenový list zakázky

## **A. POPIS NABÍZENÝCH PRACÍ – PERSONÁLNÍ ČÁST**

Konzultace a plánování v otázkách strategického rozvoje značky “Kde fondy EU pomáhají” v roce 2026 navazující na předloženou nabídku a Objednatelem poskytnuté podklady:

Zhodnocení výchozího stavu  
Analýza prostředí a vlivů  
Analýza cílových skupin

## A. POPIS NABÍZENÝCH PRACÍ – PERSONÁLNÍ ČÁST

Rozpracování komunikačního konceptu a zapracování vizuálního symbolu PINU pro dílčí kampaně Kde fondy EU pomáhají 2026 zaměřené na širokou veřejnost:

„Podívejte se“

„Před a po“

„Podpora eventů“

„Spolupráce s Deníkem“

„Product placement na vybrané TV stanici/e“

„Grafická úprava šablon (statických i dynamických, pro video) pro SOME „Kde EU fondy pomáhají“

„Návrh prvků“ z centrální kampaně do interních tiskovin, bedekrů apod

## A. POPIS NABÍZENÝCH PRACÍ – PERSONÁLNÍ ČÁST

Vypracování návrhu na využití finančního rozpočtu pro nákup médií výše uvedených kampaní s rozpadem na rozpočet jednotlivých mediatypů a návrh technických specifikací pro nákup mediálního prostoru (vlastní nákup mediálního prostoru bude proveden Objednatelem a není součástí této veřejné zakázky), který bude zohledňovat a zahrnovat:

Aktuální analýzy mediálního trhu.

Návrh mediální strategie a plánu pro optimalizaci zásahu kampaní.

Návrh mediálního nákupu jednotlivých komunikačních kanálů (TV, OOH, TISK, RÁDIO, ONLINE, SOME) – vytvoření detailních plánů na základě strategie včetně propočtů zásahu cílové skupiny.

Optimalizace mediální formátů a plánů kampaní včetně dílčího vyhodnocení mediálních nabídek a nákupu mediálního prostoru třetích stran (dalších dodavatelů Objednatele).

Návrh mediálních projektů na podporu strategie a realizace výše uvedených kampaní.

Realizace průběžného hodnocení kampaní, post-buy analýz a vyhodnocení komunikace jednotlivých kampaní.

Ostatní služby spojené s realizací zakázky, jako je každodenní správa projektu, komunikace s klientem a konzultace v rámci kvantitativního a kvalitativního vyhodnocování efektivity a účelnosti kampaní.

Konzultace a media plánování pro kampaň „Finanční nástroje“ zaměřenou na odbornou veřejnost a žadatele o dotace.

## A. POPIS NABÍZENÝCH PRACÍ – KREATIVNÍ A PRODUKČNÍ ČÁST

Kreativní návrh a dodání produkčního řešení informačních kampaní v následujícím rozsahu:

„Podívejte se“ 1 x TV spot 30s, 1 x sponzorský vzkaz 10s, 1 x klíčový vizuál, 1 x návrh tiskových inzerátů, 1 x návrh OOH řešení kampaně, 1 x návrh krátkého videa pre-rollu 10s, 1 x návrh kampaňového videa 60s, 1x návrh digitálních bannerů a bannerů pro SOME , 1 x návrh kampaňové microsite.

„Před a po“ 1 x návrh klíčového vizuálu, 1 x řešení OOH (CLV) a až 40 variant provedení, 1x řešení polepu MHD – malý polep a až 40 variant provedení, 1x řešení OOH (hypercube) a až 14 variant provedení), 1x návrh digitálních bannerů a až 40 variant provedení a SOME této kampaně a max. 40 variant provedení, kontextová (nativní) reklama – 1x

Návrh bannerů pro využití v online reklamě (například pro využití ve formě product placement či injektáží) 1x sada provedení pro daný formát a až 40 variant plnění)

„Podpora eventů“ Návrh řešení vizuální úpravy stanu a návrh implementace prvků hlavní kampaně (Piny) do konceptu eventů objednatele v roce 2026 (min. 1x potisk stanu)

Návrh ambientních OOH formátů – návrh 3D OOH reklama (1x)

„Kampaň Finanční nástroje“ Návrh klíčového vizuálu a digitálních bannerů pro online využití (1x) a bannerů pro sociální sítě (1x) a pro každý až 4 variantní řešení

## **A. POPIS NABÍZENÝCH PRACÍ – KREATIVNÍ ŘEŠENÍ A VIZUÁLNÍ PRVKY K ROZPRACOVÁNÍ**

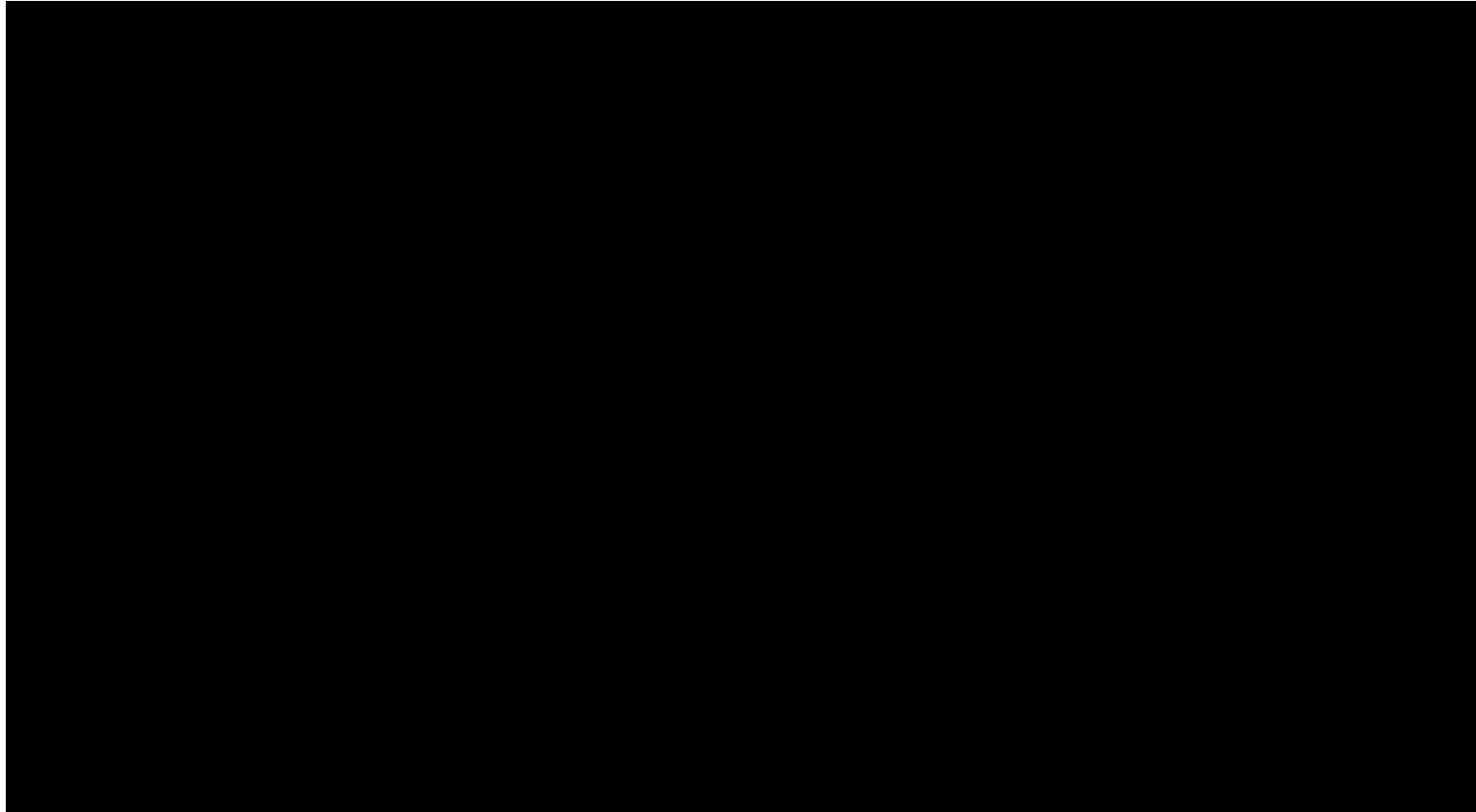
Agentura bude při rozpracování tohoto projektu vycházet z následujících kreativních a vizuálních prvků předložených agenturou v rámci výběrového řízení a z podkladů poskytnutých zadavatelem (vizuální prvky kampaně EU fondů v letech 2024/2025).

## NÁVRH KLÍČOVÉHO CLAIMU

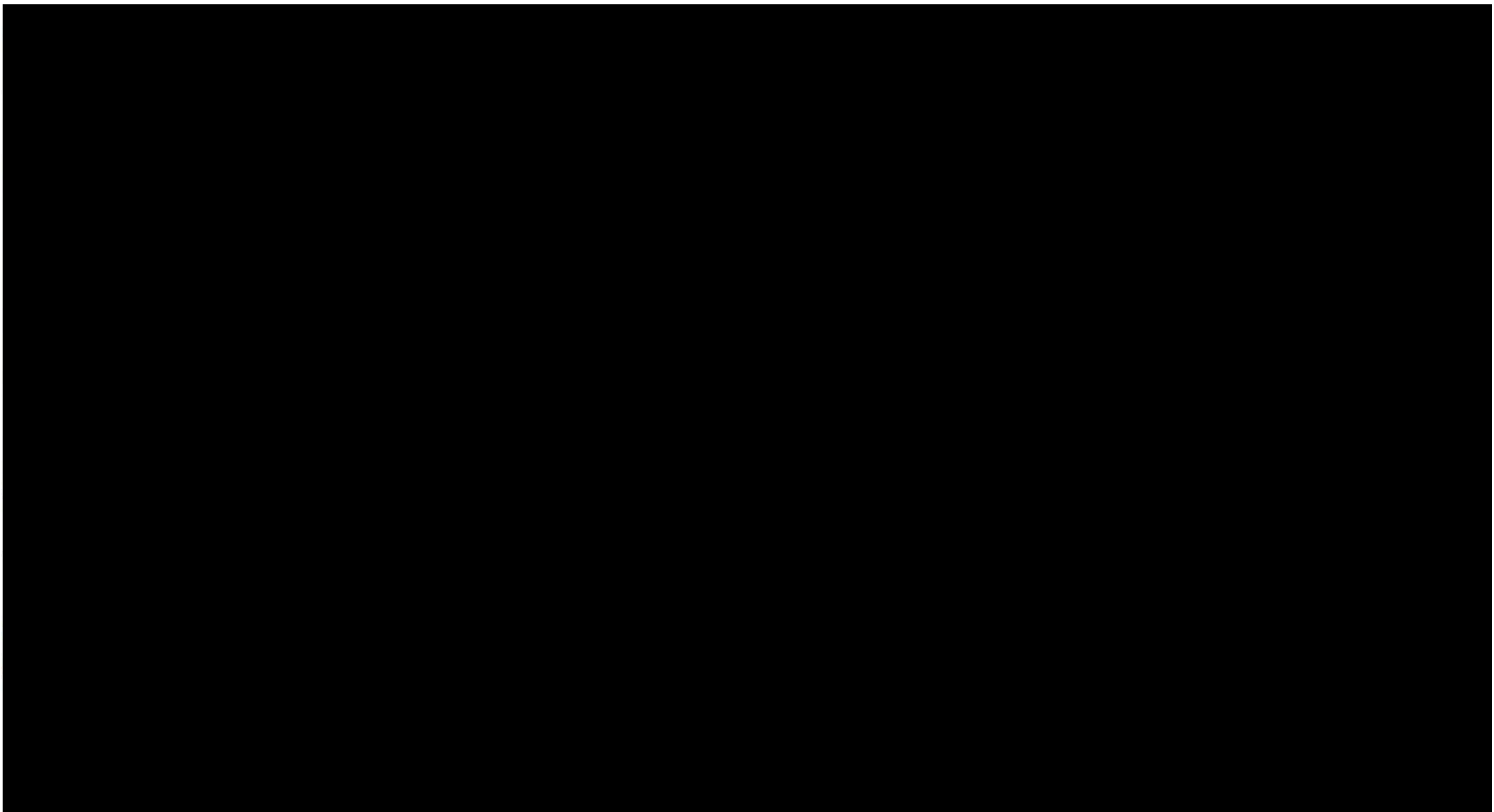
podívejte se  
kde **fondyEU** **pomáhají**.cz

Vzhledem k dlouhému, několikaslovnému brandingů v podobě webové adresy se jako ideální řešení nabízí ji doplnit o sloveso vyzývající k akci. Takto postavený claim pak navíc potvrzuje základní poselství kampaně: ty peníze nikdo nikam

nezašantročil, můžete se sami přesvědčit na vlastní oči, co se za ně vybudovalo!



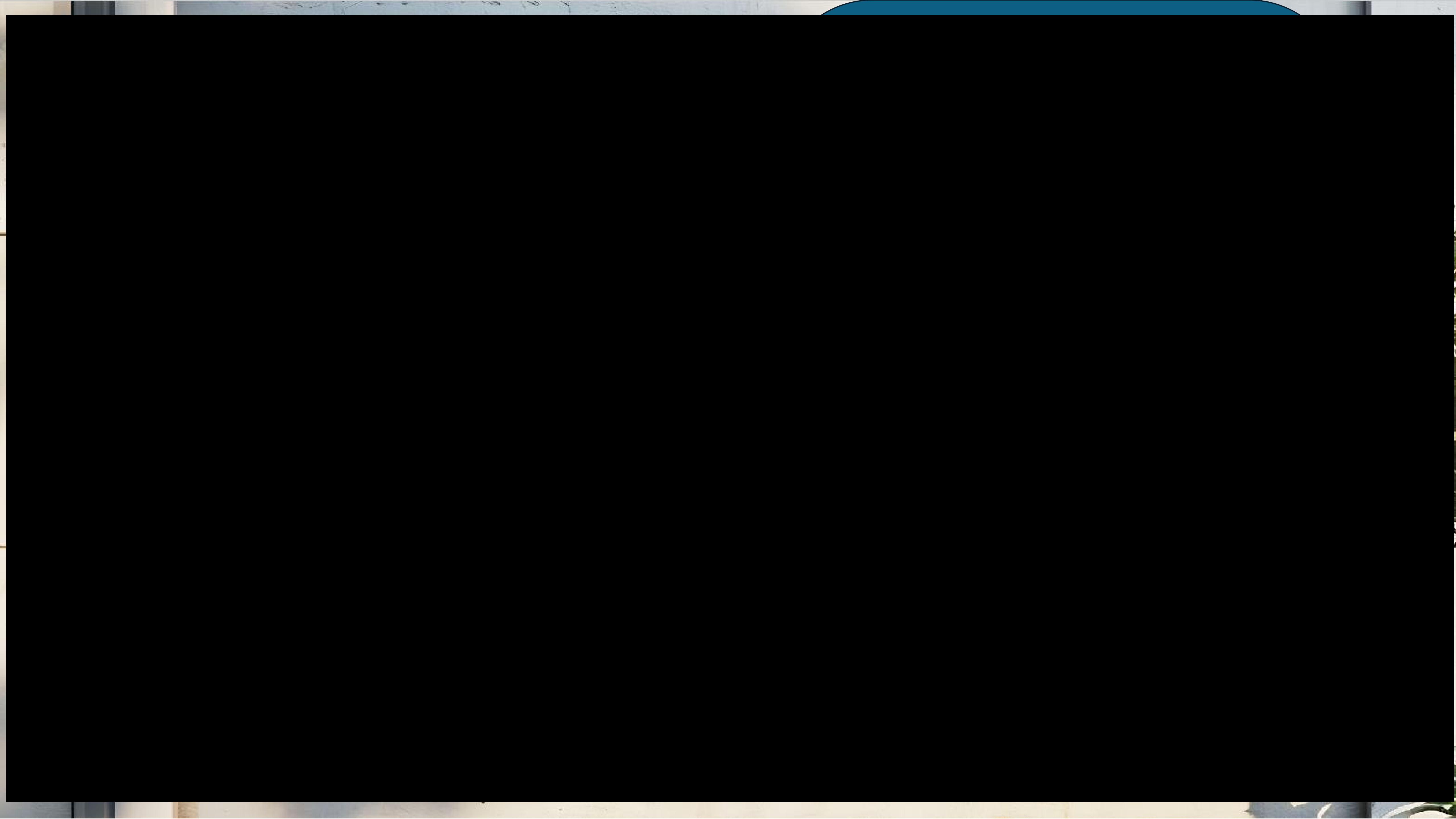
Moderátor přistoupí k mapě a povytáhne jeden z pinů ...

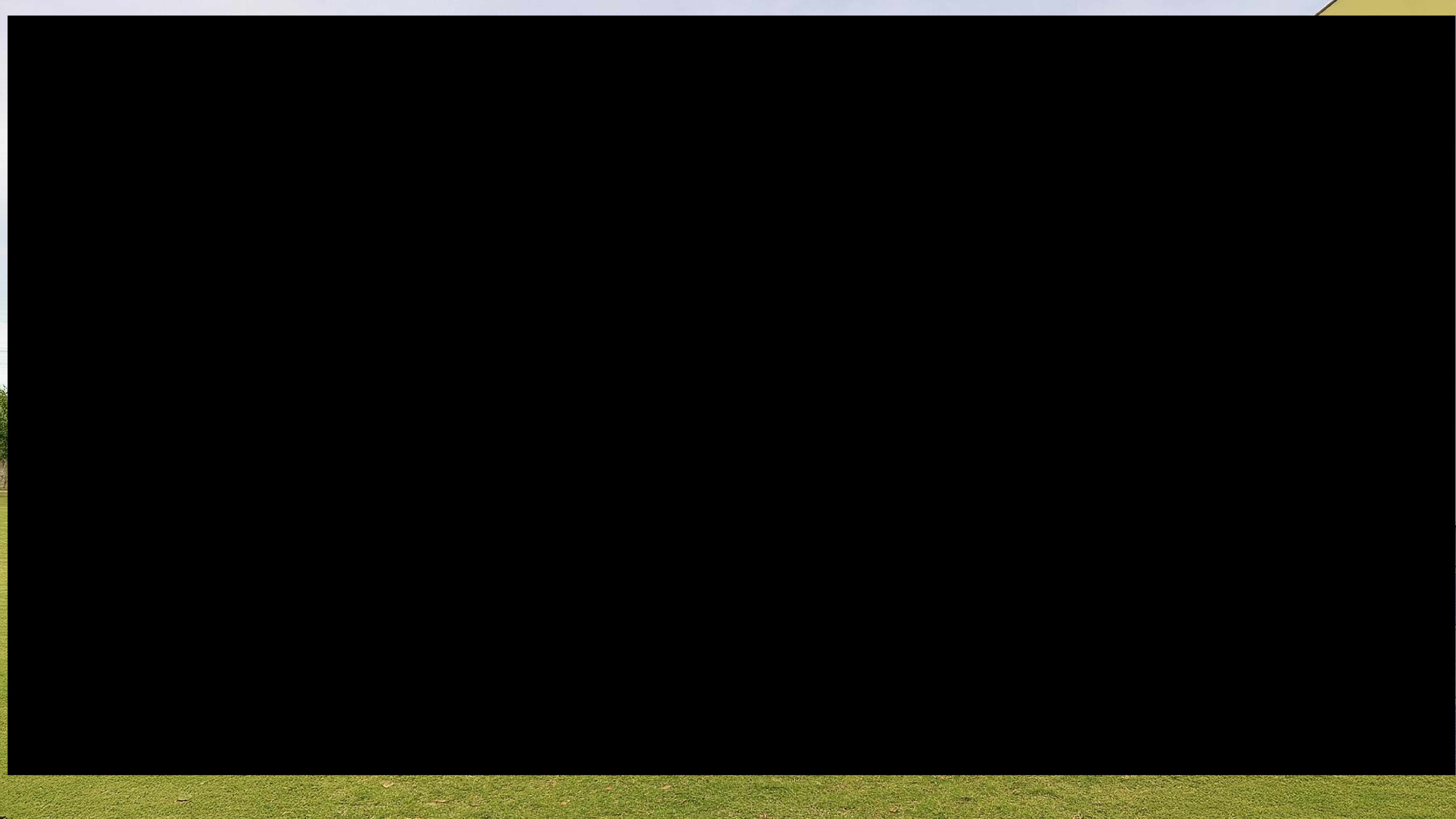


... vidíme (ideálně) prolínačku fotodokumentace PŘED / PO nebo video / slideshow daného projektu.

**A!**

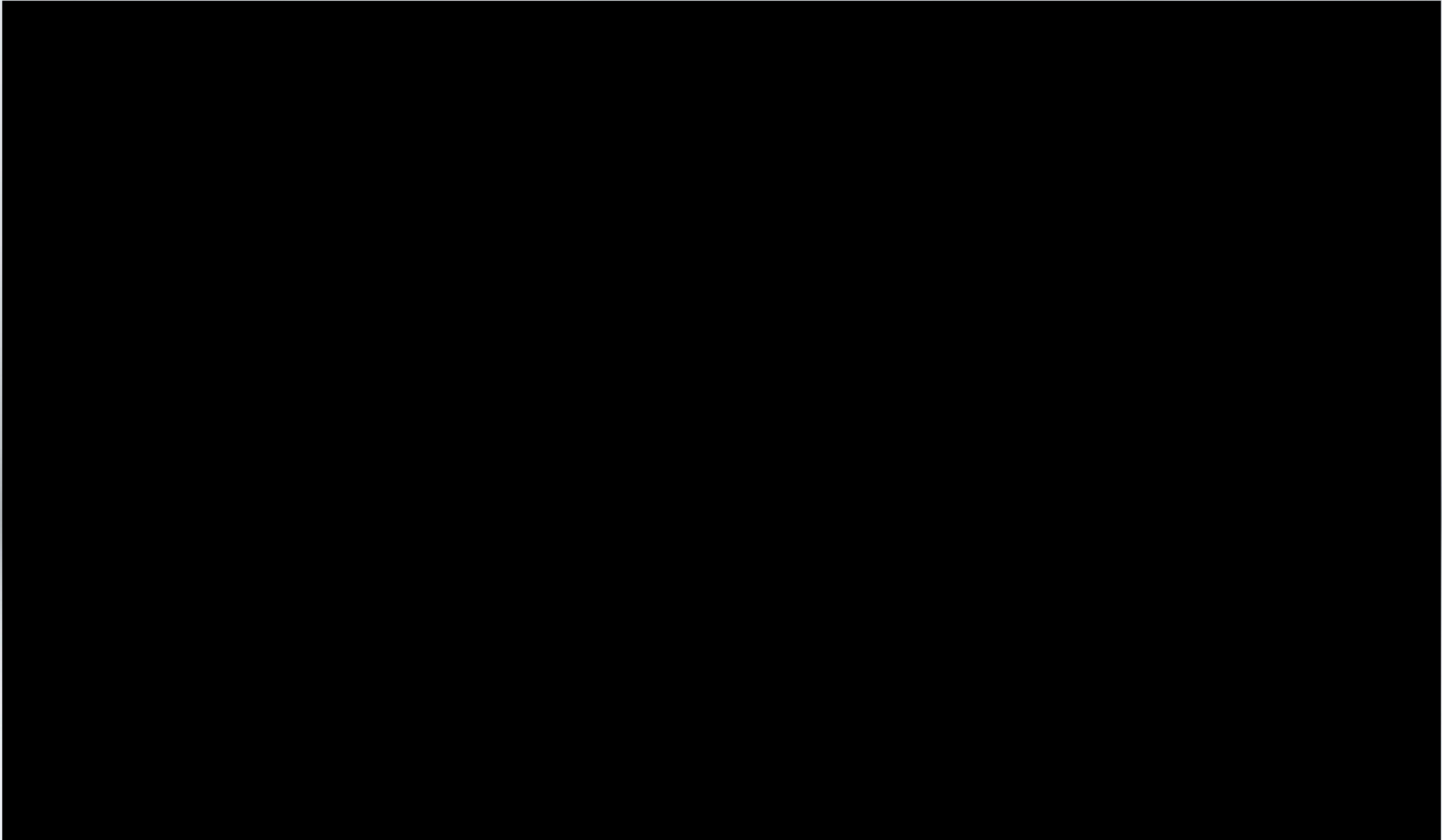






**A!**

Kde fondy EU pomáhají 2025



**A!**

## **PŘEDEŠLÉ KAMPANĚ PŘED A PO**

# 2019

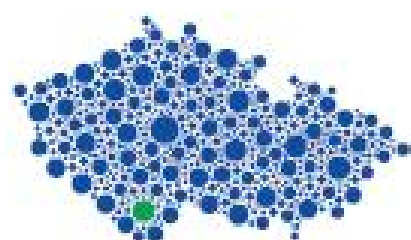


PŘED



PO

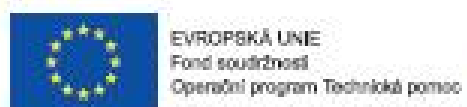
## 100 000 PROJEKTŮ PRO LEPŠÍ ČESKO



Přestavba dala autobusovému nádraží v Českém Krumlově moderní tvář s **přestupním terminálem** a parkovišti včetně ploch pro krátkodobé zastavení a jízdní kola. Projekty podpořené z evropských fondů jsou totiž přínosem pro každého z nás.

Chcete vidět víc? Jděte na [kazdydenpomahame.eu](http://kazdydenpomahame.eu)

Načtěte QR kód pro více informací o projektu.



# 2024

## Památník Velké Moravy

Návštěvníci Starého Města poblíž Uherského Hradiště si díky fondům EU mohou prohlédnout rozšířený Památník Velké Moravy a návazné venkovní expozice.



PO



PŘED

TVOŘÍME  
EVROPU  
již 20 let



[kdefondyEUpomahaji.cz](http://kdefondyEUpomahaji.cz)



# 2025

KDE  
fondy EU  
pomáhají

Prostor pro kulturu,  
pomoc i sousedská setkání  
v Dolních Břežanech.

PO



Spolufinancováno fondy EU



9 700 000 Kč

V Dolních Břežanech vyrostlo centrum, které proměnilo život v obci. Moderní budova propojuje kulturu, komunitní akce i sociální služby a rychle se stala oblíbeným místem pro setkávání napříč generacemi. Díky financování z evropských fondů se podařilo vytvořit místo, které je každý den plné života.

PŘED



[kdefondyEUpomahaji.cz](http://kdefondyEUpomahaji.cz)



**KDE**  **Moderní zázemí pro fondy EU podnikání a inovace pomáhají v plzeňském TechToweru**



**PO**



Přehledná a ekologická železnice v Plzni. Evropské fondy financovaly 200 mil. Kč projektování a realizaci nové železnice v Dvorské ulici, která se stane přehlednou a ekologickou dopravní cestou.

**KDE**  **Rychlejší a pohodlnější fondy EU cestování po Plzni pomáhají i okolí**



**PO**



Modernější učebna přináší více světla a vzduchu. Díky Evropským fondům financovaný projekt 12 mil. Kč modernizace učebny školy v ulici na Březě Dr. Eduarda Ševce v Plzni a podpora zavazacího systému výtahových strojů, které vyjely nejen v číslu jazyky i interaktivně.

**KDE**  **fondy EU pomáhají**

**Financováno fondy EU**  
 **195 000 000 Kč**

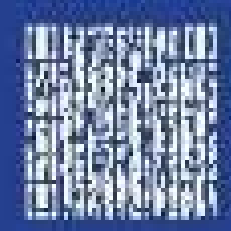
TechTower v Plzni se stal důležitým centrem pro vědu, technologie a inovace. Díky financování z evropských fondů bylo postaveno moderní vybavení pro technologický park, který podporuje začínající podnikatele i zavedené firmy. Výzkum a podnikání se zde propojují na jednom místě a vytvářejí prostor pro nové nápady a spolupráci.

Díky evropským fondům přibýlo do českých měst už **2 573** nových autobusů, tramvajů a dalších vozů – v průměru **183** v každém kraji.

**Financováno fondy EU**  
 **94 400 000 Kč**

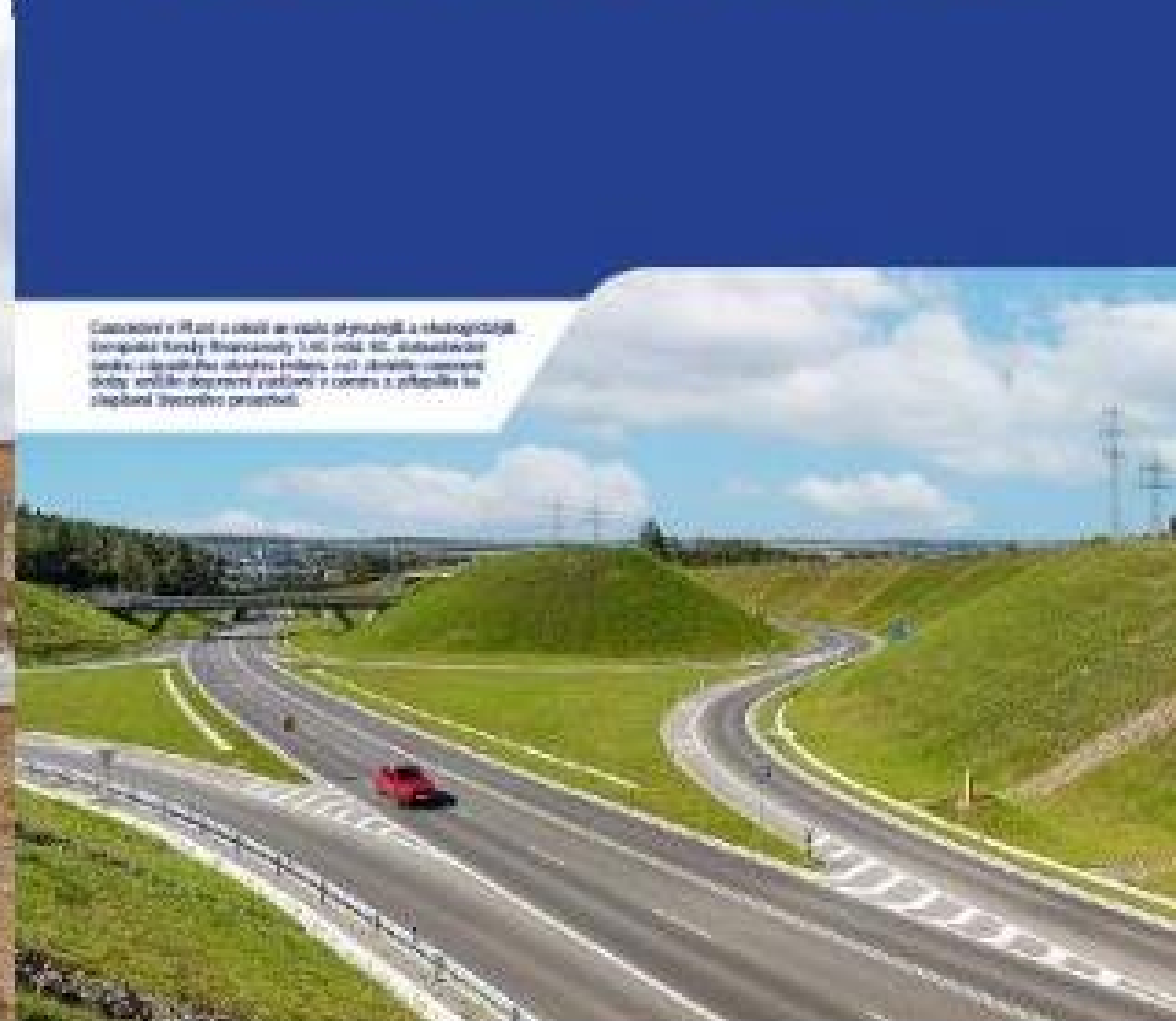
Rychlejší přestupy mezi autobusy a vlaky umožní nový autobusový terminál financovaný z evropských fondů v Plzni. Díky kvalitnějšímu propojení městské a regionální dopravy je cestování jednodušší, efektivnější a pohodlnější pro každodenní cestující i navštěvníky města.

Mapa projektu.cz



**PODÍVEJTE SE NA PROJEKTY, které zlepšují život ve vašem okolí**

**PŘED**



Cestování v Plzni a okolí se vďaka přehlednější a ekologičtější železnici financované 200 mil. Kč. Modernizace učebny a podpora zavazacího systému výtahových strojů vyjely nejen v číslu jazyky i interaktivně.

**PŘED**



Modernější učebna přináší více světla a vzduchu. Díky Evropským fondům financovaný projekt 12 mil. Kč modernizace učebny školy v ulici na Březě Dr. Eduarda Ševce v Plzni a podpora zavazacího systému výtahových strojů, které vyjely nejen v číslu jazyky i interaktivně.

**A!**

# **PŘEDEŠLÁ KAMPAŇ PODPORA EVENTŮ**

Kde EU FONDY pomáhají?



**KDE** ★ ★ ★  
**fondy EU** ★ ★ ★  
**pomáhají** ★ ★ ★



# Eventy s brandem „Kde fondy EU pomáhají“

- Organizace akcí napříč celou ČR v několika konceptech:
  - Dny otevřených dveří (největší, 10 akcí, cca 15-20 000 účastníků ročně)
  - Putování po projektech (cca 50 akcí pro skupiny 20-30 účastníků)
  - Dny s příjemcem (10-13 akcí pro cca 200 účastníků)
  - prezentace fondů EU na hudebních festivalech (10 festivalů napříč ČR pro cca 1500-2000 návštěvníků na stánku / prezentaci)



**A!**

Kde EU FONDY pomáhají?

# **PŘEDEŠLÁ KAMPAŇ SPOLUPRÁCE S DENÍKEM**

# Spolupráce s Deníkem: 6tým rokem vyprávíme příběhy úspěšných projektů

- tisk, on-line, FB a Instagram
- 5 regionálních mutací
- upravený formát - dvoustrana obsahující článek a rozhovor o hlavním projektu, které doplňují dva medailonky dalších projektů a infografika s přínosy fondů
- za roční spolupráci v letech 2025-2026 bude prezentováno 60 hlavních projektů a 120 vedlejších projektů, což znamená 180 různých projektů

## Robotické centrum vyrostlo s podporou fondů EU

V pražské Fakultní Thomayerově nemocnici (FTN) mají unikátní multioborové robotické centrum pro urologii, gynekologii, chirurgii a hrudní chirurgii, a k zapojení se chystají další obory jako ORL a dětská chirurgie, což je v České republice zcela unikátní. Vybudování centra získalo způsobilou podporu fondů EU.

PRŮ MADEK

Praha – Projekt vzniku robotického centra začal v roce 2019 a dokončen byl v závěru roku 2023. Řeší rozšíření spektra a zvýšení kvality bezpečnosti zobrazovacích diagnostických metod a výkonu chirurgických výkonů ve FTN v rozmezí na urgentní příjem a v kontextu nově se objevujících výzkumných zátvazích v laboratorních podmínkách. Tento cíl naplňuje multioborové centrum robotické chirurgie s novými radiologickými a chirurgickými přístroji. „Výši přesnosti operací, větší komfort pro operandy, možnost pooperačních komplikací u pacientů i jejich kratší hospitalizace. To vše našel nový robotický systém v naší nemocnici,“ uvedl ředitel FTN doc. MUDr. Zdeněk Beneš, CS.

Profesor MUDr. Roman Zachoval, Ph.D., přednosta Urologické kliniky 3. LF UK a FTN pak doplnil: „Vzhledem k tomu, že robotické centrum znamená dva Viny, detailněji připravit je také a výkon má potom vyšší efektivitu a hlavně menší výskyt komplikací. Ve většině případů se jedná o operace zlobivější nádory.“

**PŘÍSTROJE POTŘEBOVÁLY NOVÉ PROSTORY**  
Celkové investice včetně pořízení samotného robotického systému, dalšího příslušeného zdravotnického vybavení, jako je renovační ultrazvukový přístroj, IT a stavba centra se vyšplhaly do výše 192 milionů korun. Celá tato dílka byla pokryta z fondů EU. Z vlastních zdrojů pak nemocnice částečně hraje výskaje spojené se zajištěním IT síť a techniky, a to částkou 12,9 milionů korun. „Projekt lze rozdělit na dvě části – na stavební investice a příslušenství. S tímto hlavním robotickým operacím přístrojem, a k tomu bylo třeba připravit prostory, operacím sítí a sítí místnosti, které souvisejí s celým centrem. Robotický systém je poměrně těžký, proto bylo nutné dodržet určitou nosnost podlah, a to je v případě souvisejících budov nákladné. Toto se nám ale podařilo vyřešit,“ podotkl docent Zdeněk Beneš. Robotické centrum bylo otevřeno ve FTN v září 2023. „Já ledna jsme pak rozšířili operační výkonový naplnění. Vloni jsme provedli přes čtyři sta operačních výkonů, včetně tendy pokračování a letos. Průměrná doba na operaci je v nás do osmi týdnů, hospitalizační doba je většinou tři až čtyři dny, což je skvělé,“ říká profesor Roman Zachoval, který stál u zrodu centra.



**ROBOTICKÉ CENTRUM POMÁHÁ CHIRURGOVÍM I PACIENTŮM.** Ve Fakultní Thomayerově nemocnici v Praze vzniklo s pomocí fondů EU v Česku zcela ojedinělé robotické operační centrum. Součástí projektu byl také nákup moderních diagnostických lékařských přístrojů, které umožňují lepší přípravu na operaci zákroky. Vybudování robotického centra fondy EU podporily více než 190 miliony korun a dleš to centrum slouží celkem 15 týmům chirurgů a několika oborů. Foto: Deník/STB/STB a vprava FTN

**Výhoda robotického systému je, že chirurg operuje mnohem méně invazivně. Výkon má potom vyšší efektivitu a hlavně menší výskyt komplikací.**  
Foto: Deník/STB/STB a vprava FTN

Každý zbor, který působí v robotickém centru, má tři až čtyři operační týmy, celkem tedy v centru působí kolem 15 týmů. Ve Fakultní Thomayerově nemocnici nyní působí největší operační tým urologie – zejména nádory prostaty, ledvin a močového měchýře. Na dalším místě je hrudní chirurgie a pak chirurgie obecně. „Na toto centrum jsme několik let čekali. FTN poskytuje velmi specializovanou péči na mnoha úrovních a odbornostech. V hrudní chirurgii jsme centrem výsost specializovanou přesumo-onko-chirurgií a dětské péče, kterých je v ČR pouze osm, a snažíme se pacientům s onkologickým onemocněním plně poskytnout operativu a nejlepší péči. A k té samozřejmě robotické hrudní chirurgie patří,“ uvedla MUDr. Alice Tisková, F2073, MBA, přednosta Kliniky hrudní chirurgie 3. LF UK a FTN.

**MININVAZIVNÍ PŘÍSTUPY**  
Už od roku 2010 se minimalizují chirurgické přístupy staly zřejmým standardem a přispívají snížení krevní ztráty, kratší pobyt v nemocnici, snížení rizika pooperačních bolestí ve srovnání s běžnou otevřenou operací. Součástí rozvojového robotické chi-

rugie posloužily tyto hranice ještě dále a výhody, které přináší, jsou mnohokrát včetně 3D modelů a artikulace nástrojů, které napodobují lidské zápěstí, zvětšený obraz, filtrace tlesu a poskytnutí další „ruky“. K dispozici jsou také chirurgické pomůcky, jako jsou pokročilá energie, použití fluorescence pro lepší vizualizaci tkání a zlepšení pro chirurgii při použití robotické asistence, a to zvláště při složitém chirurgickém výkonu ve srovnání se standardní laparoskopií, což je vzhledem k časové a fyzické náročnosti těchto výkonů velmi významným klídem.

rozšíření spektra a zvýšení kvality zobrazovacích diagnostických metod a výkonu chirurgických výkonů ve Fakultní Thomayerově nemocnici v návaznosti na urgentní příjem. Dalšími výhodami multioborového centra robotické chirurgie, nákup radiologických přístrojů, rozšíření IT a SW infrastruktury a navýšení kapacit sítí.

**Projektem** 1. 7. 2025  
**Ukončení projektu:** 30. 11. 2025

**Dotace EU:** 93 633 964 Kč  
**Celková částka:** 93 633 964 Kč

## Uvažujeme o pořízení dalšího robota, říká přednosta urologie

Profesor MUDr. Roman Zachoval, Ph.D., působí ve Fakultní Thomayerově nemocnici jako přednosta Urologické kliniky 3. LF UK a FTN přes dvacet let. Podvazuje si kolektiv, který má kolem sebe, a chválí i mladé adepty lékařského řemesla. Stál u zrodu projektu, na jehož konci bylo v roce 2023 otevření robotického centra, které propojuje urologii, gynekologii, chirurgii a hrudní chirurgii.

PRŮ MADEK

**amantujete se na okamžik, kdy jste se dozvěděli, že váš projekt robotického centra získal podporu fondů EU?**  
Všem nám to udělalo velkou radost. Chtěl jsem, že v tomto směru jsme trochu pozadu. Většina operativy, zejména onkologické, je totiž už běžně robotická. Nechtěme, aby pacienti s nádory měli delší čekací doby. Do programu jsou zapojeny čtyři obory, takže v případě dalšího robota by se obory rozdělily po dvou. Navíc máme i ORL a dětskou chirurgii, které bychom do projektu také rádi začlenili.

**Co byste se dotali nepožádali lékaře?**  
Museli bychom operovat jistě v podobě, jaké máme nyní. Proto bychom operativu, zejména onkologickou, je totiž už běžně robotická, což nás dráždí. Museli bychom operovat jistě v podobě, jaké máme nyní. Proto bychom operativu, zejména onkologickou, je totiž už běžně robotická, což nás dráždí. Museli bychom operovat jistě v podobě, jaké máme nyní. Proto bychom operativu, zejména onkologickou, je totiž už běžně robotická, což nás dráždí.



**PROF. ROMAN ZACHOVAL,** přednosta Urologické kliniky FTN

**„Chtěl jsem, že v tomto směru jsme trochu pozadu. Většina operativy, zejména onkologické, je totiž už běžně robotická, což nás dráždí.“**

**Vloni jste robotickým způsobem operovali přes 400 pacientů, jak vypadá statistika letoš?**  
Je to podobné. Jáme už na samotné hranici možnosti využití robota. Proto uvažujeme o tom, že už pomalu potřebujeme dalšího. Víme, že bychom ho využili. Nechtěme, aby pacienti s nádory měli delší čekací doby. Do programu jsou zapojeny čtyři obory, takže v případě dalšího robota by se obory rozdělily po dvou. Navíc máme i ORL a dětskou chirurgii, které bychom do projektu také rádi začlenili.

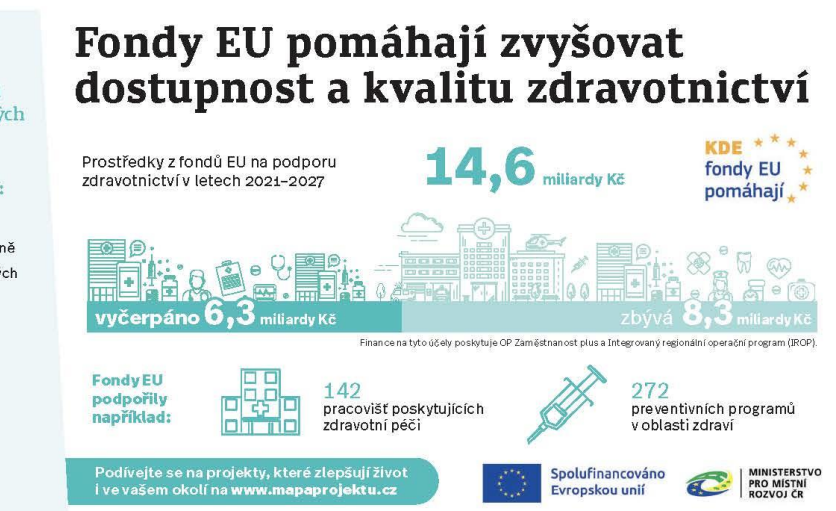
**endoskopicky přes močové cesty, laparoskopicky a nyní i roboticky. Pak pozít, že po měřené rizi, kdo má delší dobu pobytu, vízné onemocnění. A řád bych připomněl, že mám radost z přístupu mladých adeptů lékařského řemesla k pacientům. Operují jejich věrnost, a svědčí o vlivnosti. Z toho mám velkou radost.**

**Jaká byla vaše cesta do zdravotnictví?**  
Bylo to velmi vlnivé – maminka byla lékařka, táta veterinář. Já jsem se na konci rozhodl vyrazit do zdravotnictví.

**A proč urologie?**  
V době, kdy jsem začínal, bylo téměř nemožné získat místo v chirurgickém oboru v Praze, jak jsem chtěl. Proto jsem se rozhodl pro urologii. Právě jsem si chtěl během studií přivydělat a něco se naučit, pracoval jsem od třetího ročníku fakulty jako zdravotní sestra na čtvrté úvazku, a místo jsem získal následně na urologickém pracovišti Fakultní nemocnice Motol, které tehdy vedl docent Karel Svoboda. Chtěl jsem sloužit noční službu, protože jsem pak, pokud to šlo, kloubit se studiem, po službě na službu. Proto jsem se zaměřil na urologii. Docent Karel Svoboda mě tak, myslím, do urologie oslovil, a proto jsem jsem promoval, zpráta se měl, jsem bych u něj nechtěl pracovat, a dále už to bylo jasné.

**Vale činnost je náročná ve všech směrech, prozradíte jak relaxujete?**  
V sportu, tím článo je velmi pěkné, plavání, do kina je „namočen“ celý rodina. V mládí jsem dlouho sováběl v výhledu, například v obou sportech. Nyní je to už rekreace, ni i když občas si ještě zasu- vime, například tenis. Jsem byl členem českého výběru na mistrovství světa ve velké kategorie. Své a Siga-pura jsem sklidil čtyřmi.

**Evropské miliardy dlouhodobě přispívají k rozvoji a transformaci péče o pacienty ve velkých městech i regionech**



## Další obdobné projekty z fondů EU

**Ročníky díky projektu EU získaly lepší péči**  
Logické operace pak mají aktivitu této kliniky v podobě kovy přesah. Došlo k rekonstrukci JIP, léčivě k léčbě pro pro aplikaci chemoterapie. Ve třetím patře se nově nachází tři operační sály. V celé rekonstruované části historického objektu byla vyměněna všechna okna a vnější povrchy a obnoveno kamenné schodiště do stavu z roku 1910.

**Lékaři umí řídit duševní zdraví manínek**  
Hlavní důvod obtíže včas zvládnout cílem podpory a pomoc. Přímou v nemocnici žena na tabletu vyplní dotazník a po jeho vyhodnocení obdrží také kontaktní na organizaci, na které se může obrátit v případě potřeby. Ve 14 nemocničních příslušenstvích a koordinátorky této podpory.

**Dotace EU:** 2 233 576 Kč  
**Výše výzev:** 137 527 Kč  
**Celková částka:** 2 351 133 Kč



**PODCASTY EVROPSKÉ FONDY**

**JAKÁ JE BUDOUCNOST EVROPSKÝCH FONDŮ PO ROCE 2027?**  
**PRIORITY ČESKA PRO NADCHÁZÍCÍ OBDOBÍ A AKTUÁLNÍ JEDNÁNÍ V BRUSELU.**  
• Poslechněte si rozhovory s těmi, kteří jsou u toho.  
• Nové díly právě v éteru!  
**DotaceEU.cz/podcasty**

**A!**

# **SOUČASNÉ ŘEŠENÍ SOME**

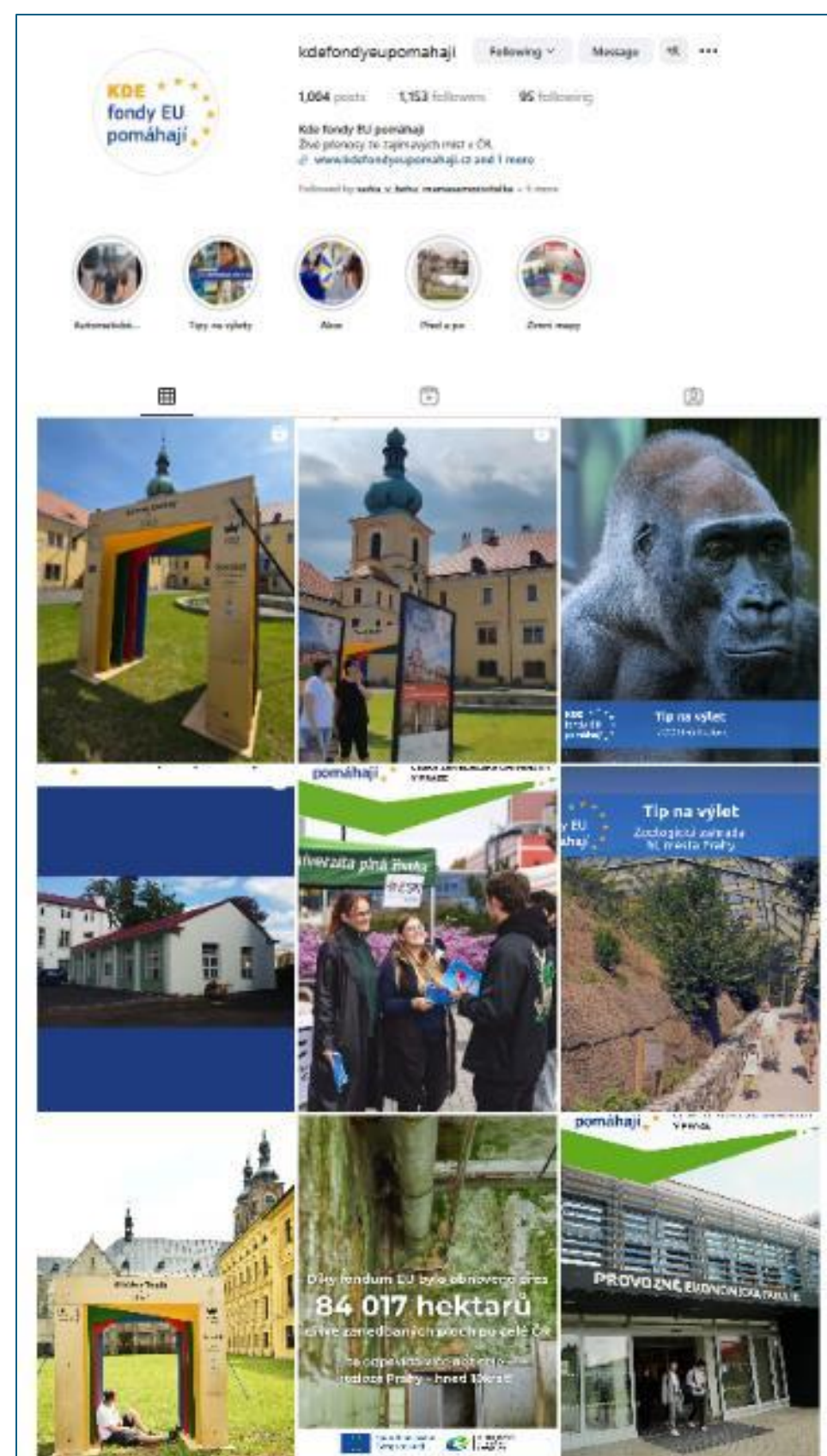
Kde EU FONDY pomáhají?

# Rozvíjíme aktivitu na sociálních sítích

Sledujte nás



Novinky ze světa **Dotací EU** i informace **Kde fondy EU pomáhají**



**A!**

# **SOUČASNÉ INTERNÍ TISKOVINY/BEDEKRY**

Kde EU FONDY pomáhají?

# Výroba tiskovin od tvorby zadání, texty, grafiky, zlomu a zajištění výroby (větší náklady) v externí tiskárně

Pro širokou veřejnost např.

- Letní edice **bedekrů s tipy na výlety**
- **EU v kostce** (aktualizace k 20. letům v EU)



## **B. CENOVÝ LIST NABÍDKY**

Excel soubor v příloze této nabídky

**A!**

**JE TO JEDNODUCHÉ. POMŮŽEME  
VÁM, ABY VÁS MĚLI RÁDI.  
DOCELA TO UMÍME.**



**A!**

**TĚŠÍME SE NA VIDĚNOU**

**[AADVERTISING.CZ](http://AADVERTISING.CZ)**



**Příloha nabídky na výzvu č. 1**

**Cenový list pro návrh, přípravu a produkci komunikačních kampaní 2026 "Podívejte se", "Před a po", "Podpora eventů", "Spolupráci s Deníkem", "Product placement ve vybrané televizi", "Grafická úprava šablon pro SOME", "Prvky kampaně do interních tiskovin a bedekrů", "Finanční nástroje" a pro kompletní mediální plánování těchto kampaní v roce 2026, vše detailně specifikované ve výzvě č.1.**

Tabulka pro stanovení nabídkové ceny

**ODDÍL 1 - PERSONÁLNÍ**

Jednotkové ceny za služby agentury - Strategicko-analytická část

Náklady spojené s personálním obsazením	Specifikace dílčích plnění	Jednotka	Cena v Kč za jednotku bez DPH	Výše DPH v Kč	Cena v Kč vč. DPH za jednotku	Počet jednotek pro přípravu a realizaci částí kampaně 2026	Celková cena v Kč bez DPH za kampaně 2026	DPH v Kč	Celková cena v Kč vč. DPH za kampaně 2026
<b>Account director</b>	Osoba odpovědná za řízení celé zakázky a styk mezi dodavatelem a Zadavatelem; odpovědná za zajištění dostupných zdrojů a možností pro tým (vedení projektového týmu, pravidelná komunikace se Zadavatelem a klíčovými dodavateli, poskytování seniorního strategického poradenství, účast na strategických jednáních, příprava smluv a rozpočtů, odpovědnost za celkovou realizaci, finalizace reportů včetně výstupních dat).	1 hodina	1 380,00 Kč	289,80 Kč	1 669,80 Kč	156	215 280,00 Kč	45 208,80 Kč	<b>260 488,80 Kč</b>
<b>Account manager</b>	Klíčová osoba pro kontakt se Zadavatelem. Má na starost dohled nad zakázkami a rozvoj spolupráce. Nese odpovědnost za dodržování harmonogramu a doručování plnění Zadavateli.	1 hodina	1 200,00 Kč	252,00 Kč	1 452,00 Kč	286	343 200,00 Kč	72 072,00 Kč	<b>415 272,00 Kč</b>
<b>Strategic planner</b>	Osoba odpovědná za poskytování strategického poradenství Zadavateli; spoluurčuje cíle, formuluje a zavádí strategii produktu, vytváří kreativní briefy. Jejím úkolem je udržet nadhled a splnit vytyčený cíl. Nese odpovědnost za návrh odpovídajícího mediamixu.	1 hodina	1 880,00 Kč	394,80 Kč	2 274,80 Kč	135	253 800,00 Kč	53 298,00 Kč	<b>307 098,00 Kč</b>
<b>Creative director</b>	Osoba odpovědná za kreativní část zakázky a za kreativní tým. Má na starost soulad konceptů jednotlivých kampaní s požadavky Zadavatele a se zvolenou komunikační strategií a je odpovědná za kreativní výstupy.	1 hodina	1 880,00 Kč	394,80 Kč	2 274,80 Kč	120	225 600,00 Kč	47 376,00 Kč	<b>272 976,00 Kč</b>
<b>Copywriter</b>	Osoba odpovědná za veškeré textové výstupy, jejich korektury a úpravy. Nese odpovědnost za stylistickou a gramatickou správnost veškerých textových výstupů jednotlivých kampaní a za jejich úpravy dle požadavků Zadavatele. Zabývá se tvorbou poutavých reklamních textů, spolupracuje s grafikem, vytváří reklamní záměry a kreativní koncepce.	1 hodina	1 380,00 Kč	289,80 Kč	1 669,80 Kč	140	193 200,00 Kč	40 572,00 Kč	<b>233 772,00 Kč</b>
<b>Art director</b>	Osoba odpovědná za koordinaci a zpracování veškerých grafických a výtvarných prací.	1 hodina	1 490,00 Kč	312,90 Kč	1 802,90 Kč	198	295 020,00 Kč	61 954,20 Kč	<b>356 974,20 Kč</b>
<b>Media planner</b>	Klíčová osoba odpovědná za zpracování media plánů, jejich strategické rozvržení a výběr médií. Má na starost rozložení reklamního rozpočtu do jednotlivých typů reklamních nosičů, hodnocení redakčního obsahu a jednotlivých typů médií, časy a termíny zveřejňování reklamního sdělení a měření efektivity kampaní.	1 hodina	1 490,00 Kč	312,90 Kč	1 802,90 Kč	150	223 500,00 Kč	46 935,00 Kč	<b>270 435,00 Kč</b>
<b>Motion designer</b>	Odpovědná osoba zodpovědná za grafický design a animace.	1 hodina	1 260,00 Kč	264,60 Kč	1 524,60 Kč	40	50 400,00 Kč	10 584,00 Kč	<b>60 984,00 Kč</b>

<b>Nabídková cena za personální část kampaní 2026 bez DPH</b>	<b>1 800 000,00 Kč</b>
<b>Nabídková cena za personální část kampaní 2026 včetně DPH</b>	<b>2 178 000,00 Kč</b>

**ODDÍL 2 - KREATIVNÍ A PRODUKČNÍ ČÁST**

Jednotkové ceny za služby agentury - Kreativní a produkční část

Níže uvedené ceny obsahují náklady na návrh a produkci kampaní 2026 dle specifikace ve formátech příslušného mediatypu na základě podkladů z kreativního briefu dodaného Zadavatelem, a to včetně nákladů na personální zajištění a závěrečnou DTP úpravu dle zvoleného druhu mediatypu a jeho formátu i po akceptaci díla.

Druh formátu	Specifikace formátu	Jednotka	Cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v Kč	Cena v Kč vč. DPH za jednotku	Celková cena v Kč bez DPH za kampaně 2026	DPH v Kč	Celková cena v Kč vč. DPH za kampaně 2026	Poznámky/mutace
<b>2.1. KLÍČOVÝ VIZUÁL</b>									
Klíčový vizuál	Klíčový vizuál kampaně (KV)	3 návrhy layoutu	80 000,00 Kč	16 800,00 Kč	96 800,00 Kč	240 000,00 Kč	50 400,00 Kč	290 400,00 Kč	
<b>2.2. TELEVIZE</b>									
TVC 30s	Spot určený primárně pro odvysílání v TV. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, DVB-S/S2 a DVB-C, full HD. Součástí spotu budou titulky v českém a anglickém jazyce. Forma dle kreativního řešení kampaně Dodavatele. Natáčení primárně ve studiu. Scénář; herecké obsazení, hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Ž; hudební složka a	1 hraný studiový spot cca 30 s	1 550 000,00 Kč	325 500,00 Kč	1 875 500,00 Kč	1 550 000,00 Kč	325 500,00 Kč	1 875 500,00 Kč	
TVC Sponzorský vzkaz	Informační vzkaz určený primárně pro odvysílání v TV. Je požadována kvalita vhodná k uveřejnění na TV stanicích šířených formou DVB-T, tj. full HD. Součástí sponz. příspěvku bude titulky v českém a anglickém jazyce. Forma dle kreativního řešení kampaně Dodavatele. Natáčení primárně ve studiu. Scénář, herecké obsazení, titulek, slogan, hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Ž; hudební složka a titulky podléhají schválení Zadavatelem. Součástí plnění je samostatná náhledová fotografie spotu v rozlišení 1280x720 - min. 640 pxl pro účely microsite na webu Zadavatele. Výroba spotu i v horizontálním i vertikálním formátu 1080x1920 (vhodném pro mobilní telefony). Jedná se jak o kreativní řešení, tak i samotnou výrobu sponzorského vzkazu.	1 hraný studiový sponzorský vzkaz	300 000,00 Kč	63 000,00 Kč	363 000,00 Kč	300 000,00 Kč	63 000,00 Kč	363 000,00 Kč	
<b>2.3. ROZHLAS</b>									
<b>2.5. TISK</b>									
Tišťená reklama	Zpracování klíčového vizuálu (KV) vč. DTP podkladů pro velké formáty inzerce v tištěných médiích: celostrana (1/1), půlka (1/2) a junior page nebo obdobných formátech. Zpracování variantního plnění na základě KV, např. úprava textu/grafiky/výměna fotografie.	1 varianta provedení pro zadané formáty	2 000,00 Kč	420,00 Kč	2 420,00 Kč	2 000,00 Kč	420,00 Kč	2 420,00 Kč	
	Zpracování KV vč. DTP podkladů pro malé formáty inzerce v tištěných médiích: třetina (1/3), čtvrtina (1/4) nebo obdobné formáty. Zpracování variantního plnění na základě KV, např. úprava textu/grafiky/výměna fotografie.	1 varianta provedení pro zadané formáty	1 500,00 Kč	315,00 Kč	1 815,00 Kč	1 500,00 Kč	315,00 Kč	1 815,00 Kč	
<b>2.6. VENKOVNÍ PLOCHY</b>									
Venkovní billboard/OOH plochy	Zpracování podkladů pro reklamu na základě KV ve formátech billboard (cca 510x240 cm) a bigboard (cca 960x360 cm) vč. digitálních verzí formátů, případně formáty obdobných rozměrů (PVC a MESH bannery/plachty apod.).	1 varianta provedení pro zadané formáty	3 000,00 Kč	630,00 Kč	3 630,00 Kč	3 000,00 Kč	630,00 Kč	3 630,00 Kč	
Reklama formou polepů vozů MHD - malé formáty	Zpracování podkladů pro vnější polepy vozů městské hromadné dopravy ve formátech pro autobusy (cca 450 x 230 cm, 75 x 200 cm, 200 x 200 cm, 243 x 225 cm) a tramvaje (cca QS 220 x 60 cm, KS 360 x 60 cm).	40 variant provedení pro zadané formáty	4 375,00 Kč	918,75 Kč	5 293,75 Kč	175 000,00 Kč	36 750,00 Kč	211 750,00 Kč	
3D outdoor reklama	Zpracování podkladů pro reklamu dle tématu komunikovaného v rámci kampaně ve formátu samostatně stojícího nosiče (např. cube cca 2,5x2, 65x6 m).	2 provedení pro zadaný formát	6 000,00 Kč	1 260,00 Kč	7 260,00 Kč	12 000,00 Kč	2 520,00 Kč	14 520,00 Kč	
	Zpracování variantních řešení na základě KV (layout zůstává, vložené fotografie a texty se mění např. podle využití na různých úrovních samosprávy).	14 dalších variant provedení	4 000,00 Kč	840,00 Kč	4 840,00 Kč	56 000,00 Kč	11 760,00 Kč	67 760,00 Kč	
Reklama v nosičích venkovní reklamy	Zpracování výstupu ve formátech CLV a digitální CLV (o rozměrech min. 80x140 cm, v provedení spot ve smyčce, délka spotu 6-10 s, interval smyčky cca 1 min), variaposter (cca 252x119 cm) a pro reklamu v rámci kampaně umístěnou na lavičkách (cca 165x60 cm).	1 varianta provedení pro zadané typy/formáty	6 000,00 Kč	1 260,00 Kč	7 260,00 Kč	6 000,00 Kč	1 260,00 Kč	7 260,00 Kč	
	Zpracování variantních řešení na základě KV (layout zůstává, vložené fotografie a texty se mění např. podle využití na různých úrovních samosprávy).	40 dalších variant provedení	3 000,00 Kč	630,00 Kč	3 630,00 Kč	120 000,00 Kč	25 200,00 Kč	145 200,00 Kč	

Potisk stanu	Návrh potisku stanu pro outdoor akce - motiv hlavního vizuálu kampaně (cca 300x600x331 cm).	1 provedení pro zadaný formát	5 000,00 Kč	1 050,00 Kč	6 050,00 Kč	5 000,00 Kč	1 050,00 Kč	6 050,00 Kč	
<b>2.7. DIGITální FORMÁTY</b>									
Krátká internetová videoreklama/pre-roll video cca 10 vteřin	Zpracování storyboardu a výroba online videoreklamy/pre-roll videa/bumperu/instream. Hlavní sdělení musí zaznít do 5 sekund od začátku reklamy. Video bude zpracováno v rozlišení min. 4K Ultra HD (4K UHD) na šířku, v poměru stran 16:9. Ostatní formáty vycházející z tohoto videa budou připraveny v maximálním možném rozlišení. Při natáčení zdrojového videa by měl být brán zřetel na následující úpravy formátu videa až do formátu 9:16, ve formátech MP4 a FLV. Součástí videa budu titulky v českém a anglickém jazyce, videoreklama bude dodána jak s titulky tak bez. Jedná se jak o kreativní řešení, tak i samotnou výrobu animovaného videa.	1 video	100 000,00 Kč	21 000,00 Kč	121 000,00 Kč	100 000,00 Kč	21 000,00 Kč	121 000,00 Kč	
Krátká videoreklama z dynamických záběrů v délce 20 až 60 vteřin	Zpracování storyboardu a výroba online videoreklamy. Dynamické video bude zpracováno v rozlišení min.4K Ultra HD (4K UHD) ,na šířku, v poměru stran 16:9. Ostatní formáty vycházející z tohoto videa budou připraveny v maximálním možném rozlišení. Při natáčení zdrojového videa by měl být brán zřetel na následující úpravy formátu videa až do formátu 9:16 ve formátech MP4 a FLV. Ostatní formáty vycházející z tohoto videa budou připraveny v maximálním možném rozlišení. Součástí reklamy budu titulky v českém a anglickém jazyce. Scénář, hlasový komentář (voiceover) vč. castingu min. z 5 různých hlasů, se zastoupením M i Ž; hudební složka a titulky v ČJ a AJ podléhají schválení Zadavatelem. Videoreklama bude dodána jak s titulky tak bez. Součástí plnění je samostatná náhledová fotografie spotu v rozlišení 1280x720 - min. 640 pxl. Výroba reklamy v horizontálním i vertikálním formátu 1080x1920 pxl. (vhodném pro mobilní telefony), formát 1080x1080 pxl. Zadavatel může požadovat natáčení videoreklamy kdekoli na území ČR. Během 1 natáčecího dne plánuje Zadavatel natáčení na 2-3 různých lokacích, které budou upřesněny v dostatečném předstihu. Jednotlivé lokace budou od sebe vzdálené do 30 km. Při objednávce více výstupů může Zadavatel požadovat odlišné zpracování dalších videí pro případné A-B testování. Jedná se o kreativní řešení tak i samotnou výrobu videa	1 video reklama v délce 20-60 s	200 000,00 Kč	42 000,00 Kč	242 000,00 Kč	200 000,00 Kč	42 000,00 Kč	242 000,00 Kč	
Bannery k využití v online reklamě	Tvorba sady HTML bannerů ve formátech cca 300x250px, 480x480, 480x300, 970x310, 300x300, web-branding: 2000x1280px, 1920x400px, 960x240px, 640x192 px) a dynamický banner (300x600px), 1920x1080, 1080x1920, 1080x1080, na základě hlavního vizuálu kampaně zvoleného dodavatelem. Finální bannery budou upraveny na přesné rozměry dle instrukcí Zadavatele po nákupu mediálního prostoru pro danou kampaň.	4 varianty provedení pro zadané formáty	30 000,00 Kč	6 300,00 Kč	36 300,00 Kč	120 000,00 Kč	25 200,00 Kč	145 200,00 Kč	
	Zpracování variantních řešení na základě KV (layout zůstává, vložené fotografie a texty a loga povinné publicity budou upraveny např. podle využití na různých úrovních samosprávy)	44 dalších variant provedení	2 000,00 Kč	420,00 Kč	2 420,00 Kč	88 000,00 Kč	18 480,00 Kč	106 480,00 Kč	
Bannery k využití na sociálních sítích	Výroba reklamy pro použití na sociálních sítích ve formátech carousel (1080x1080pxl), 1080x1920pxl, 1920x1080 pxl, 1200x1500pxl, 1200x628pxl). Finální bannery budou upraveny na přesné rozměry dle instrukcí Zadavatele po nákupu mediálního prostoru pro danou kampaň.	3 varianty provedení pro zadané formáty	30 000,00 Kč	6 300,00 Kč	36 300,00 Kč	90 000,00 Kč	18 900,00 Kč	108 900,00 Kč	
	Výroba variantních řešení výše uvedeného layoutu vč. tvorby a korektury textů (layout zůstává, vložené fotografie, loga povinné publicity a texty se mění např. dle využití na různých úrovních samosprávy).	44 dalších variant provedení	2 000,00 Kč	420,00 Kč	2 420,00 Kč	88 000,00 Kč	18 480,00 Kč	106 480,00 Kč	
<b>2.8. MICROSITE/WEB</b>									

<b>Kontextová (nativní) reklama</b>	Grafický návrh nativní reklamy či obdobné sekce webové stránky, které svým obsahem a grafikou zapadají do webové stránky, na kterých budou umístěny. Grafická podoba bude vycházet z TV kampaně. Obsahem stránky budou základní informace k tématu kampaně, sdělení vůči cílovým skupinám včetně podpůrných materiálů (texty, videa, infografika apod. - dle kreativního konceptu Uchazeče a podkladů Zadavatele).	1 stránka nativní reklamy	20 000,00 Kč	4 200,00 Kč	24 200,00 Kč	20 000,00 Kč	4 200,00 Kč	24 200,00 Kč	
<b>Kampaňová microsite</b>	Grafický návrh a obsahová podpora kampaňové microsite s 1 homepage a min. 1 podstránkou. Grafická podoba bude vycházet z TV kampaně. Titulní grafika kampaňové microsite bude obsahovat pohyb/kamerový švenk po horizontální ose. Součástí plnění je zajištění domény odpovídající názvu kampaně. Obsahem stránky budou základní informace k tématu kampaně, sdělení vůči cílovým skupinám včetně podpůrných materiálů (texty, videa, infografika apod. - dle kreativního konceptu Uchazeče a podkladů Zadavatele). Zadavatel zajistí anglickou verzi microsite a překlad textů. Microsite bude naprogramována a provozována na webu www.dotaceEU.cz - hosting a programové práce zajistí Zadavatel v součinnosti s Dodavatelem a správcem webů MMR. Tvorba samotné microsite není předpokládána.	1 homepage	25 000,00 Kč	5 250,00 Kč	30 250,00 Kč	25 000,00 Kč	5 250,00 Kč	30 250,00 Kč	

<b>Nabídková cena za kreativní a produkční část kampaní 2026 bez DPH</b>	<b>3 198 500,00 Kč</b>
<b>Nabídková cena za kreativní a produkční část kampaní 2026 vč DPH</b>	<b>3 870 185,00 Kč</b>

## ODDÍL 3 - TESTOVÁNÍ

### 3.1. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V případě aktivace dotazníkového šetření bude Zadavatel vybraného dodavatele informovat v rámci příslušné dílčí objednávky o vybrané metodě i jejím rozsahu na základě níže uvedeného seznamu. Zadavatel plánuje využít pre-testy u všech kampaní zahrnujících výrobu nového TV spotu. Post-testy budou aktivovány v rámci dílčí objednávky pro konkrétní kampaň nebo samostatně s časovým odstupem po uveřejnění kampaně. Níže účastník uvede ceny za zajištění a vyhodnocení dotazníkových šetření dle následujících požadavků a parametrů.

Uchazeč doplní do tabulek Oddíl 3 - Testování níže ceny, které budou závazné po celou dobu trvání plnění veřejné zakázky - rámcové dohody.

Základní požadavky a parametry sběru dat	Typ dotazníkového šetření	Požadované parametry		Jednotka	Cena v Kč bez DPH za jednotku	Výše DPH v Kč	Cena v Kč vč. DPH za jednotku	Test kampaně 2026	Celková cena v Kč bez DPH za kampaně 2026	DPH v Kč	Celková cena v Kč vč. DPH za kampaně 2026
<b>METODA:</b> CAWI - Za počet respondentů je považován počet platných obdržených odpovědí, nikoli počet oslovených. <b>VZOREK:</b> Rovnoměrné rozložený vzorek obyvatel 18+ let po celé ČR dle územních jednotek NUTS II, pohlaví, věku, vzdělání a velikosti místa bydliště. <b>ZADÁNÍ:</b> Sběr dat vč. pilotování, analýzy a tvorba závěrečného shrnutí s doporučeními dle dotazníku předem vytvořeného	Pre-test 1	minimální počet respondentů:	300	1 pre-test 300 R / 15 Q	150 000,00 Kč	31 500,00 Kč	181 500,00 Kč	ANO	150 000,00 Kč	31 500,00 Kč	181 500,00 Kč
		maximální počet otázek:	15								
	Post-test 2	minimální počet respondentů:	500	1 post-test 500 R / 25 Q	250 000,00 Kč	52 500,00 Kč	302 500,00 Kč	ANO	250 000,00 Kč	52 500,00 Kč	302 500,00 Kč
		maximální počet otázek:	25								

<b>Nabídková cena za testování kampaní 2026 bez DPH</b>	<b>400 000,00 Kč</b>
<b>Nabídková cena za testování kampaní 2026 vč DPH</b>	<b>484 000,00 Kč</b>

## ODDÍL 5 - LICENČNÍ PRÁVA

**Jednotková cena - Licenční práva užití k jednotlivým autorským dílům**

Předpokládaná platnost licencí pro hlasovou složku kampaně, pro vizuální složku kampaně a pro kombinaci hlasové a vizuální složky kampaně je 5 let. Pro účely modelové nabídky Uchazeč nacení licenci na 5 let. Zadavatel si vyhrazuje právo upravit požadovaný rozsah, územní působnost a délku platnosti licence s ohledem na kreativní řešení a zadání konkrétní kampaně. Požadavky na licenční práva budou upřesněny v každé jednotlivé kampani v závislosti na podstatě, délce plnění, zvolených formátech a jejich počtu včetně obsazení/castingu (hlasového, případně hereckého). Svým charakterem se jedná o jedinou položku části A ZD, která může být proměnlivá v čase v závislosti na konkrétní dílčí objednávce, a proto Zadavatel nepožaduje stanovení závazné jednotkové ceny v oddílu 4 - licenční práva tohoto cenového listu. Platnost licence se bude ve všech případech vztahovat na celou ČR, ve vybraných případech může Zadavatel požadovat nacenění licence pro nekomerční použití na území EU. Pro účely modelové nabídky nacení uchazeč licenci pouze pro území ČR. Zadavatel si vyhrazuje právo přístupu k licenčním smlouvám. Zadavateli nebudou účtovány další poplatky za licenční smlouvy.

Předmět dílčího plnění	Specifikace dílčího plnění	Cena v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Cena v Kč vč. DPH za jednotku	Kampaně 2026 v Kč bez DPH	Výše DPH v Kč	Celková cena v Kč vč. DPH za kampaně 2026		
	3) Výkon licence pro kombinaci hlasové a vizuální složky kampaně	349 996,40 Kč	73 499,24 Kč	423 495,64 Kč	349 996,40 Kč	73 499,24 Kč	423 495,64 Kč		

<b>Nabídková cena za licenční část kampaně 2026 bez DPH</b>	<b>349 996,40 Kč</b>
<b>Nabídková cena za licenční část kampaně 2026 vč DPH</b>	<b>423 495,64 Kč</b>

<b>Celková nabídková cena za kampaně 2026 bez DPH</b>	<b>5 748 496,40 Kč</b>
<b>Celková nabídková cena za kampaně 2026 vč DPH</b>	<b>6 955 680,64 Kč</b>