



odbor eGovernmentu
náměstí Hrdinů 1634/3
140 21 Praha 4

Č. j. MV-15322-2/EG-2023

Praha 20. ledna 2023
Počet listů: 1

Vážený pan
Tomáš Nielsen
Dlouhá 618/14
110 00 Praha 1

Poskytnutí informace dle zákona č. 106/1999 Sb.

Ministerstvo vnitra, odbor eGovernmentu, obdržel žádost o poskytnutí informací dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, pana Tomáše Nielsena, formulovanou následovně:

Vážení,

v souladu se zákonem č. 106/1999 Sb. Vás tímto žádám o následující informace:

- 1. Jakou částku vynaložila Česká republika na výrobu reklamních spotů pro v současné době běžící reklamní kampaň podporující využívání datových schránek?*
 - 2. Jakou částku vynaložila Česká republika na nákup reklamního prostoru pro v současné době běžící reklamní kampaň podporující využívání datových schránek?*
 - 3. Jakou částku plánuje Česká republika na nákup reklamního prostoru pro v současné době běžící reklamní kampaň podporující využívání datových schránek ještě vynaložit?*
 - 4. Kdo je příjemcem plateb na výrobu předmětných reklamních spotů ze strany České republiky?*
 - 5. Kdo je příjemcem plateb na nákup reklamního prostoru pro předmětné reklamní spoty ze strany České republiky?*
 - 6. Kdo rozhodl o tom, že tato reklamní kampaň bude realizována?*
 - 7. Kdo rozhodl o podobě této reklamní kampaně?*
 - 8. Co je cílem této reklamní kampaně?*
 - 9. Kdy a jak bude účinnost této reklamní kampaně vyhodnocena?*
- Informace mi prosím zašlete datovou schránkou, případně e-mailem na tuto e-mailovou adresu.*

K podané žádosti poskytujeme následující odpovědi.

1. Jakou částku vynaložila Česká republika na výrobu reklamních spotů pro v současné době běžící reklamní kampaň podporující využívání datových schránek?



Česká republika na výrobu reklamních spotů vynaložila 1 268 100,- Kč bez DPH.

2. Jakou částku vynaložila Česká republika na nákup reklamního prostoru pro v současné době běžící reklamní kampaň podporující využívání datových schránek?

Česká republika vynaložila 9 211 365,- Kč bez DPH.

3. Jakou částku plánuje Česká republika na nákup reklamního prostoru pro v současné době běžící reklamní kampaň podporující využívání datových schránek ještě vynaložit?

Česká republika plánuje vynaložit 30 686 735,- Kč bez DPH.

4. Kdo je příjemcem plateb na výrobu předmětných reklamních spotů ze strany České republiky?

Media Age s.r.o.

5. Kdo je příjemcem plateb na nákup reklamního prostoru pro předmětné reklamní spoty ze strany České republiky?

Remmark a.s. a Knoworigin s.r.o.

6. Kdo rozhodl o tom, že tato reklamní kampaň bude realizována?

Bylo rozhodnuto v rámci schvalovacích procesů Ministerstva vnitra.

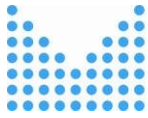
7. Kdo rozhodl o podobě této reklamní kampaně?

Podoba této reklamní kampaně podléhala výběru hodnotící komise.

8. Co je cílem této reklamní kampaně?

Cílem reklamní kampaně je:

- a) zvýšení povědomí o výhodách datových schránek a o jejich snadné dostupnosti pro občany i firmy;*
- b) příprava vybrané cílové skupiny na povinnosti týkajících se datových schránek, které vyplývají z legislativních změn, a maximalizace jejich pozitivního přijetí;*
- c) naplnění očekávání, že v průběhu a po realizaci veřejné zakázky dojde ke zvýšení počtu uživatelů aktivně využívajících datové schránky;*
- d) naplnění očekávání, že dojde ke změně způsobu přístupu uživatelů k datovým schránkám na bezpečnější a spolehlivější (způsob přihlašování k datové schránce).*



9. Kdy a jak bude účinnost této reklamní kampaně vyhodnocena?

Bude vyhodnocena po skončení kampaně závěrečným výzkumem a reportem.

