



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR

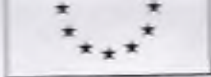


MHMPP078SVVO

PRA	HA
PRA	GUE
PRA	GA
PRA	G

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 1
OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

SMLOUVA O POSKYTNUTÍ VOUCHERU



Stejnopis č.:¹.....

Číslo smlouvy: DOT/53/03/000077/2018

Smlouva o poskytnutí vouchery

*uzavřena podle § 10a odst. 3 a násl. zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, a § 159 a násl. zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů
(dále jen „tato smlouva“)*

I.

Smluvní strany

Hlavní město Praha

se sídlem: Mariánské nám. 2/2, 110 01 Praha 1
zastoupené: Ing. Janem Zemanem, projektovým manažerem
IČO: 00064581
DIČ: CZ00064581

(dále jen „poskytovatel dotace“)

a

PromoTron Solutions a.s.

zapsaná: B 23378 vedená u Městského soudu v Praze
se sídlem: Čirůvková 127/10, Pitkovice, 104 00 Praha 10
jednající/zastoupená: [REDACTED]
IČO: 07029918
bankovní spojení: Raiffeisenbank, a.s.
číslo účtu: [REDACTED]

společnost je plátcem DPH

(dále jen „příjemce“)

(společně dále jen „smluvní strany“)

Smluvní strany se níže uvedeného dne, měsíce a roku dohodly na uzavření této smlouvy o poskytnutí vouchery.



II.

Předmět této smlouvy

Za podmínek stanovených touto smlouvou poskytne poskytovatel dotace příjemci částku ve výši 422 195 Kč (slovy: čtyři sta dvacet dva tisíc jedno sto devadesát pět korun českých) (dále jen „dotace“). Dotaci poskytuje poskytovatel dotace z programu „PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY“ (dále jen „Program“), definovaný v dokumentu Programový manuál pro udělování specializovaných voucherů v oblasti „Pražský voucher na kreativní služby“ (dále jen „Manuál“), jenž tvoří přílohu č. 1 této smlouvy, a ve vztahu k příjemci na individualizovaný projekt, popsany v Žádosti o poskytnutí voucheru (dále jen „Žádost“), která tvoří přílohu č. 2 této smlouvy (dále jen „Projekt“). Program je realizován v rámci Výzvy č. 11 – vznik a rozvoj kapacit poskytujících progresivní služby pro podnikatele, financovaný z Operačního programu Praha – pól růstu ČR (dále jen „Výzva“).

1. Podpora je poskytována v režimu de minimis ve smyslu Nařízení Komise (ES) č. 1407/2013 ze dne 18. prosince 2013, o použití článků 107 a 108 Smlouvy o fungování EU na podporu de minimis, vyhlášeném v Úředním věstníku EU dne 24. 12. 2013.
2. V souladu s ustanovením zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů, tímto poskytovatel dotace potvrzuje, že uzavření této smlouvy bylo schváleno usnesením Rady hl. města Prahy č. 2696 ze dne 23.10.2018.
3. Dotace, která je příjemci poskytnuta z rozpočtu poskytovatele dotace, je ve smyslu zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o finanční kontrole“), veřejnou finanční podporou a vztahují se na ni všechna ustanovení zákona o finanční kontrole a zákona č. 215/2004 Sb., o úpravě některých vztahů v oblasti veřejné podpory a o změně zákona o podpoře výzkumu a vývoje, ve znění pozdějších předpisů. Příjemce je povinen dle ust. § 9 odst. 2 zákona o finanční kontrole umožnit poskytovateli dotace, resp. jeho k tomu příslušným orgánům, kontrolu hospodaření příjemce a dodržování účelu podmínek, za kterých byla dotace příjemci poskytnuta a čerpána. Poskytovatel dotace má právo provést kontrolu hospodaření příjemce i před vyplacením dotace. Doba provádění kontroly se nepočítá do lhůty dle čl. IV. odst. 2 této smlouvy.



III.

Práva a povinnosti příjemce

1. Příjemce je povinen Projekt realizovat v souladu s právními předpisy, touto smlouvou a jejími přílohami č. 1 a č. 2, které jsou nedílnou součástí této smlouvy.
2. Příjemce je oprávněn provést změny v Projektu. Ke změnám v Projektu může dojít během celého projektového cyklu, tj. od podání Žádosti až po ukončení Projektu.
3. Změny v Projektu se dle závažnosti dělí na změny Projektu podstatné a nepodstatné. Nepodstatné změny nepodléhají schválení ze strany poskytovatele dotace, příjemce je povinen je písemně oznámit poskytovateli dotace při podání žádosti o proplacení dotace. Za nepodstatné změny se považuje zejména:
 - a) změna kontaktní osoby Projektu (včetně změny kontaktních údajů) či adresy pro doručení písemností;
 - b) změna v osobách vykonávajících funkci statutárního orgánu příjemce;
 - c) změna adresy realizace. Touto změnou však musí být zachováno místo realizace projektu na území hl. m. Prahy;
 - d) změna sídla či provozovny příjemce, pokud nové sídlo či provozovna budou umístěny na území hl. m. Prahy;
 - e) změna harmonogramu realizace Projektu, která neovlivní cíle, výstupy Projektu, rozpočet Projektu a celkovou délku realizace Projektu;
 - f) úprava postupu realizace aktivity, která však neovlivní její charakter, cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektu.

Ostatní změny jsou považovány za podstatné, tj. takové změny, které mají dopad na charakter, cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektu. Poskytovatel dotace si vyhrazuje právo posoudit změnu Projektu nad rámec změn uvedených pod písmeny a) – f) čl. III. odst. 3 této smlouvy jako změnu nepodstatnou. Podstatné změny vždy vyžadují schválení poskytovatelem dotace a uzavření dodatku k této Smlouvě. Účinnost podstatné změny Projektu nastává dnem účinnosti písemného dodatku k této smlouvě.

O podstatnou změnu Projektu žádá příjemce prostřednictvím písemné a odůvodněné žádosti, přičemž změny v Projektu jsou možné pouze po předchozím schválení poskytovatelem dotace, a to na základě písemné a zdůvodněné žádosti příjemce, přičemž poskytovatel dotace může schválit změnu projektu výlučně v rozsahu snížení podpořených aktivit, a to pouze v případě, že bude zachován smysl a účel Projektu a též minimální hranice dotace na jeden voucher ve smyslu přílohy č. 1 této smlouvy.

4. Příjemce má právo na poskytnutí dotace po ukončení Projektu (ex-post) na základě řádně vyplněné žádosti o proplacení dotace a při dodržení všech podmínek stanovených právními předpisy a touto smlouvou včetně Žádosti a Manuálu.



5. Příjemce je povinen uveřejnit povinnou publicitu Projektu dle podmínek uvedených v Manuálu. Poskytovatel dotace souhlasí s publikací svého loga a dalších grafických prvků pro prokázání publicity dle požadavků Manuálu.
6. Příjemce je povinen řádně uchovávat originál této smlouvy, veškeré originály účetních dokladů a originály dalších dokumentů souvisejících s Projektem po dobu 10 let počínaje prvním dnem roku následujícího po roce, kdy mu byla uhrazena dotace dle čl. IV této smlouvy.
7. Příjemce je povinen spolupracovat s poskytovatelem dotace nebo jím určeným subjektem při vyhodnocování efektů a úspěšnosti Projektu, např. účasti na dotazníkovém šetření nebo evaluačním interview, poskytnutím informací o další spolupráci, a to po dobu 5 let od proplacení dotace, přičemž poskytovatel dotace nebo jím určený subjekt může uplatnit tento požadavek nejvýše jednou ročně.
8. Příjemce podpisem této smlouvy čestně prohlašuje, že případná získaná dotace nebude použita na krytí stejných způsobilých nákladů Projektu financovaného zcela nebo zčásti z jiných veřejných dotačních titulů. Další podmínky způsobilosti, resp. nezpůsobilosti výdajů jsou uvedeny v Manuálu.
9. Příjemce je též povinen dodržovat závazné termíny stanovené v Manuálu, a to zejména termíny předkládání zpráv, povinných dokumentů a je povinen plnit další povinnosti uvedené v Manuálu.
10. Příjemce je povinen podat poskytovateli dotace žádost o proplacení dotace bez vad nejpozději do 6 měsíců od data zahájení Projektu, tj. od data zveřejnění této smlouvy v registru smluv. Příjemce není oprávněn zahájit Projekt před tímto datem.
11. Příjemce je povinen ve lhůtě do 90 dnů od podpisu této smlouvy uzavřít smlouvu či objednávky s vybranými dodavateli v souladu s čl. 4.2. Manuálu. Obsah spolupráce musí být realizován až po podepsání smlouvy o dílo oběma stranami, popř. doručení potvrzení objednávky, pokud nebyla uzavírána smlouva o dílo.

IV.

Povinnosti poskytovatele dotace

1. Žádost o proplacení dotace musí být bez vad. Pokud budou nalezeny vady v žádosti o proplacení dotace, bude tato žádost vrácena k odstranění vad. Až po odstranění vad je možné dotaci proplatit. Doba, kdy je žádost o proplacení dotace vrácena a vady odstraňovány, se nezapočítává do lhůty pro proplacení dotace dle čl. IV. odst. 2 této smlouvy, tato lhůta začne běžet od předložení žádosti o proplacení dotace bez vad.



2. Poskytovatel dotace je povinen poukázat příjemci bankovním převodem dotaci - částku uvedenou v článku II. odst. 1 této smlouvy, případně sníženou o částku odpovídající aktivitě, která byla z Projektu vypuštěna postupem dle čl. III. odst. 3 této smlouvy, tj. uzavřením dodatku k této smlouvě, ve lhůtě nejpozději do 42 pracovních dnů ode dne předložení žádosti o proplacení dotace poskytovateli dotace za podmínky úplnosti žádosti o proplacení dotace, jejího předložení ve lhůtě stanovené v Manuálu a realizace Projektu v souladu s právními předpisy, touto smlouvou a jejími přílohami č. 1 a č. 2.
3. Smluvní strany výslovně sjednávají, že uveřejnění této smlouvy 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), zajistí poskytovatel dotace.

V.

Ukončení smlouvy a navrácení dotace

1. Vztah založený touto smlouvou lze ukončit na základě písemné dohody obou smluvních stran nebo výpovědí této smlouvy poskytovatelem dotace.
2. Dohoda o ukončení této smlouvy musí být písemná a musí v ní být uvedeny důvody, které vedly k ukončení této smlouvy, včetně způsobu vzájemného vypořádání práv a povinností smluvních stran.
3. V případě neplnění či porušení povinností vyplývajících z této smlouvy pro příjemce, má poskytovatel dotace právo písemně vypovědět tuto smlouvu. Toto právo má poskytovatel zejména, pokud ze strany příjemce dojde k závažnému porušení této smlouvy či jejích příloh. Závažným porušením se rozumí zejména:
 - a) realizace Projektu v rozporu s právními předpisy, touto smlouvou, Žádostí a Manuálem;
 - b) použití dotace (případně její části) v rozporu s účelem, který je stanoven touto smlouvou, příp. jejími přílohami;
 - c) neumožnění provedení kontroly poskytovatelem dotace dle čl. II. odst. 4 této smlouvy;
 - d) uvedení nepravdivých, nesprávných či neúplných údajů příjemcem v Žádosti;
 - e) realizace spolupráce mezi příjemcem a dodavatelem služby (resp. dodavatelem služeb) před podepsáním smluv či objednávek dle čl. III. odst. 11 této smlouvy;
 - f) podání Žádosti o proplacení vouchery s vadami dle čl. III. odst. 10 této smlouvy;



4. Písemnou výpovědí této smlouvy poskytovatelem dotace zaniká nárok na proplacení dotace. V případě, že k proplacení dotace došlo již před doručením výpovědi příjemci, je příjemce povinen provést vyúčtování dotace a vrátit na bankovní účet poskytovatele dotace uvedený v záhlaví této smlouvy dosud poskytnuté peněžní prostředky bez zbytečného odkladu, nejpozději však do třiceti (30) dnů od uplynutí výpovědní lhůty. Výpovědní lhůta činí sedm (7) dní ode dne doručení výpovědi příjemci. Pokud příjemce ve stanovené lhůtě poskytnutou dotaci nevrátí, považují se finanční prostředky z dotace za zadržené ve smyslu zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů.
5. V případě, že příjemce poruší jakoukoli povinnost stanovenou mu právními předpisy v souvislosti s realizací Projektu, touto smlouvou včetně jejích příloh a dokumentů tam uvedených nebo se jeho prohlášení uvedená v Žádosti o poskytnutí vouchery či v žádosti o proplacení dotace či v této smlouvě ukáží jako nepravdivá, nesprávná či neúplná poté, co došlo k proplacení dotace poskytovatelem dotace, bude se jednat o porušení rozpočtové kázně dle §22 zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, a poskytovatel dotace je oprávněn uložit příjemci odvod a penále dle citovaného zákona, popř. právo vypovědět tuto smlouvu dle čl. V. odst. 3 této smlouvy.
6. V případě, že bylo rozhodnuto o porušení rozpočtové kázně dle zákona č. 250/2000 Sb., budou odvod i případné penále za porušení rozpočtové kázně vyměřeny ve výši stanovené tímto zákonem.
7. V případě přeměny nebo zrušení příjemce dotace s likvidací je příjemce dotace povinen dotaci vyúčtovat ke dni přeměny nebo zrušení s likvidací a do 15ti dnů ode dne kdy k přeměně nebo zrušení s likvidací došlo, předložit vyúčtování dotaci poskytovateli. Ve stejné lhůtě je příjemce povinen vrátit nevyčerpanou část dotace.

VI.

Závěrečná ustanovení

1. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami. Tato smlouva musí být vždy nejprve podepsána příjemcem a následně poskytovatelem dotace. Účinnost nabývá smlouva zveřejněním 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).
2. Tato smlouva může být měněna nebo doplňována pouze písemnými, vzestupně očíslovanými dodatky, odsouhlasenými a podepsanými oběma smluvními stranami. Tyto dodatky se stávají nedílnou součástí této smlouvy.



3. Příjemce:

- a) souhlasí se zveřejněním a medializací údajů poskytovatelem dotace nebo jím určeným subjektem, a to v rozsahu identifikačních údajů příjemce, údajů o Projektu dle přílohy č. 2 této smlouvy, dále celkových výdajů Projektu, a výše dotace;
- b) prohlašuje a podpisem této smlouvy stvrzuje, že byl před podpisem této smlouvy řádně a podrobně seznámen s podmínkami čerpání dotace dle této smlouvy, tj. zejména s podmínkami uvedenými v příloze č. 1 této smlouvy, bere na vědomí všechny stanovené podmínky, vyslovuje s nimi svůj bezvýhradný souhlas a zavazuje se k jejich plnění, stejně jako k plnění závazků vyplývajících mu z této smlouvy, včetně specifik Projektu a požadavků vzešlých na základě veřejnosprávní kontroly Projektu;
- c) prohlašuje, že veškeré údaje a informace obsažené v Žádosti, této smlouvě, jakož i v souvisejících přílohách a podkladech jsou správné a pravdivé.

4. Příjemce výslovně souhlasí, aby tato smlouva byla uvedena v Centrální evidenci smluv (CES), vedené poskytovatelem dotace, která je veřejně přístupná a která obsahuje údaje o smluvních stranách této smlouvy, předmětu této smlouvy, číselném označení této smlouvy, datu jejího podpisu a obsahuje rovněž plný text této smlouvy. Smluvní strany výslovně prohlašují, že skutečnosti uvedené v této smlouvě nepovažují za obchodní tajemství ve smyslu § 504 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a udělují svolení k jejich užití a zveřejnění bez stanovení jakýchkoliv dalších podmínek.

5. Příjemce nemá nárok na proplacení dotace, pokud bude z jakýchkoliv důvodů zastaveno nebo přerušeno financování Operačního programu Praha – pól růstu ČR, v rámci něhož je Výzva zveřejňována.

6. Smluvní strany také souhlasí s poskytnutím informací v rozsahu ustanovení zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

7. Příjemce není oprávněn převést svá práva a závazky z této smlouvy na jiný subjekt.

8. Tato smlouva je sepsána ve čtyřech (4) vyhotoveních, z nichž tři (3) jsou určena pro poskytovatele dotace a jedno (1) pro příjemce.

9. V případě, že se některá ustanovení této smlouvy stanou neplatnými a současně budou oddělitelná od ostatních ustanovení této smlouvy, nezpůsobí neplatnost celé smlouvy. V takovém případě se smluvní strany zavazují takové neplatné ustanovení této smlouvy nahradit ustanovením novým, které se svým obsahem a účelem bude nejvíce blížit obsahu a účelu neplatného ustanovení, a to bez zbytečného odkladu, po požádání kterékoliv smluvní strany.



10. Smluvní strany prohlašují, že si tuto smlouvu řádně přečetly, jejímu obsahu porozuměly, její obsah je srozumitelný a určitý, že jim nejsou známy žádné důvody, pro které by tato smlouva nemohla být řádně plněna nebo které by způsobovaly neplatnost této smlouvy a že je projevem jejich pravé, svobodné a vážné vůle prosté omylu, projevené při plné způsobilosti právně jednat, a dále že tato smlouva nebyla ujednána v rozporu se zákonem a nepříčí se dobrým mravům a veškerá prohlášení v této smlouvě odpovídají skutečnosti, což vše níže stvrzují svými podpisy.

Přílohy:

Příloha č. 1 - Programový manuál pro udělování specializovaných voucherů v oblasti „Pražský voucher na kreativní služby“

Příloha č. 2 - Žádost o poskytnutí voucheru podaná příjemcem včetně jejích příloh

V Praze dne: 29.10.2018

poskytovatel dotace

Hlavní město Praha

.....

Ing. Jan Zeman

Projektový manažer

V Praze dne: 29.10.2018

příjemce

PromoTron Solutions a.s.

jméno jednatele



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
OP Praha - pól růstu ČR



Příloha č. 1 – Programový manuál pro udělování specializovaných voucherů v oblasti „Pražský voucher na kreativní služby.“

PROGRAMOVÝ MANUÁL PRO UDĚLOVÁNÍ SPECIALIZOVANÝCH VOUCHERŮ V OBLASTI

„PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY“

OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR



OBSAH PROJEKTOVÉHO MANUÁLU

1	ÚVOD	3
2	CÍLE PROJEKTU	3
2.1	<i>Papís projektu a jeho zdůvodnění</i>	3
2.2	<i>Přínos pro hl. město Prahu</i>	4
2.3	<i>Základní ustanovení</i>	4
2.4	<i>Základní pojmy</i>	4
3	FINANČNÍ ALOKACE	5
3.1	<i>Alokace projektu</i>	5
3.2	<i>Forma podpory</i>	5
3.3	<i>Výše podpory</i>	6
3.4	<i>Povinná spoluúčast financování projektu</i>	7
4	VYMEZENÍ ŽADATELŮ O PODPORU	7
4.1	<i>Žadatelé</i>	7
4.2	<i>Dodavatelé kreativních služeb</i>	8
5	ZPŮSOBILOST VÝDAJŮ	9
5.1	<i>Způsobilé aktivity / výdaje</i>	9
5.2	<i>Nezpůsobilé aktivity / výdaje</i>	10
6	PODÁNÍ ŽÁDOSTI O POSKYTNUTÍ VOUCHERU	10
7	VÝSTUPY SPOLUPRÁCE	11
8	HODNOCENÍ ŽÁDOSTÍ.....	11
9	SCHVÁLENÍ ŽÁDOSTI.....	14
10	ŽÁDOST O PROPLACENÍ VOUCHERU.....	14
11	POVINNÁ PUBLICITA.....	15
12	PROJEKTOVÉ SCHÉMA	16
13	ZMĚNY PROJEKTU.....	16
14	EVALUACE A KONTROLA	17
15	ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ	17



1 ÚVOD

Tento Programový manuál pro udělování voucherů v programu Pražský voucher na kreativní služby je součástí dokumentace projektu „Specializované vouchery“ v rámci Výzvy č. 11 – Vznik a rozvoj kapacit poskytujících progresivní služby pro podnikatele (MSP), Operačního programu Praha – pól růstu ČR (dále jen „OP PPR“).

Projekt „Specializované vouchery“ bude implementován prostřednictvím čtyř voucherových aktivit: Pražský voucher na zahraniční veletrhy a výstavy, Pražský voucher na pobyt v zahraničních inkubátorech, Pražský voucher na koučing a mentoring, Pražský voucher na kreativní služby. Využitím voucherů v rámci tohoto projektu bude v zúčastněných MSP dosaženo produktové, procesní, organizační nebo marketingové inovace.

2 CÍLE PROJEKTU

2.1 Popis projektu a jeho zdůvodnění

Posláním projektu je podpora malých a středních firem (dále také „MSP“) na území hlavního města Prahy, s podnikatelskou historií do 3 let (v okamžiku předložení žádosti) a to zejména za účelem tvorby inovací a růstu získáním konkurenční výhody, zvýšením kvality nabídky jejich produktů a služeb pomocí využití spolupráce s profesionálními kreatívci. V rámci projektu bude podporováno využívání specializovaných služeb, u kterých není efektivní, aby MSP měly vlastní interní kapacity na jejich zajištění.

Aktivita projektu mají přímou vazbu na priority Národní RIS3¹ strategie či Regionální inovační strategie hl. m. Prahy. Projekt „Specializované vouchery“ odpovídá svým zaměřením Klíčové oblasti změn B: „Snazší vznik a rozvoj znalostně intenzivních firem“ [konkrétní oblast: Vznik a rozvoj kapacit poskytujících progresivní služby pro podnikatele (MSP) - SC 1.2, aktivita 1.2.2 OP PPR] a klastru aktivit Služby pro podniky založené na znalostech Regionální inovační strategie hl. m. Prahy.

Cílem projektu je zvýšit kvalitu nabídky MSP (zejména jejich produktů a služeb) a získat nové přístupy v kulturních a kreativních odvětvích průmyslu, díky čemuž budou schopni upevnit svoji pozici na trhu. Přerozdělování kreativních voucherů výrazně přispěje k uvědomění si podstaty kreativních řešení, jejich inovativního využití a dopadu na zvýšení trvalé přidané hodnoty. Díky tomu se žadatelé naučí komunikovat s kreativními tvůrci v rámci zadávání vlastních projektů a osvojí si dovednosti obou stran.

V rámci programu Pražský voucher na kreativní služby žadatelé získají podporu na nákup služeb kreativních firem, které pro ně zajistí podporované služby stanovené výzvou. Specifikace těchto aktivit je v kapitole Způsobitelné aktivity, tohoto Programového manuálu.

¹Odkaz: <http://vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=741706>, obzvláště str. 82 – 84 týkající se zdůvodnění zařazení kulturních a kreativních průmyslů mezi generické domény specializace a str. 104 týkající se matice výzkumných a inovačních potřeb



2.2 Přínos pro hl. město Prahu

Místem dopadu realizace tohoto projektu je území hl. m. Prahy. Přínos realizace tohoto projektu spočívá v ekonomickém dopadu vlivem zvýšení obchodních aktivit podpořených pražských firem, ve výrazné podpoře mladých pražských podniků formou zvýšení jejich nabídek kreativně lepších produktů, služeb či procesů, což povede ke zvýšení konkurenceschopnosti a k jejich dalšímu rozvoji. V neposlední řadě dojde také k výrazné prezentaci hl. města Prahy jako inovativní a kreativní metropole EU.

2.3 Základní ustanovení

Název poskytovatele podpory (voucherů): Hlavní město Praha, Magistrát hlavního města Prahy, Odbor projektového řízení, Oddělení strategie a podpory podnikání, Jungmannova 36/31, Praha 1, PSČ 110 00

Název subjektu, který přijímá Žádosti o poskytnutí voucheru: Hlavní město Praha, Magistrát hlavního města Prahy, Odbor projektového řízení, Oddělení strategie a podpory podnikání, Jungmannova 36/31, Praha 1, PSČ 110 00

Název subjektu, který provádí hodnocení a výběr projektů: Hlavní město Praha, Magistrát hlavního města Prahy, Odbor projektového řízení, Oddělení strategie a podpory podnikání, Jungmannova 36/31, Praha 1, PSČ 110 00

2.4 Základní pojmy

Dotace (pro účely tohoto manuálu): Peněžní prostředky z rozpočtu územních samosprávných celků poskytnuté právnickým osobám na stanovený účel a za podmínek uvedených ve Smlouvě o poskytnutí voucheru vydané poskytovatelem příjemci voucheru ve smyslu zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů. Pojem dotace má vazbu na pojem podpora, ale má užší vymezení, tzn. pojem podpora je obecnější pojem zahrnující např. i finanční nástroje. Jedná se o nenávratnou formu podpory.

Projekt: Ucelený soubor aktivit financovaných z voucherového programu, které směřují k dosažení předem stanovených a jasně definovaných měřitelných cílů. Projekt je realizován v určeném časovém horizontu podle zvolené strategie a s daným rozpočtem.

Voucher: Dotační nástroj pro podniky, pomocí kterého mohou u dodavatelů služeb financovat aktivity zaměřené na produktovou, procesní, marketingovou, nebo organizační inovaci. Voucher opravňuje jeho držitele využít získané finanční prostředky k úhradě služeb schválených v Žádosti o poskytnutí voucheru.

Voucherový program: Soubor všech pravidel definujících podmínky pro žadatele o voucher.



Kreativní služby: Kreativci jsou profesionálové, kteří poskytují kreativní řešení v oblasti tvorby a prezentace produktů nebo služeb. Kreativci žadatelům pomáhají vylepšovat produkty i lépe komunikovat se zákazníky.

3 FINANČNÍ ALOKACE

3.1 Alokace projektu

Celkový rozpočet projektu pro program Pražský voucher na kreativní služby je **30 mil. Kč**.

Předpokládaný plán výzev:

Výzva č.	Zahájení výzvy	Ukončení výzvy	Alokace na výzvu
I.	1/2018	6/2018	20 mil. Kč
II.	9/2018	2/2019	10 mil. Kč

Plán výzev je pouze indikativní. Poskytovatel podpory si vyhrazuje právo upravovat plán výzev dle potřeb. V návaznosti na zjištěný převis poptávky lze prostředky přesouvat mezi jednotlivými naplánovanými výzvami, nebo oblastmi podpory s možností úpravy alokace pro aktuální výzvu, prostředky lze přesouvat i v průběhu výzvy. Výzvy jsou průběžné.

3.2 Forma podpory

Podpora je poskytována **formou zpětně proplácené dotace, pro účely tohoto manuálu nazývané voucheru**, i když nejde o poukázku v obvyklém smyslu chápání. Voucher opravňuje jeho držitele, tj. žadatele, využít získané finanční prostředky na nákup předem určených služeb spojených s podporovanými aktivitami.

V případě, že žadatel není plátcem DPH, ale dodavatel služeb je plátcem DPH a vyúčtuje žadateli náklady za služby i s DPH, pak i tato výše DPH vztahující se k nákladům v souvislosti s podporovanými aktivitami je považována za způsobilou a je voucherem též pokryta.

Dotace bude žadateli prioritně poskytnuta jako **podpora de minimis** (dokládá žadatel čestným prohlášením) ve smyslu Nařízení Komise (EU) č. 1407/2013 ze dne 18. prosince 2013, o použití článků 107 a 108 Smlouvy o fungování Evropské unie na podporu de minimis (dále jen de minimis), Úřední věstník EU, L 352, 24. 12. 2013, str. 1-8.

Výše čerpané podpory de minimis si žadatelé mohou ověřit v Rejstříku de minimis na tomto odkazu: <http://eagri.cz/public/app/RDM/Portal/Subject/Search>. Žadatelé nesmí být poskytnuta podpora de minimis v případě, že by součet všech podpor de minimis žadatele činil v rozhodném období spolu s touto podporou částku vyšší než 200 000 EUR. Rozhodným obdobím je současné a dvě předchozí účetní období.

V případě udělení voucheru žadateli v režimu de minimis zapisuje poskytovatel dotace, zastoupený Odborem projektového řízení MHMP, do rejstříku podpor de minimis tuto



skutečnost k rozhodnému dni, kterým je datum účinnosti Smlouvy o poskytnutí vouchery, tzn. datum jejího zveřejnění v Registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv.

V případě přečerpání limitu de minimis může být projekt podpořen i v režimu **blokové výjimky**. V režimu blokové výjimky je podpora poskytována v režimu čl. 28 - Podpora na inovace určená malým a středním podnikům podle Nařízení Komise EU č. 651/2014. V rámci jednoho projektu není přípustná kombinace uvedených režimů podpor.

Čerpání podpory v režimu blokové výjimky se řídí „Pravidly pro získání podpory v režimu blokové výjimky“, které jsou součástí textu výzvy.

Podpora bude poskytnuta v souladu s Pravidly spolufinancování Evropských strukturálních a investičních fondů v programovém období 2014-2020, v souladu s Pravidly pro žadatele a příjemce Operačního programu Praha – pól růstu ČR a v souladu s podmínkami stanovenými v tomto dokumentu.

Voucher bude **proplacen ex-post na základě dokladů předložených žadatelem v Žádosti o proplacení vouchery**. Předpokladem je počáteční plné předfinancování výdaje projektu žadatele z vlastních zdrojů žadatele.

Podpora nesmí být použita na krytí aktivit, které již žadateli byly proplaceny z jiných veřejných zdrojů.

3.3 Výše podpory

Výše podpory každého jednotlivého projektu je stanovena následovně:

- de minimis – dotace 85% ze způsobilých výdajů
- bloková výjimka – dotace 50% ze způsobilých výdajů (pouze v případě vyčerpání limitu de minimis žadatele)

Minimální výše rozpočtu projektu v režimu de minimis: 100 tis. Kč

Minimální výše rozpočtu projektu v režimu blokové výjimky: 170 tis. Kč (v případě využití režimu blokové výjimky)

Maximální výše rozpočtu projektu nesmí dosáhnout ani překročit hodnotu 500 tis. Kč

Minimální výše dotace: 85.000 Kč

Maximální výše dotace:

- v případě podpory v režimu de minimis až 424.999,- Kč
- v případě podpory v režimu blokové výjimky až 249.999,- Kč

V rámci **1 vouchery** je možno pokrýt náklady pouze **na 1 spolupráci**.

V rámci **1 výzvy** je žadatel oprávněn předložit **více žádostí** o poskytnutí vouchery, avšak vždy **s odlišnými aktivitami**.



Max. délka 1 projektu v rámci jedné žádosti je nejvýše 12 měsíců od jeho zahájení (dle textu výzvy), tj. od data zveřejnění smlouvy o poskytnutí vouchery v registru smluv. Povinností žadatele je podat Žádost o poskytnutí vouchery s dostatečným předstihem před zahájením projektových aktivit.

3.4 Povinná spoluúčast financování projektu

U zaehodované Žádosti o poskytnutí vouchery bude prioritně poskytnuta **podpora ve formě de minimis s výší 85%** a stanovena povinná **spoluúčast na financování projektu** ze strany žadatele ve výši **15%**.

Pokud bude mít žadatel podporu de minimis (po započtení nákladů na voucher) dle registru vyčerpanou (limit 200 tis. EUR za 3 poslední účetní období), může využít režim **čerpání z blokové výjimky**, ovšem již s povinnou **50% spoluúčastí**.

Hrazení DPH z poskytnuté podpory je možné pouze v případě, že žadatel **není** plátcem DPH a/nebo **nemá** nárok na odpočet DPH.

4 VYMEZENÍ ŽADATELŮ O PODPORU

4.1 Žadatelé

Žadatel musí k datu podání žádosti o poskytnutí vouchery splňovat následující podmínky:

- Malý a střední podnikatel splňující podmínky stanovené v Příloze č. 1 Nařízení Komise (EU) č. 651/2014 ze dne 17. června 2014, kterým se v souladu s články 107 a 108 Smlouvy o EU prohlašují určité kategorie podpory za slučitelné s vnitřním trhem.
- Žadatel je právnickou osobou².
- Podnikatelská historie musí být max. do 3 let od zapsání do veřejného rejstříku nejpozději v době podání žádosti.
- Z hlediska klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) není žadatel omezen.³
- Musí být zaregistrován jako poplatník daně z příjmů.
- Musí být oprávněn k podnikání v souladu s právními předpisy ČR a zároveň musí mít sídlo či zapsanou provozovnu v hlavním městě Praze⁴. Provozovna firmy musí být zapsána v živnostenském rejstříku dle Živnostenského zákona.
- Místo realizace projektu musí být na území hl. m. Prahy.

² Příjemcem podpory mohou být subjekty mající tyto právní formy: veřejná obchodní společnost, společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, akciová společnost, evropská společnost, evropské hospodářské zájmové sdružení, družstvo, evropská družstevní společnost.

³Nelze podpořit činnosti erotického charakteru a činnosti související s provozováním loterií a jiných podobných her.

⁴Provozovna firmy musí být zapsána v živnostenském rejstříku dle zákona 455/1991 Sb., živnostenský zákon.



5 ZPŮSOBILOST VÝDAJŮ

5.1 Způsobilé aktivity / výdaje

Obecná způsobilost výdajů se řídí Pravidly pro žadatele a příjemce Operačního programu Praha – pól růstu ČR. Dále platí, že v rámci jednoho vouchery je možno podpořit MSP, kteří budou nakupovat poradenské a kreativní služby dodavatelů zabývajících se některou z následujících podporovaných oblastí:

- animace;
- architektura;
- branding a design (produktový a průmyslový design);
- fotografie, hudba, zvuk a video;
- ilustrace;
- multimediální prezentace vč. webových stránek;
- mobilní aplikace;
- online marketing;
- public Relations;
- zábavní software a 3D aplikace;
- produkce a reklama;
- řemesla,
- vydavatelství.

Podmínky způsobilosti výdajů:

- musí splňovat obecné principy způsobilosti výdajů z hlediska času, umístění a účelu a musí být vynaloženy v souladu se zásadami hospodárnosti, efektivnosti a účelnosti. Hospodárnost Žádosti o poskytnutí vouchery bude kontrolována v rámci kritérií přijatelnosti expertním hodnotitelem,
- musí být vynaloženy v souladu s cíli programu a musí bezprostředně souviset s realizací projektu (musí být uvedeny v žádosti schválené poskytovatelem podpory; případné změny je třeba předem konzultovat s kontaktní osobou poskytovatele dotace),
- musí být vynaloženy nejdříve v den zveřejnění Smlouvy o poskytnutí vouchery v registru smluv,
- musí být před proplacením prokazatelně zaplacený žadatelem (dodavatelům),
- výdaje uplatnitelné v rámci projektu nelze pořídit od propojených osob⁵,
- musí být doloženy průkaznými účetními doklady,
- způsobilé výdaje musí být definovány v Žádosti o poskytnutí vouchery.

⁵Bližší informace o propojeném podniku naleznete v METODICKÉ PŘÍRUČCE k aplikaci pojmu „jeden podnik“ z pohledu pravidel podpory *de minimis* na stránkách www.uohs.cz



5.2 Nezpůsobilé aktivity / výdaje

Nepodporované aktivity:

- vzdělání a nábor zaměstnanců;
- samostatné překlady;
- vybavení interiéru;
- zakoupení hotového uměleckého díla;
- team-building,
- gamifikace směřované na zlepšení procesů uvnitř firmy;
- nákup mediálního prostoru, apod.

Nezpůsobilé výdaje:

- DPH v případě, že žadatel je plátce DPH a má nárok na odpočet DPH,
- výdaje spojené s administrací projektu,
- náklady na povinnou publicitu projektu,
- právní služby,
- dotační poradenství,
- běžně se opakující služby (např. účetnictví),
- vzdělávání,
- výdaje vzniklé nebo uhrazené před datem účinnosti smlouvy o poskytnutí vouchery,
- splátky půjček a úvěrů,
- sankce a penále,
- výdaje na záruky, pojištění, úroky, bankovní poplatky, kurzové ztráty, celní a správní poplatky,
- leasing,
- výdaje, které již byly poskytnuty na jiné veřejné prostředky,
- návodky, technické popisky, ceníky, vizitky, firemní obálky, a jiné tiskoviny, poštovné, ubytování, cestovné, stravné, osobní výdaje, dárkové předměty.

6 PODÁNÍ ŽÁDOSTI O POSKYTNUTÍ VOUCHERU

Žádost o poskytnutí vouchery podává žadatel prostřednictvím on-line portálu v **elektronické podobě** na www.prazskyvoucher.cz. V případě nefunkčnosti on-line portálu je žadatel oprávněn zaslat žádost o poskytnutí vouchery, vč. všech souvisejících příloh, datovou schránkou⁶.

Žádost musí obsahovat informace o žadateli, název a velikost podniku, popis projektu, předpokládané termíny zahájení a ukončení realizace projektu, umístění projektu, seznam nákladů, druh podpory a výši veřejného financování a všechny povinné přílohy.

⁶ID datové schránky hl. m. Prahy: 48ia97h.



Žadatel je v okamžiku podání žádosti **povinen předložit následující dokumenty:**

- **Projektový záměr** dle doporučené osnovy, která je přílohou výzvy (max. 8 stran textu)
- **Nabídka dodavatele kreativních služeb** (žadatel v okamžiku podání žádosti musí mít vybraného jednoho z registrovaných dodavatelů kreativních služeb u Poskytovatele dotace; nabídka bude předložena na formuláři, který je přílohou výzvy).
- **další dokumenty dokládající skutečnosti** uvedené v Projektovém záměru (např. smlouvy o spolupráci, certifikáty, dokumenty prokazující zajištění externího financování projektu, atp.).

Všechny předložené dokumenty musí být opatřeny kvalifikovaným elektronickým podpisem žadatele.

Žádost s přílohami musí být podána v českém jazyce.

Žadatel v Žádosti o poskytnutí voucheru uvede předpokládané datum zahájení a ukončení projektu. Skutečné datum zahájení projektu bude ovlivněno délkou schvalovacího procesu Žádosti o poskytnutí voucheru, přičemž skutečným dnem zahájení projektu je den zveřejnění Smlouvy o poskytnutí voucheru v registru smluv.

V rámci **1 výzvy** je žadatel oprávněn předložit **více Žádostí** o poskytnutí voucheru, avšak vždy **s odlišnými aktivitami**.

7 VÝSTUPY SPOLUPRÁCE

Žadatel je povinen stanovit v žádosti o voucher výstup spolupráce, který bude výsledkem voucheru. Povaha těchto výstupů bude závislá na povaze projektu, ale obecně se bude jednat např. o hodnotící zprávy, podnikatelské záměry, nabídky, prezentace, apod.

Výstup spolupráce si definuje sám žadatel v rámci žádosti o voucher, kde uvede formu výstupu a stručně jej popíše.

8 HODNOCENÍ ŽÁDOSTÍ

U voucherových projektů na kreativní služby bude prováděno formální hodnocení a hodnocení přijatelnosti projektu. V případě splnění stanovených požadavků proběhne schválení žádostí v orgánech hl. m. Prahy.

Formální kontrola přijatých žádostí o poskytnutí voucheru představuje revizi splnění všech předepsaných formálních náležitostí žádosti včetně jejích příloh. Tuto kontrolu provádí Oddělení strategie a podpory podnikání, Odbor projektového řízení Magistrátu hl. m. Prahy.



	za dodavatele).		
11	Projekt bude realizován nejpozději do 12 měsíců (dle textu Výzvy) od zahájení projektu.	Nenapravitelné	Žádost a její přílohy

Pořadí	Kritéria přijatelnosti	Ano / Ne	Zdroj
1	Projekt odpovídá cílům programu a výzvy.: <ul style="list-style-type: none"> Podpora MSP při využívání specializovaných služeb potřebných k jejich rozvoji. Podpora MSP ve využívání profesionálních kreativců s cílem zlepšení produktů, služeb či procesů. 		Žádost a její přílohy
2	Žadatel je právnickou osobou s podnikatelskou historií do 3 let.		Žádost a její přílohy
3	Žadatel splňuje definici malého a středního podniku.		Žádost a její přílohy
4	Projekt nebyl zahájen před datem podání Žádosti o poskytnutí vouchery (nepočítá se sem Nabídka na poskytnutí kreativních služeb).		Žádost a její přílohy
5	Žadatel má sídlo/provozovnu na území hl. m. Prahy.		Žádost a její přílohy
6	Projekt je v souladu s pražskými/národními doménami specializace.		Žádost a její přílohy
7	Projektový záměr obsahuje pouze způsobilé výdaje.		Žádost a její přílohy
8	Ekonomická aktivita a dopad projektu bude na území hl. m. Prahy.		Žádost a její přílohy
9	Projekt je v souladu s hlavními podnikatelskými/ekonomickými aktivitami žadatele.		Žádost a její přílohy, veřejné rejs.
10	Projekt respektuje finanční limity rozpočtu stanovené výzvou, dle kapitoly 3.3. manuálu.		Žádost a její přílohy
11	Výše vlastních zdrojů žadatele je uvedena v souladu s výzvou		Žádost a její přílohy
12	Podpora de minimis respektuje podmínky stanovené		Žádost a její přílohy



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
OP Praha - pól růstu ČR



	výzvou/GBER a žadatel doložil čestné prohlášení.		přílohy, registr de minimis
13	Předmět poskytnutí služby je v Projektovém záměru popsán dostatečně konkrétně a srozumitelně.		Žádost a její přílohy
14	Rozpočet projektu je přiměřený obsahu zakázky.		Žádost a její přílohy
15	Výdaje v rozpočtu projektu odpovídají cenám obvyklým.		Žádost a její přílohy
16	Žadatel dostatečně popsal způsob využití a přínos poskytnuté služby pro své podnikání.		Žádost a její přílohy
17	Cenová kalkulace nabídky odpovídá předmětu Žádosti o poskytnutí voucheru.		Žádost a její přílohy
18	Projektový záměr koresponduje s Nabídkou poskytnutí kreativní služby.		Žádost a její přílohy

9 SCHVÁLENÍ ŽÁDOSTI

Schválení příjemců konkrétních vyhodnocených přijatých žádostí provádí Rada a Zastupitelstvo hlavního města Prahy na základě výběru úspěšných žadatelů o voucher. Na základě schválení v Radě hlavního města Prahy a Zastupitelstva hlavního města Prahy bude mezi poskytovatelem voucheru/dotace a příjemcem uzavřena Smlouva o poskytnutí voucheru (dále jen „Smlouva“).

V případě, že souhrnná žadateli požadovaná částka uvedená v žádostech, které úspěšně projdou hodnocením, převyší alokovanou částku, rozhodovat bude datum a čas předložení žádosti. Poskytovatel může v případě výrazného převisu kvalitních žádostí navýšit alokaci výzvy.

10 ŽÁDOST O PROPLACENÍ VOUCHERU

Podpora bude proplácena žadateli ex-post po ukončení projektu na základě dokladů předložených v Žádosti o proplacení voucheru. Povinné přílohy jsou:

1. Žádost o proplacení voucheru (online) – vzor dostupný na webu programu;
2. kopii faktury - daňového dokladu vystaveného dodavatelem služeb spolu s likvidačními listy dle zákona o účetnictví;
3. kopie výpisu z účtu, event. pokladního dokladu prokazujícího řádné zaplacení faktury / daňového dokladu dodavatele kreativních služeb. Ten musí obsahovat shodnou



částku, variabilní symbol a shodné číslo účtu dodavatele služby, které jsou uvedeny na faktuře / daňovém dokladu;

4. kopie smluv / objednávek s dodavatelem služeb na základě jejich nabídky;
5. předávací protokol – vzor dostupný na webu programu;
6. hodnotící zpráva – vzor dostupný na webu programu.

Žádost o proplacení včetně všech nezbytných příloh musí být v bezchybném stavu předložena prostřednictvím on-line portálu nejpozději v den ukončení doby realizace projektu. Žádosti nekompletní, vykazující nedostatky či podané po termínu budou automaticky zamítnuty.

Žádost o proplacení vouchery musí být podepsána kvalifikovaným elektronickým podpisem.

Veškerá dokumentace bude předkládána pouze v elektronické podobě.

Poskytovatel dotace po obdržení všech výše zmíněných dokumentů po vyhodnocení splnění podmínek pro proplacení dotace žadatelem zašle finanční prostředky nejpozději do 42 pracovních dnů od data doručení Žádosti o proplacení vouchery.

11 POVINNÁ PUBLICITA

Žadatel je povinen se řídit pravidly pro publicitu projektů a dodržovat jednotný vizuální styl dle poslední aktuální verze platných Pravidel pro žadatele a příjemce OPPPR (část C, kapitola 16 - Pravidla pro publicitu projektů).

Dodržování publicity znamená, že příjemce je povinen na svých internetových stránkách (pokud jimi disponuje) umístit stručnou informaci o projektu a logo poskytovatele dotace a Operačního programu Praha – pól růstu ČR. Těmito logy musí být opatřeny i veškeré výstupy (prezentace, metodiky, zápisy, podnikatelské plány apod.), které vznikly v souvislosti s čerpáním kreativních služeb.

Informaci o podpoře projektu z dotace poskytnuté poskytovatelem dotace zveřejní žadatel bezprostředně po uzavření Smlouvy o poskytnutí vouchery, přičemž v případě úspěšné realizace projektu a proplacení dotace se zavazuje, že informaci o podpoře projektu dotací od poskytovatele dotace ponechá uveřejněnou na svých webových stránkách minimálně 12 měsíců od proplacení dotace.

Odkaz na aktuální pravidla publicity: <http://penizeproprahu.cz/pravidla-pro-zadatele-a-prijemce/>

Odkaz na loga publicity: <http://penizeproprahu.cz/pravidla-pro-zadatele-a-prijemce/>



12 PROJEKTOVÉ SCHÉMA

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

- 1 – Poptávka / nabídka služeb
- 2 – Žádost o voucher
- 3 – Smlouva o poskytnutí voucheru
(HMP a žadatel)
- 4 – Smlouva o poskytnutí služeb
(žadatel a poskytovatel služeb)
- 5 – Realizace zakázky
- 6 – Platba za zakázku
- 7 – Žádost o proplacení dotace
z prostředků HMP + dokumentace,
- 8 – Proplacení voucheru (ex-post)
- 9 – Kontrolní činnost a vyhodnocení



13 ZMĚNY PROJEKTU

Změny v projektu se dle závažnosti dělí na změny projektu podstatné a nepodstatné. Nepodstatné změny projektu nepodléhají schválení ze strany poskytovatele dotace a příjemce je povinen je písemně oznámit poskytovateli dotace při podání Žádosti o proplacení voucheru.

Za nepodstatné změny se považuje:

- a) změna kontaktní osoby projektu (vč. změny kontaktních údajů) či adresy pro doručení písemností;
- b) změna v osobách vykonávajících funkci statutárního orgánu příjemce;
- c) změna adresy realizace; touto změnou však musí být zachováno místo realizace projektu na území hl. m. Prahy;
- d) změna sídla či provozovny příjemce, pokud nové sídlo či provozovna budou umístěny na území hl. m. Prahy;
- e) změna harmonogramu realizace projektu, která neovlivní cíle, výstupy projektu, rozpočet projektu a celkovou délku realizace projektu;
- f) úprava postupu realizace aktivity, která však neovlivní její charakter, cíle, rozpočet a celkovou délku realizace projektu.



Ostatní změny jsou považovány za podstatné, tj. takové změny, které mají dopad na charakter, cíle, rozpočet a celkovou délku realizace projektu. Poskytovatel dotace si vyhrazuje právo posoudit změnu projektu nad rámec změn uvedených pod písmeny a) – f) jako změnu nepodstatnou. Podstatné změny vždy vyžadují schválení poskytovatelem dotace a uzavření dodatku ke Smlouvě o poskytnutí voucheru. Účinnost podstatné změny projektu nastává dnem účinnosti písemného dodatku ke Smlouvě o poskytnutí voucheru. O podstatnou změnu projektu žádá příjemce prostřednictvím písemné a odůvodněné žádosti, přičemž poskytovatel dotace může schválit změnu projektu výlučně v rozsahu snížení podpořených aktivit a to pouze v případě, že bude zachován smysl a účel projektu a též minimální hranice dotace na jeden voucher. Podmínkou schválení změny projektu je zdůvodnění a vyjádření poskytovatele kreativních služeb, že při snížení podpořených aktivit bude zachován předpokládaný přínos realizace projektu.

14 EVALUACE A KONTROLA

Příjemci a dodavatelé jsou povinni na vyžádání poskytnout informace potřebné pro provedení evaluace přínosů projektu Specializované vouchery. Tyto informace budou sloužit jako podklad pro evaluaci přínosu programu. Příjemce dotace se zavazuje po dobu 5 let od podpisu Smlouvy o poskytnutí voucheru na vyžádání poskytovat informace pro účely vyhodnocení projektu. Tento požadavek je možný učinit jednou ročně.

Příjemci i dodavatelé služeb jsou povinni umožnit zástupcům poskytovatele podpory nebo jím pověřeného subjektu průběžně sledovat realizaci podpořeného projektu a k tomuto účelu jim na základě jejich požadavku poskytnout veškerou nezbytnou součinnost.

Žadatel, kterému je dotace poskytnuta, je povinen předat poskytovateli informace o čerpání dotace a o všech skutečnostech s tím souvisejících. V souladu se zákonem č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů, podléhá použití přidělené dotace veřejnosprávní kontrole.

Žadatel je povinen archivovat všechny související dokumenty s projektem po dobu 10 let od vyplacení dotace.

15 ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

Na poskytnutí dotace není právní nárok.

Poskytovatel dotace neodpovídá za závazky žadatele související s přípravou žádosti a vyhrazuje si právo jednotlivé výzvy pozastavit, prodloužit, předčasně ukončit nebo změnit termíny příjmu žádostí o voucher bez udání důvodu.

Žadatelé jsou povinni předat poskytovateli dotace informace o čerpání dotace a o všech skutečnostech s tím souvisejících. V souladu se zákonem č.320/2001 Sb., o finanční kontrole



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
OP Praha - pól růstu ČR



ve veřejné správě a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, podléhá použití přidělené dotace veřejnosprávní kontrole a vnitřnímu kontrolnímu systému.

Žadatel je povinen archivovat veškerou projektovou dokumentaci min. po dobu 10 let od proplacení dotace.

Poskytnutí dotace se řídí pravidly OP PPR, z tohoto důvodu si poskytovatel dotace, v rámci případných úprav OP PPR, vyhrazuje právo na změny jednotlivých výzev. Poskytovatel dotace v takovémto případě neodpovídá za závazky žadatele vzniklých v souvislosti se změnou.

Příjemce nemá nárok na proplacení dotace, zejména pokud bude z jakýchkoliv důvodů zastaveno nebo přerušeno financování Operačního programu Praha – pól růstu ČR, v rámci něhož je výzva zveřejňována.

Detailní informace k projektu lze získat na níže uvedeném kontaktu:

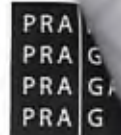
Magistrát hl. města Prahy
Oddělení strategie a podpory podnikání
Odbor projektového řízení
Opletalova 929/22
110 00 Praha 1

Osobní kontakt:

Jméno a příjmení:
Tel.:
Email:



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



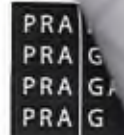
Příloha č. 2 - Žádost o poskytnutí vouchery podaná příjemcem včetně jejích příloh

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 1
OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ VOUCHERU



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



Příloha č. 2 - Žádost o poskytnutí vouchery podaná příjemcem včetně jejích příloh

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 1
OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ VOUCHERU



Identifikace žadatele a prohlášení:

1. Údaje o společnosti:

Společnost:	PromoTron Solutions a.s.
Zapsaná:	U Městského soudu v Praze, B 23378
Jednající/zastoupená:	[REDACTED] (za společnost jedná samostatně)
Datum vzniku společnosti:	10.4.2018
IČO:	07029918

Právní forma:	Akciová společnost
---------------	--------------------

Velikost podniku:	malý podnik (11-50 zaměstnanců)
-------------------	---------------------------------

Adresa sídla:

Ulice:	Čirůvková
Číslo popisné:	127
Číslo orientační:	10
PSC:	10400
Město:	Praha

Kontaktní adresa: (uveďte v případě, že se liší od adresy sídla či v případě zasilání pošty na tuto adresu)

Ulice:	Čirůvková
Číslo popisné:	127
Číslo orientační:	10
PSC:	10400
Město:	Praha
Adresa datové schránky:	zk5hgw7
Číslo účtu:	[REDACTED]
Webová stránka:	www.promotron.com



Kontaktní osoba:

Jméno:	
Příjmení:	
E-mail:	
Telefon:	
Osoby zastupující právnickou osobu:	
Osoby s podílem v této právnické osobě:	InnoData Invest s.r.o., IČ: 068 60 745
Osoby, v nichž má právnická osoba podíl a jeho výše:	-

2. Žadatel je srozuměn a tímto souhlasí s podmínkami programu – viz Programový manuál (zaškrtněte).

3. Stručný profil žadatele - hlavní zaměření firmy (max. 750 znaků):

Společnost PromoTron Solutions a.s. byla založena dne 10.4.2018 s cílem stát se jedním z hlavních dodavatelů softwarových zákaznických řešení a služeb v oboru reklamního zboží (3D) v segmentu reklamního průmyslu. Společnost vznikla jako spin off firma společnosti iNET Solutions s.r.o. Výzkumné a vývojové oddělení společnosti iNET Solutions s.r.o. vyvinulo unikátní software pro společnosti v oboru reklamního 3D zboží, který umožňuje významně zkrátit čas a zjednodušit postup při zadávání výroby reklamních předmětů a potisků. Tento produkt včetně klíčových vývojových pracovníků přechází do nově vzniklé společnosti PromoTron Solutions a.s., která bude pokračovat v dalším vývoji a inovacích softwarového zákaznického řešení a současně zahájí marketingové a obchodní aktivity a nabídne softwarové řešení zákazníkům v rámci ČR i EU.

Společnost PromoTron Solutions a.s. je znalostně intenzivní společnost, jejímž hlavním zaměřením je vývoj softwarového řešení pro segment reklamního průmyslu a jeho poskytování prostřednictvím webové platformy zákazníkům.

Společnost svou ekonomickou aktivitu realizuje v rámci Hlavního města Prahy a dopad projektu tak bude na území hl. m. Prahy.

4. Žadatel je plátce DPH (ano/ne): ano

5. Žadatel tímto čestně prohlašuje, že:



- a) je malý nebo střední podnikatel splňující podmínky stanovené v Příloze č. 1 Nařízení Komise (EU) č. 651/2014 ze dne 17. června 2014, kterým se v souladu s články 107 a 108 Smlouvy o EU prohlašují určité kategorie podpory za slučitelné s vnitřním trhem,
- b) žadatel je právnickou osobou¹,
- c) podnikatelská historie musí být max. do 3 let od zapsání do veřejného rejstříku nejpozději v době podání žádosti,
- d) nespadá z hlediska klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) do nepodporovaných činností²,
- e) je zaregistrován jako poplatník daně z příjmů,
- f) je oprávněn k podnikání v souladu s právními předpisy ČR a zároveň má mít sídlo či zapsanou provozovnu v hlavním městě Praze³,
- g) je oprávněn k podnikání odpovídající podporované ekonomické činnosti, k jejímuž uskutečňování je realizována spolupráce v rámci projektu,
- h) místem realizace projektu je území hl. m. Prahy,
- i) není v likvidaci ani úpadku, na jeho majetek soud nevyhlásil konkurs, má vypořádány splatné závazky z titulu mzdových nároků jeho zaměstnanců, ve vztahu ke státnímu rozpočtu nebo rozpočtu územního samosprávného celku a další splatné závazky vůči státu, státnímu fondu, zdravotní pojišťovně nebo k České správě sociálního zabezpečení,
- j) nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání žadatele nebo pro trestný čin hospodářský nebo trestný čin proti majetku. To platí i pro členy jeho statutárního či jiných orgánů,
- k) nemá žádné nedoplatky vůči poskytovatelům podpory z projektů spolufinancovaných z rozpočtu Evropské unie,
- l) příjemce dotace není podnikem, vůči němuž byl v návaznosti na rozhodnutí Evropské komise, na základě kterého/jímž byla podpora obdržena od poskytovatele z České republiky prohlášena za protiprávní a neslučitelnou s vnitřním trhem, vystaven inkasní příkaz, který je nesplacený,
- m) statutární orgán žadatele či jeho člen a osoby v pracovním či obdobném poměru k žadateli nejsou zároveň v pracovním či obdobném poměru či nejsou členem žádného orgánu dodavatelů služeb. V opačném případě je to důvodem pro vyloučení žádosti z výběrového procesu,
- n) dotace nebude použita na krytí stejných způsobitelných nákladů projektu financovaného zcela nebo zčásti z jiných veřejných zdrojů,

¹ Příjemcem podpory mohou být subjekty mající tyto právní formy: veřejná obchodní společnost, společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, akciová společnost, evropská společnost, evropské hospodářské zájmové sdružení, družstvo, evropská družstevní společnost.

² Nelze podpořit činnost erotického charakteru a činností související s provozováním loterií a jiných podobných her.

³ Provozovna firmy musí být zapsána v živnostenském rejstříku dle zákona 455/1991 Sb., živnostenský zákon.



- o) ekonomická aktivita a dopad projektu bude na území hl. m. Prahy,
- p) podpora se týká přímo ekonomické činnosti žadatele,
- q) projekt je v souladu s pražskými/národními doménami specializace (viz - <http://www.rishmp.cz/jnp/cz/specializace/index.html>),
- r) podniku (žadateli) byly přiděleny následující (dříve poskytnuté) podpory de minimis:

Datum poskytnutí	Poskytovatel	Částka v Kč
SUMA		0 Kč

Podniky^a propojené s žadatelem o podporu

Žadatel o podporu se považuje za propojený⁵ s jinými podniky, pokud i tyto subjekty mezi sebou mají některý z následujících vztahů:

- a) jeden subjekt vlastní více než 50 % hlasovacích práv, která náležejí akcionářům nebo společníkům, v jiném subjektu;
- b) jeden subjekt má právo jmenovat nebo odvolat více než 50 % členů správního, řídicího nebo dozorčího orgánu jiného subjektu;
- c) jeden subjekt má právo uplatňovat více než 50% vliv v jiném subjektu podle smlouvy uzavřené s daným subjektem nebo dle ustanovení v zakladatelské smlouvě nebo ve stanovách tohoto subjektu;
- d) jeden subjekt, který je akcionářem nebo společníkem jiného subjektu, ovládá sám, v souladu s dohodou uzavřenou s jinými akcionáři nebo společníky daného subjektu, více než 50 % hlasovacích práv, náležejících akcionářům nebo společníkům, v daném subjektu.

Subjekty, které mají s žadatelem o podporu jakýkoli vztah uvedený pod písm. a) až d) prostřednictvím jednoho nebo více dalších subjektů, se také považují za podnik propojený s žadatelem o podporu.

^aZa podnik lze považovat podnikatele definovaného v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

⁵Bližší informace o propojeném podniku naleznete v METODICKÉ PŘÍRUČCE k aplikaci pojmu „jeden podnik“ z pohledu pravidel podpory *de minimis* na stránkách www.uohs.cz



Do výčtu podniků propojených přímo či zprostředkovaně se žadatelem o podporu se zahrnují osoby zapsané v základních registrech v souladu se zákonem č. 111/2009 Sb., o základních registrech, ve znění pozdějších předpisů.

Žadatel prohlašuje, že:

- není ve výše uvedeném smyslu propojen s jiným podnikem.
- je ve výše uvedeném smyslu propojen s následujícími podniky:

Obchodní jméno podniku/Jméno a příjmení	Sídlo/Adresa	IČ/Datum narození
InnoData Invest s.r.o.	Čirůvková 127/10, Pitkovice, 104 00 Praha 10	06860745
iNET Solutions s.r.o.	Hostivařská 92/6, Hostivař, 102 00 Praha 10	26775751

Žadatel prohlašuje, že podnik (žadatel) v současném a 2 předcházejících účetních obdobích:

- nevznikl spojením podniků či nabytím podniku.
- vznikl spojením (fúzí splynutím⁶) níže uvedených podniků:
- nabytím (fúzí sloučením⁷) převzal jmění níže uvedeného/ých podniku/ů:

Obchodní jméno podniku	Sídlo	IČ

⁶ Viz § 62 zákona č. 125/2008 Sb., o přeměnách obchodních společností a družstev, ve znění pozdějších předpisů.
⁷ Viz § 61 zákona č. 125/2008 Sb.



Výše uvedené změny spočívající ve spojení či nabytí podniků:

- jsou již zohledněny v Centrálním registru podpor malého rozsahu.
- nejsou zohledněny v Centrálním registru podpor malého rozsahu.



Žadatel ve vztahu k režimu de minimis:

- potvrzuje, že výše uvedené údaje jsou přesné a pravdivé a jsou poskytovány dobrovolně;
- se zavazuje k tomu, že v případě změny předmětných údajů v průběhu administrativního procesu poskytnutí podpory *de minimis* bude neprodleně informovat poskytovatele dané podpory o změnách, které u něj nastaly;
- souhlasí se zpracováním svých osobních údajů obsažených v tomto prohlášení ve smyslu zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění p. p., za účelem evidence podpor malého rozsahu v souladu se zákonem č. 215/2004 Sb., o úpravě některých vztahů v oblasti veřejné podpory a o změně zákona o podpoře výzkumu a vývoje, ve znění p. p. Tento souhlas uděluji zpracovateli⁸, kterým je Magistrát hl. m. Prahy pro všechny údaje obsažené v tomto prohlášení, a to po celou dobu 10 let ode dne udělení souhlasu. Zároveň si je žadatel vědom svých práv podle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

6. Žadatel tímto **souhlasí se zveřejněním svých údajů o projektu** - obchodní firmy a adresy/sídla společnosti, ceny zakázky a předmětu spolupráce s poskytovatelem znalostí, a to zejména na internetových stránkách programu či též hlavního města Prahy

7. Žadatel tímto **potvrzuje správnost a úplnost údajů** uvedených v této žádosti.

Popis spolupráce

Věnujte, prosím, zvýšenou pozornost vyplnění této části. Uvedené informace budou předmětem posouzení věcné způsobilosti Vaší žádosti (viz [Programový manuál](#)). Nedostatečné vyplnění nebo nevyplnění některého z bodů může vést k vyloučení Vaší žádosti z výběrového procesu!

8. **Název projektu žadatele:**

Promotron DM-PR

9. **Očekávaný výstup** – pozn.: musí se jednat o takový výstup, jehož existenci lze ověřit. Tzn. nelze uznat absolvování školení (jakéhokoliv druhu), nově osvojená dovednost získaná na networkingu, pasivní účast na seminářích atd.

Projekt bude mít v jednotlivých oblastech následující výstupy:

- 1) Příprava direct mailingu, výstupem bude:
 - a) detailní plán direct mailingových aktivit
 - b) dynamické šablony využívající externí XML zdroje dat a umožňující personalizaci mailů (pro 3 cílové skupiny a různé jazykové mutace),

⁸Zpracovatelem je poskytovatel podpory *de minimis*.



- c) optimalizované zobrazení newsletterů ve všech základních rozhraních,
- d) doklad o AB testování mailingu z hlediska úspěšnosti,
- e) doklad o integraci s Google Analytics pro měření kampaní,
- f) vyhodnocení dopadu a analýza chování oslovených na webových stránkách.

2) Příprava propagačních textů

Výstupem bude 5 odborných článků v českém jazyce a 7 dalších hlavních jazycích, tedy celkem 5+35 článků různého určení a délky. Průměrný rozsah článku bude 1 NS.

3) Kampaň na sociálních sítích, výstupem bude:

- a) detailní plán aktivit na období 5 měsíců,
- b) grafické návrhy profilů na sociálních sítích a na nich publikované texty v počtu 10 x 5 měsíců = 50,
- c) vyhodnocení dopadu a analýza chování cílových skupin na sociálních sítích,
- d) navržení dalšího postupu komunikace na sociálních sítích

10. Popis výchozí situace - max. 2000 znaků:

Společnost PromoTron Solutions a.s. byla založena dne 10.4.2018 s cílem stát se jedním z hlavních dodavatelů softwarových zákaznických řešení a služeb v oboru reklamního zboží (3D) v segmentu reklamního průmyslu. Společnost vznikla jako spin off firma společnosti iNET Solutions s.r.o. Výzkumné a vývojové oddělení společnosti iNET Solutions s.r.o. vyvinulo unikátní software pro společnosti v oboru reklamního 3D zboží, který umožňuje významně zkrátit čas a zjednodušit postup při zadávání výroby reklamních předmětů a potisků. Softwarové řešení bylo otestováno na zákaznících společnosti iNET Solutions s.r.o. Vzhledem k velmi pozitivním reakcím zákazníků, vyhodnotil majitel společnosti [REDACTED] vysoký potenciál softwarového řešení pro uplatnění na trhu. Produkt včetně klíčových vývojových pracovníků přechází do nově vzniklé společnosti PromoTron Solutions a.s., která bude pokračovat v dalším vývoji a inovacích softwarového zákaznického řešení a současně zahájí marketingové a obchodní aktivity a nabídne softwarové řešení zákazníkům v rámci ČR i EU.

Vývoj služby „promotron“ společnost započala před dvěma lety na základě přímých zkušeností majitele společnosti [REDACTED] z reklamního trhu a zároveň zjištění skutečnosti, že na trhu v České republice ani v dalších zemích Evropské unie neexistuje totožný produkt (online služba) v daném obsahu, rozsahu i typizaci. Z těchto důvodů je pozice společnosti na trhu jedinečná. Po podrobné analýze existujících výrobků a služeb v daném segmentu, bylo zjištěno, že v oblasti reklamního průmyslu působí velmi málo firem, které se věnují vývoji inovativních softwarových řešení pro své zákazníky.



V současné době společnost nerealizuje žádné z uvedených aktivit, protože je na začátku svého fungování a nachází se ve fázi, kdy plánuje, jakým způsobem budou probíhat obchodní a marketingové aktivity.

Navržený koncept služeb umožní úspěšné představení inovačního produktu profesionálním a personalizovaným způsobem. Kvalitně zpracované oslovení cílových skupin je nezbytným předpokladem pro úspěšný vstup společnosti na mezinárodní trhy v oblasti reklamního průmyslu a vytvoření jedinečného obrazu, jak o společnosti v podvědomí cílových skupin, tak o nabízeném produktu.

11. Dodavatel služby (možno výběru zde white listu):

Obsah služby:	Dodávka webových stránek
Název dodavatele:	REMMARK, a.s.
IČ:	25652869
DIČ:	CZ 25652869
Sídlo společnosti:	Křemencova 178, 110 00 Praha 1
Plátce DPH:	ano
Statutární orgán:	[REDACTED]
Kontaktní osoba:	[REDACTED]
Telefon/mobil:	[REDACTED]
E-mail:	[REDACTED]
Webová stránka:	www.remmark.cz
Bankovní spojení:	[REDACTED]

12. Stručný popis projektu (včetně spolupráce s dodavatelem služby) - max. 2000 znaků:

Společnost PromoTron Solutions a.s. realizuje vývoj a prodej softwarových zákaznických řešení a služeb, které budou pomáhat zákazníkům v oblasti reklamy a reklamní produkce. Pro zajištění úspěšného představení softwarového řešení zákazníkům je kvalitně zpracované oslovení cílových skupin nezbytným předpokladem.

Předmětem Žádosti o poskytnutí voucheru je dodávka uceleného souboru nástrojů pro oblast marketingu tj. reklamních textů a nástrojů přímého marketingu pro práci s cílovými skupinami (tiskárny, velkoobchodní firmy s reklamními předměty, reklamní agentury) od společnosti Remmark a.s. v následujícím rozsahu (podrobně je rozepsáno v příloze Nabídka dodavatele):

- directmailingové nástroje



- propagační texty
 - obsah komunikace na sociálních sítích
- to vše v 8 hlavních jazycích pro EU trhy.

Výstupem projektu bude:

1) Příprava direct mailingu

Výstupem přípravy directmailingové kampaně bude:

- a) detailní plán direct mailingových aktivit
- b) dynamické šablony využívající externí XML zdroje dat a umožňující personalizaci mailů (pro 3 cílové skupiny a různé jazykové mutace),
- c) optimalizované zobrazení newsletterů ve všech základních rozhraních,
- d) doklad o AB testování mailingu z hlediska úspěšnosti,
- e) doklad o integraci s Google Analytics pro měření kampaní,
- f) vyhodnocení dopadu a analýza chování oslovených na webových stránkách.

2) Příprava propagačních textů

Výstupem bude 5 odborných článků v českém jazyce a 7 dalších hlavních jazycích, tedy celkem 5+35 článků různého určení a délky. Průměrný rozsah článku bude 1 NS.

3) Kampaň na sociálních sítích, výstupem bude:

- a) detailní plán aktivit na období 5 měsíců,
- b) grafické návrhy profilů na sociálních sítích a na nich publikované texty v počtu 10 x 5 měsíců = 50,
- c) vyhodnocení dopadu a analýza chování cílových skupin na sociálních sítích,
- d) navržení dalšího postupu komunikace na sociálních sítích

Na realizaci projektu se budou podílet členové realizačního týmu, který je podrobně popsán v Projektovém záměru a je složen z interních zaměstnanců žadatele a z řešitelského tým dodavatele – společnosti Remmark a.s. Společnost Remmark zajistí komplexní dodávku výše popsaných služeb na základě zadání definovaného žadatelem.

- Délka realizace projektu činí 6 měsíců.

13. Zdůvodnění **potřeby realizace projektu** - max. 2000 znaků:

Vytvoření uceleného konceptu reklamních textů a nástrojů přímého marketingu pro práci s cílovými skupinami je nezbytným předpokladem pro úspěšnou a profesionální komunikaci s cílovými skupinami, která umožní nejenom navázání kontaktů s cílovými skupinami, ale také jejich zpětnou vazbu na inovativní produkt a rovněž bude reflektovat jejich individuální potřeby. Získané informace tak následně napomohou případným



úpravám technických parametrů vyvíjeného řešení a současně napomohou vytvořit základ pro dlouhodobé vztahy s jednotlivými cílovými skupinami.

Navržený koncept umožní úspěšné představení inovačního produktu profesionálním a personalizovaným způsobem. Kvalitně zpracované oslovení cílových skupin je nezbytným předpokladem pro úspěšný vstup společnosti na trh v oblasti reklamního průmyslu a vytvoření jedinečného obrazu, jak o společnosti v podvědomí cílových skupin, tak o nabízeném produktu. Koncept současně napomůže k naplnění jednotlivých stanovených strategických cílů společnosti.

Vzhledem k zaměření společnosti je cílené oslovení dostatečného počtu relevantních zákazníků důležitým předpokladem fungování ale i dalšího rozvoje firmy. V současné době, kdy jsou potencionální zákazníci zahlcováni množstvím nabídek a informací, je základním předpokladem pro získání tržního podílu adresné oslovení, které reflektuje potřeby jednotlivých zákazníků a je zaměřeno na předem vybranou cílovou skupinu, ze které se generují zákazníci společnosti. Potřebnost realizace projektu je podložena následujícím přínosy projektu:

- inovativní produkt bude představen vhodně vybranému segmentu zákazníků
- budou personalizovány výhody pro konkrétního zákazníka a přínosy produktu pro jeho činnost
- komunikace bude individualizována dle činnosti cílových skupiny (tiskárna, reklamní agentura atd.)
- bude poskytována rychlá a efektivní zpětná vazba cílovým skupinám dle jejich individuálních potřeb
- budou reflektovány požadavky cílových skupin na případnou úpravu vlastností produktu
- reflektována zpětná vazba od cílových skupin
- dojde k vytvoření základu pro dlouhodobé vztahy s cílovými skupinami
- efektivita jednotlivých nástrojů bude přesně kontrolována a měřena
- textace bude zpracována profesionálním způsobem a bude reflektovat odbornost daného prostředí (reklamní agentury atd.)

14. Popis realizačního týmu - max. 2000 znaků:

Realizační tým projektu byl sestaven již při přípravě projektového záměru a jeho členové se podíleli, jak na definování cílů projektového záměru, tak na definici konkrétních činností vedoucích k jejich dosažení. Členové týmu disponují potřebnými odbornými i profesními zkušenostmi. Tým je složen ze čtyř interních členů na pozicích – manažer projektu, marketingový manažer, ekonomický manažer a technický specialista a z řešitelského týmu dodavatele kreativních služeb.

Níže uvádíme popis náplně činností v rámci realizace projektu.

Manažer projektu: [REDACTED]



Popis pracovní náplně: koordinace řešitelského týmu, rozdělení kompetencí mezi členy týmu, komunikace s dodavatelem, kontrola plnění finančního a časového plánu projektu, komunikace s poskytovatelem, konceptuální návrh poskytovaných inovativních IT služeb.

Marketingový manažer: [REDACTED]

Popis pracovní náplně: supervize dodavatelských řešení, poradenství a konzultace v oblasti mezinárodního online i offline marketingu a obchodu, řízení dodavatelských vztahů a distribuce na mezinárodní úrovni.

Ekonomický manažer: [REDACTED]

Popis pracovní náplně: dohled na dodržování finančního a časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik, zajištění potřebné administrace podkladů pro řízení projektu a informování poskytovatele dotace.

Technický specialista: [REDACTED]

Popis pracovní náplně: kontrola a koordinace vývojářské a programátorské části služeb dodavatele

Řešitelský tým za dodavatele kreativních služeb:

Project manager: [REDACTED], vzdělání středoškolské

Popis pracovní náplně: koordinace řešitelského týmu, dohled na dodržování časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik

Idea maker: [REDACTED], vzdělání středoškolské

Graphic Designer: [REDACTED], vzdělání středoškolské

Data Analyst: [REDACTED], vzdělání středoškolské

IT manager: [REDACTED], vzdělání středoškolské

PR specialist: [REDACTED], vzdělání vysokoškolské

Copywriter: [REDACTED], vzdělání vysokoškolské

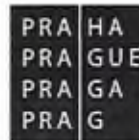
Social media manager: [REDACTED], vzdělání vysokoškolské

15. Vyberte režim podpory:

- De minimis (85 %)
 Blokovaná výjimka (50 %)



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



16. Celková **cena projektu**, procentní sazba dotace a výše dotace.

Celková cena projektu (v Kč)	496 700
Procentní sazba dotace (vyberte)	85 %
Výše dotace (celková cena projektu x procentní sazba dotace) :	422 195

17. Zde uveďte **CZ – NACE**, kterého se projekt týká: 62 Činnosti v oblasti informačních technologií

18. **Indikátory** projektu (vyberte):

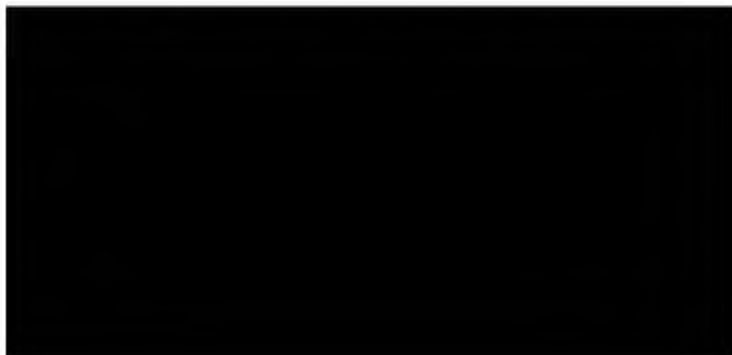
- podnik, který dostává podporu pro účely uvádění nových výrobků na trh
 podnik, který dostává podporu pro účely zavádění výrobků nových pro podnik

19. **Datum zahájení** projektu: 1.10.2018

Datum ukončení projektu: 31.3.2019

20. **Místo** realizace projektu (vyplňte): Čirůvková 127/10, Pitkovice, 104 00 Praha 10

21. Prosím nezapomeňte přiložit **Podnikatelský záměr** dle doporučené osnovy ve formátu PDF a další relevantní přílohy dle požadavků stanovených v Programovém manuálu (viz. kap. 6).





EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
OP Praha - pól růstu ČR



PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 1
OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

NABÍDKA DODAVATELE SLUŽEB



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
OP Praha - pól růstu ČR



NABÍDKA POSKYTNUTÍ SLUŽEB

ŽADATEL O POSKYTNUTÍ VOUCHERU	
Název žadatele	PromoTron Solutions a.s.
IČO / DIČ	070 29 918 / CZ07029918
Sídlo žadatele	Čirůvková 127/10, Pitkovice, 104 00 Praha 10
Statutární zástupce žadatele	

DODAVATEL SLUŽBY	
Název dodavatele	REMMARK, a.s.
IČO / DIČ	25652869 / CZ25652869
Plátce DPH	ano
Sídlo dodavatele	Praha 1, Křemencova 178, PSČ 11000
Statutární zástupce dodavatele	
Zpracovatel nabídky (jméno, telefon, email)	
Kontaktní osoba (jméno, telefon, email)	



POPIS NABÍZENÝCH SLUŽEB - PŘEDMĚT

Objednatel je v současné chvíli v pokročilé fázi vývoje svého produktu. Nezapočal však doposud s přípravou nástrojů pro oblast marketingu. Součástí projektového plánu je zaváděcí komunikační kampaň na trzích EU. V zájmu profesionální prezentace v rámci této kampaně má v úmyslu zadat zakázku na přípravu PR kampaně (directmailingové nástroje, vedení sociálních sítí a příprava setu propagačních textů tj. tiskové zprávy, PR články, advertorialy, texty na sociální sítě), a to v 8 hlavních jazycích (čeština, angličtina, francouzština, němčina, španělština, italština, polština, rumunština) používaných v EU.

Cílem zakázky je vytvoření uceleného souboru reklamních textů a nástrojů přímého marketingu pro práci s cílovými skupinami (tiskárny, velkoobchodní firmy s reklamními předměty, reklamní agentury).

Předmětem nabídky jsou:

- directmailingové nástroje
- propagační texty
- obsah komunikace na sociálních sítích

to vše v 8 hlavních jazycích pro EU trhy.

1) Příprava direct mailingu

Nejvýznamnější roli v mediámixu objednatele budou hrát cílené komunikační kanály. Součástí nabídky je proto i příprava launch directmailingové kampaně v tomto rozsahu:

- určení cílů direct mailingu,
- segmentace cílových skupin,
- stanovení ideový koncept a implementační plán direct mailingu,
- tvorba dynamických šablon mailingu využívající externí XML zdroje dat,
- šablony pro personalizaci mailů,
- optimalizace zobrazení newsletterů ve všech rozhraních,
- A/B testování mailingu z hlediska úspěšnosti,
- integrace s Google Analytics pro měření kampaní,
- vyhodnocení dopadu a analýza chování oslovených na webových stránkách.

2) příprava propagačních textů

Součástí dodávky bude set min. 5 článků o průměrném rozsahu 1 NS se zaměřením na představení zázemí projektu (síla vývojového oddělení apod.), prezentaci služeb a benefity nabídky pro zákazníky (cílové skupiny tiskárny, reklamní agentury, velkoobchodní zákazníci). Texty budou připraveny v českém jazyce a budou respektovat specifická pravidla pro psaní reklamních a PR textů, budou stylisticky a gramaticky správné, unikátní a s přínosem pro čtenáře, s obsahem důležitých informací, důvěryhodné, přesvědčivé a čtivé. Překlady budou zpracovány rodilými mluvčími do 7 hlavních jazyků reklamními odborníky (copywritery).

3) příprava kampaně na sociálních sítích

Součástí dodávky je kompletní tvorba redigovaného obsahu pro sociální sítě (facebook, linkedin, youtube, příp. instagram) podle nejnovějších trendů a standardů roku 2018. Obsahuje následující činnosti:

- určení cílů kampaně na sociálních sítích,
- segmentace cílových skupin ve vztahu k užívání sociálních sítí,
- ideový koncept a implementační plán komunikace na sociálních sítích,
- vytvoření vizuální podoby profilů,
- tvorba obsahu – 5 příspěvků měsíčně (blog-post), 5 příspěvků založených na vizuálu (foto/infografika/video),
- vyhodnocení dopadu a analýza chování cílových skupin na sociálních sítích,
- navržení dalšího postupu komunikace na sociálních sítích.



POPIS ŘEŠITELSKÉHO TÝMU

Project manager (koordinace řešitelského týmu, dohled na dodržování časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik) [redacted] vzdělání středoškolské
Idea maker: [redacted] vzdělání středoškolské
Graphic Designer: [redacted] vzdělání středoškolské
Data Analyst: [redacted] vzdělání středoškolské
IT manager: [redacted] vzdělání středoškolské
PR specialist: [redacted] vzdělání vysokoškolské
Copywriter: [redacted] vzdělání vysokoškolské
Social media manager: [redacted] vzdělání vysokoškolské

VÝSTUPY KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ

1) Příprava direct mailingu

Výstupem přípravy directmailingové kampaně bude:

- detailní plán direct mailingových aktivit
- dynamické šablony využívající externí XML zdroje dat a umožňující personalizaci mailů (pro 3 cílové skupiny a různé jazykové mutace),
- optimalizované zobrazení newsletterů ve všech základních rozhraních,
- doklad o AB testování mailingu z hlediska úspěšnosti,
- doklad o integraci s Google Analytics pro měření kampaní,
- vyhodnocení dopadu a analýza chování oslovených na webových stránkách.

2) Příprava propagačních textů

Výstupem bude 5 odborných článků v českém jazyce a 7 dalších hlavních jazycích, tedy celkem 5+35 článků různého určení a délky. Průměrný rozsah článku bude 1 NS.

3) kampaň na sociálních sítích

Výstupem bude:

- detailní plán aktivit na období 5 měsíců,
- grafické návrhy profilů na sociálních sítích a na nich publikované texty v počtu 10 x 5 měsíců = 50,
- vyhodnocení dopadu a analýza chování cílových skupin na sociálních sítích,
- navržení dalšího postupu komunikace na sociálních sítích

HARMONOGRAM

Níže uvádíme časovou náročnost přípravy realizace celého projektu

Příprava direct mailingu - 10 týdnů

- stanovení cílů direct mailingu (max 1 týden)
- segmentace cílových skupin (1 týden)
- sestavení ideového a grafického konceptu a implementačního plánu direct mailingu (1-2 týdny)
- příprava direct mailingové kampaně (šablony, optimalizace, testování, integrace s GA) (3 týdny)
- adaptace direct mailingu do 7 hlavních jazyků (2 týdny)
- vyhodnocení direct mailingu (max 1 týden)

Příprava propagačních textů vč. překladů – 4 týdny

Kampaň na sociálních sítích – 6 měsíců

- stanovení cílů sociálních sítí (max 1 týden)
- segmentace cílových skupin pro sociální sítě (1 týden)
- sestavení ideového konceptu, příprava vizuální podoby profilů a implementačního plánu kampaně na sociálních sítích (1-2 týdny)
- tvorba obsahu pro sociální sítě (plán, tvorba obsahu, vyhodnocení, navržení dalšího postupu) (5 měsíců)
- vyhodnocení kampaně na sociálních sítích (max 1 týden)

Celková délka projektu je 6 měsíců. Jednotlivé části PR kampaně (direct mail, propagační texty a sociální sítě) mohou probíhat souběžně.



POLOŽKOVÝ ROZPOČET				
Název položky	Měrná jednotka	Počet jednotek	Cena za jednotku (bez DPH)	Cena celkem (bez DPH)
stanovení cílů direct mailingu	ks	1	2 700 Kč	2 700 Kč
segmentace cílových skupin	ks	1	7 200 Kč	7 200 Kč
sestavení ideového a grafického konceptu a implementačního plánu direct mailingu	ks	1	36 000 Kč	36 000 Kč
příprava direct mailingové kampaně (šablony, optimalizace, testování, integrace s GA)	Ks	1	45 000 Kč	45 000 Kč
adaptace direct mailingu do 7 hlavních jazyků	Ks	7	20 000 Kč	140 000 Kč
příprava 5 propagačních textů, vč. korektur	Ks	5	6 000 Kč	30 000 Kč
překlady 5 propagačních článků do 7 dalších hlavních jazyků, vč. korektur	ks	35	1 800 Kč	63 000 Kč
vyhodnocení direct mailingu	ks	1	7 200 Kč	7 200 Kč
stanovení cílů sociálních sítí	ks	1	2 700 Kč	2 700 Kč
segmentace cílových skupin pro sociální sítě	ks	1	7 200 Kč	7 200 Kč
sestavení ideového konceptu, příprava vizuální podoby profilů a implementačního plánu kampaně na sociálních sítích	ks	1	36 000 Kč	36 000 Kč
tvorba obsahu pro sociální sítě (plán, tvorba obsahu, vyhodnocení, navržení dalšího postupu)	ks	50	2 250 Kč	112 500 Kč
vyhodnocení kampaně na sociálních sítích	ks	1	7 200 Kč	7 200 Kč
CENA CELKEM (bez DPH)			496 700 Kč	
CENA CELKEM (včetně DPH)			601 007 Kč	

Nabídka je povinnou přílohou žádosti o poskytnutí voucheru. Vzor nabídky je závazný, poskytovatel služeb je povinen uvést všechny výše požadované údaje.

Čestné prohlášení

Čestně prohlašuji, že instituce je odborně způsobilá k realizaci nabídky. Čestně prohlašuji, že předložené údaje jsou pravdivé a odpovídají skutečnosti. Jsem si vědom možných právních dopadů v případě zjištění skutečnosti, že byla poskytnuta podpora na základě předložení nepravdivých údajů.

V Praze, dne 20. 4. 2018



.....
podpis statutárního zástupce dodavatele služby



PROJEKTOVÝ ZÁMĚR–PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

Název žadatele	PromoTron Solutions a.s.
IČ	07029918

Popis požadovaných kreativních služeb	<p>Předmětem Žádosti o poskytnutí voucheru je dodávka uceleného souboru nástrojů pro oblast marketingu tj. reklamních textů a nástrojů přímého marketingu pro práci s cílovými skupinami (tiskárny, velkoobchodní firmy s reklamními předměty, reklamní agentury) v následujícím rozsahu (podrobně je rozepsáno v příloze Nabídka dodavatele):</p> <ul style="list-style-type: none">• directmailingové nástroje• propagační texty• obsah komunikace na sociálních sítích <p>to vše v 8 hlavních jazycích pro EU trhy.</p> <p>1) Příprava direct mailingu Nejvýznamnější roli v mediamixu objednatel budou hrát cílené komunikační kanály. Součástí nabídky je proto i příprava launch directmailingové kampaně v tomto rozsahu:</p> <ol style="list-style-type: none">a) určení cílů direct mailingu,b) segmentace cílových skupin,c) stanovený ideový koncept a implementační plán direct mailingu,d) tvorba dynamických šablon mailingu využívající externí XML zdroje dat,e) šablony pro personalizaci mailů,f) optimalizace zobrazení newsletterů ve všech rozhraních,g) AB testování mailingu z hlediska úspěšnosti,h) integrace s Google Analytics pro měření kampaní,i) vyhodnocení dopadu a analýza chování oslovených na webových stránkách. <p>2) Příprava propagačních textů Součástí dodávky služeb bude set min. 5 článků o průměrném rozsahu 1 NS se zaměřením na představení zázemí projektu (síla vývojového oddělení apod.), prezentaci služeb a benefity nabídky pro zákazníky (cílové skupiny tiskárny, reklamní agentury, velkoobchodní zákazníci). Texty budou připraveny v českém jazyce a budou respektovat specifická pravidla pro psaní reklamních a PR textů, budou stylisticky a gramaticky správné, unikátní a s přínosem pro čtenáře, s obsahem důležitých informací, důvěryhodné, přesvědčivé a čtivé. Překlady budou zpracovány rodilými mluvčími do 7 hlavních jazyků reklamními odborníky (copywritery).</p> <p>3) Příprava kampaně na sociálních sítích Součástí dodávky je kompletní tvorba redigovaného obsahu pro sociální</p>
--	---



sítě (facebook, linkedin, youtube, příp. instagram) podle nejnovějších trendů a standardů roku 2018.

Obsahuje následující činnosti:

- a) určení cílů kampaně na sociálních sítích,
- b) segmentace cílových skupin ve vztahu k užívání sociálních sítí,
- c) ideový koncept a implementační plán komunikace na sociálních sítích,
- d) vytvoření vizuální podoby profilů,
- e) tvorba kreativního obsahu – 5 příspěvků měsíčně (blog-post), 5 příspěvků založených na vizuálu (foto/infografika/video),
- f) vyhodnocení dopadu a analýza chování cílových skupin na sociálních sítích,
- g) navržení dalšího postupu komunikace na sociálních sítích.

Výstupy kvalitativní a kvantitativní

1) Příprava direct mailingu

Výstupem přípravy directmailingové kampaně bude:

- a) detailní plán direct mailingových aktivit
- b) dynamické šablony využívající externí XML zdroje dat a umožňující personalizaci mailů (pro 3 cílové skupiny a různé jazykové mutace),
- c) optimalizované zobrazení newsletterů ve všech základních rozhraních,
- d) doklad o AB testování mailingu z hlediska úspěšnosti,
- e) doklad o integraci s Google Analytics pro měření kampaní,
- f) vyhodnocení dopadu a analýza chování oslovených na webových stránkách.

2) Příprava propagačních textů

Výstupem bude 5 odborných článků v českém jazyce a 7 dalších hlavních jazycích, tedy celkem 5+35 článků různého určení a délky. Průměrný rozsah článku bude 1 NS.

3) Příprava kampaní na sociálních sítích

Výstupem bude:

- a) detailní plán aktivit na období 5 měsíců,
- b) grafické návrhy profilů na sociálních sítích a na nich publikované texty v počtu 10 x 5 měsíců = 50,
- c) vyhodnocení dopadu a analýza chování cílových skupin na sociálních sítích,
- d) navržení dalšího postupu komunikace na sociálních sítích

Jak poskytnutá služba ovlivní kvalitu výrobků / služeb firmy?

Vytvoření obsahu jednotlivých nástrojů přímého marketingu je nezbytným předpokladem pro profesionální a efektivní oslovení jednotlivých cílových skupin. Přínosy těchto nástrojů pro vyvíjený software (služby) budou následující:

- inovativní produkt bude představen vhodně vybranému segmentu zákazníků
- budou personalizovány výhody pro konkrétního zákazníka a přínosy



	<p>produktu pro jeho činnost</p> <ul style="list-style-type: none">• komunikace bude individualizována dle činnosti cílových skupiny (tiskárna, reklamní agentura atd.)• bude poskytována rychlá a efektivní zpětná vazba cílovým skupinám dle jejich individuálních potřeb• budou reflektovány požadavky cílových skupin na případnou úpravu vlastností produktu• reflektována zpětná vazba od cílových skupin• dojde k vytvoření základu pro dlouhodobé vztahy s cílovými skupinami• efektivita jednotlivých nástrojů bude přesně kontrolována a měřena• textace bude zpracována profesionálním způsobem a bude reflektovat odbornost daného prostředí (reklamní agentury atd.) <p>Vytvořením uceleného konceptu je nezbytným předpokladem pro úspěšnou a profesionální komunikaci s cílovými skupinami, která umožní nejenom navázání kontaktů s cílovými skupinami, ale také jejich zpětnou vazbu na inovativní produkt a rovněž bude reflektovat jejich individuální potřeby. Získané informace tak následně napomohou případným úpravám technických parametrů vyvíjeného řešení a současně napomohou vytvořit základ pro dlouhodobé vztahy s jednotlivými cílovými skupinami.</p> <p>Navržený koncept umožní úspěšné přestavení inovačního produktu profesionálním a personalizovaným způsobem. Kvalitně zpracované oslovení cílových skupin je nezbytným předpokladem pro úspěšný vstup společnosti na trh v oblasti reklamního průmyslu a vytvoření jedinečného obrazu, jak o společnosti v podvědomí cílových skupin, tak o nabízeném produktu. Koncept současně napomůže k naplnění jednotlivých stanovených strategických cílů společnosti.</p>
<p>Rozvojový plán žadatele</p>	<p>Strategie dalšího rozvoje podniku</p> <p>Společnost PromoTron Solutions a.s. byla založena dne 10.4.2018 s cílem stát se jedním z hlavních dodavatelů softwarových zákaznických řešení a služeb v oboru reklamního zboží (3D) v segmentu reklamního průmyslu. Společnost vznikla jako spin off firma společnosti iNET Solutions s.r.o. Výzkumné a vývojové oddělení společnosti iNET Solutions s.r.o. vyvinulo unikátní software pro společnosti v oboru reklamního 3D zboží, který umožňuje významně zkrátit čas a zjednodušit postup při zadávání výroby reklamních předmětů a potisků. Softwarové řešení bylo otestováno na zákaznických společnostech iNET Solutions s.r.o. Vzhledem k velmi pozitivním reakcím zákazníků, vyhodnotil majitel společnosti [REDAKCE] vysoký potenciál softwarového řešení pro uplatnění na trhu. Produkt včetně klíčových vývojových pracovníků přechází do nově vzniklé společnosti PromoTron Solutions a.s., která bude pokračovat v dalším vývoji a inovacích softwarového zákaznického řešení a současně zahájí marketingové a obchodní aktivity a nabídne softwarové řešení zákazníkům v rámci ČR i EU.</p> <p>Společnost PromoTron Solutions a.s. je znalostně intenzivní společnost, jejímž hlavním zaměřením je vývoj softwaru a jeho poskytování prostřednictvím webové platformy zákazníkům.</p> <p>Společnost svou ekonomickou aktivitu realizuje v rámci Hlavního města Prahy a dopad projektu, tak bude na území hl. m. Prahy.</p>



Poslání a hodnoty společnosti

Posláním společnosti je vytvářet a poskytovat pro firmy v reklamním průmyslu v rámci trhu inovativní on-line služby ve formě online nástrojů, nadstandardních služeb a vysoce kvalitních zdrojových dat o prodávaných výrobcích, tyto služby jsou cílovým zákazníkům schopny zajistit:

- zvýšení výkonnosti e-commerce a online marketingu
- zcela nové obchodní příležitosti
- nové kreativní reklamní možnosti v oblasti prodej reklamního zboží

Vize společnosti

Vizí společnosti je stát se v oboru reklamního zboží (3D) v segmentu reklamního průmyslu inovativním poskytovatelem on-line služeb a nástrojů, včetně pokročilé datové online analytiky pro reklamní agentury i distributory reklamního zboží a tiskárenský průmysl s výrobním programem reklamního zboží.

Společnost se stane:

- prioritním zdrojem dat a informací pro všechny účastníky v segmentu reklamního průmyslu
- prioritní komunikační platformou mezi reklamními agenturami a distributory reklamního zboží
- významným technologickým inovátorem v oboru

Společnost si na období let 2018 – 2019 stanovila následující strategické cíle:

Krátkodobé cíle společnosti

- spustit webovou platformu www.promotron.com
- zahájit provoz a aktivní obchod se zákazníky
- získat minimálně 5 000 firemních zákazníků (termín 12/2018)
- integrovat veškerá produktová data kategorií reklamního zboží (produkty, sklady, ceny, branding) spolupracujících distributorů reklamního zboží (termín 12/2019)
- vybudovat outsourcovanou e-commerce platformu pro všechny zákazníky s on-line kalkulacemi branding, 3D vizualizacemi všech technologií a plně automatickým a uživatelsky upravitelným generováním zákaznických dat potřebných pro výrobu reklamního zboží (termín 12/2019)

Dlouhodobé cíle společnosti

- tvorba dalších inovovaných produktů v oblasti softwarových řešení pro segment reklamního průmyslu
- zajištění péče o zákazníky na nejvyšší úrovni – okamžitá reakce na potřeby zákazníků, online podpora, zákaznický servis, CRM
- udržení kvalitního manažerského týmu
- vytvoření vysoce kvalifikovaného pracovního týmu vývojových pracovníků
- uzavření smluv s akademickou sférou - využití poznatků z akademické sféry
- vstup na nové trhy

Hlavní ekonomická aktivita firmy



Ekonomickou aktivitou společnosti je vývoj a prodej softwarových zákaznických řešení a služeb, které budou pomáhat zákazníkům v oblasti reklamy a reklamní produkce. Společnost bude svým zákazníkům poskytovat inovativní on-line služby ve formě on-line nástrojů, nadstandardních služeb a vysoce kvalitních zdrojových dat o prodáváných výrobcích.

Společnost svou ekonomickou aktivitu realizuje v rámci Hlavního města Prahy a dopad projektu tak bude na území hl. m. Prahy.

Jaký bude vliv a přínos poskytnutých služeb na další rozvoj a konkurenceschopnost firmy

Pro další rozvoj společnosti PromoTron Solutions a.s., jejíž operativní a manažerský team projektu promotron tvoří odborníci v daných segmentech s až dvacetiletou praxí, je vytvoření originálního, jedinečného a zejména uceleného souboru reklamních textů a nástrojů přímého marketingu, bez kterých nebude možné úspěšně vstoupit na trh v oblasti reklamního průmyslu. Profesionálně zpracovaný ucelený soubor reklamních textů a nástrojů přímého marketingu, je klíčem pro konkurenceschopnost společnosti s jednoznačným cílem, kterým je uspět na trhu

Na základě vyhodnocení tržních příležitostí byla definována nezbytnost vytvořit takto ucelený koncept, který umožní společnosti navázat s jednotlivými cílovými skupinami, adresnou a interaktivní komunikací. Informace, které budou takto získány, budou využity k budování dlouhodobých vztahů se zákazníky a současně umožní případnou modifikace produktu dle přání a potřeb zákazníků.

Velkou předností definovaných marketingových nástrojů bude schopnost společnosti personalizovat komunikaci se zákazníkem. Využitím zacílené komunikace, společnost osloví velmi specifické publikum a díky personalizaci tak učiní způsobem, kterým zdůrazní přesvědčení, že nabízený inovativní produkt je vhodný pro konkrétního zákazníka.

Přínosem zvolených nástrojů marketingu spočívají zejména:

- rychlá odezva cílových skupin
- přesné zacílení na CS
- budování dlouhodobých vztahů se zákazníky
- dobrá měřitelnost odezvy a úspěšnosti prodeje
- zachování soukromí zákazníka
- důvěryhodnost komunikace
- interaktivita

Uvedený rozsah těchto nástrojů byl definován na základě velikosti trhu a potenciálu daného trhu.

Společnost si definovala nutné strategické body v oblasti své prezentace a prezentace svých služeb, z kterého vyplývají zejména nutné kroky v oblasti vytvoření vhodných nástrojů pro komunikaci s cílovými skupinami, což reflektují jednotlivé nástroje přímého marketingu. Z tohoto důvodu chce žadatel uskutečnit předkládaný projekt, jehož prostřednictvím dosáhne adresné komunikace s cílovými skupinami, jenž společnosti umožní budování



	<p>dlouhodobých vztahů a současně získání rychlé a dobře měřitelné odezvy od cílových skupin.</p> <p>Společnost v rámci připravovaného projektu využije specializovaných kreativních služeb, které pomohou k jejímu rozvoji služby „promotron“ a tím dosažení výše stanovených cílů společnosti.</p> <p>Podpora společnosti žadatele získaná v rámci předkládaného projektu využívá profesionálních kreativců, clem zlepšení služeb společnosti tj. služby pod ochranou známkou „promotron“.</p>
Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele	<p>Stručná charakteristika podniku</p> <p>Společnost PromoTron Solutions a.s. byla založena dne 10.4.2018 s cílem stát se jedním z hlavních dodavatelů softwarových zákaznických řešení a služeb v oboru reklamního zboží (3D) v segmentu reklamního průmyslu. Společnost vznikla jako spin off firma společnosti iNET Solutions s.r.o. Výzkumné a vývojové oddělení společnosti iNET Solutions s.r.o. po dobu 2 let vyvíjelo unikátní software pro společnosti v oboru reklamního 3D zboží, který umožňuje významně zkrátit čas a zjednodušit postup při zadávání výroby reklamních předmětů a potisků. Tento produkt byl otestován i na vlastních zákaznicích společnosti iNET Solutions s.ro. Vzhledem k velmi pozitivním reakcím zákazníků, vyhodnotil majitel společnosti [REDACTED] vysoký potenciál softwarového řešení pro uplatnění na trhu. Tento produkt včetně klíčových vývojových pracovníků přechází do nově vzniklé společnosti PromoTron Solutions a.s., která bude pokračovat v dalším vývoji a inovacích softwarového zákaznického řešení a současně zahájí marketingové a obchodní aktivity a nabídne softwarové řešení zákazníkům v rámci ČR i EU.</p> <p>Společnost PromoTron Solutions a.s. je znalostně intenzivní společnost, jejímž hlavním zaměřením je vývoj softwarového řešení pro segment reklamního průmyslu a jeho poskytování prostřednictvím webové platformy zákazníkům.</p> <p>Společnost svou ekonomickou aktivitu realizuje v rámci Hlavního města Prahy a dopad projektu tak bude na území hl. m. Prahy.</p> <p>Popis produktu</p> <p>Produktem je softwarové řešení obsahující soubor online nástrojů pro společnosti v oboru reklamního 3D zboží, který umožňuje významně zkrátit čas a zjednodušit postup při zadávání výroby reklamních předmětů a potisků. Bude poskytován prostřednictvím webové platformy „Produkt Data Management Platform“, která bude obsahovat:</p> <ul style="list-style-type: none">ProductBank – univerzální platforma pro správu dat o produktechProductMarket – globální trh transakcí s propagačními produkty s možností on-line kalkulací cen a přímou kontrolou nad výrobou <p>Apliafce a služby pro reklamní odvětví, které budou obsahem platformy:</p> <ul style="list-style-type: none">LogoProcessor – umožní zpracování vektorového loga (corel, illustrator, EPS, PDF atd.) včetně detekce barev CMYKLogoViewer – umožňuje automatickou vizualizaci loga na 3D produktuLogoEditor – umožňuje změnu velikosti a pozice loga na 3D produktuLogoPublisher – vektorový tiskový generátor dat s barvami CMYKLogo Creator – on-line 3D vizualizační konfigurační nástroj pro reklamní produktyPromoCatalog – katalog webových stránek s propagačními produkty od všech



distributorů

PromoShop – nástroj pro vlastní e-commerce aktivity zákazníků

PromoCalculator – online kalkulačka pro stanovení cen produktů

PromoConfigurator – on-line konfigurátor pro vlastní produkty s 3D vizualizací v reálném čase

PromoContent – nástroj pro webovou vizuální prezentaci zákaznický (distributory reklamních předmětů)

Pro lepší představu uvádíme popis stávajícího postupu při zadávání výroby reklamních předmětů a postupu při využití služeb promotronu. V současnosti pokud má zákazník zájem o nákup reklamních předmětů, zašle distribuční společnosti (reklamní agentura, tiskárna) své logo a tým grafiků připraví vizualizaci umístění loga na konkrétních produktech. Při požadavcích na změny ze strany zákazník, odesílá zákazník jednotlivé požadavky na úpravu umístění loga, které poté grafici zapracují. Celý proces v současné době trvá přibližně 3 dny. Prostřednictvím softwarového řešení promotron bude zákazník moci zrealizovat vizualizaci svého loga na vybraných skutečných produktech ve 3D rozměru za 10 vteřin ve formě připravené pro výrobu či tisk. Zkrátí se tak významně přípravný proces výroby reklamních předmětů a společně s dalšími výše popsány nástroji umožní tak i malým distributorům reklamních předmětů (reklamním agenturám, tiskárnám) prostřednictvím online nástroje realizovat zakázky a rozšířit své portfolio na e-commerce aktivity.

PromoTron Solutions a.s. bude obchodovat své produkty pod ochrannou známkou a logem „promotron“ a tato bude přihlášena k ochraně v rámci celoevropského hospodářského prostoru. Služba je určena segmentu b2b, tedy partnerům obchodním společnostem.

PromoTron Solutions a.s., se svým původem i zázemím v Praze, se chce do tří let stát jasným a čitelným obchodním dodavatelem inovativních softwarových řešení v oblasti reklamního průmyslu, a napomoci tak sekundárně k rozvoji povědomí v Evropské unii o inovačních řešeních vytvářených na území Prahy.

Vývoj služby „promotron“ společnost započala před dvěma lety na základě přímých zkušeností majitele společnosti [REDACTED] z reklamního trhu a zároveň zjištění skutečnosti, že na trhu v České republice ani v dalších zemích Evropské unie neexistuje totožný produkt (online služba) v daném obsahu, rozsahu i typizaci. Z těchto důvodů je pozice společnosti na trhu jedinečná. Po podrobné analýze existujících výrobků a služeb v daném segmentu, bylo zjištěno, že v oblasti reklamního průmyslu působí velmi málo firem, které se věnují vývoji inovativních softwarových řešení pro své zákazníky.

Z výše uvedených důvodů je softwarové řešení **promotron** ojedinělou příležitostí, jak dosáhnout strategických cílů společnosti.

Na trhu reklamních předmětů chybí přesně tato služba, kterou v Praze založená a existující společnost vyvinula jako jedinečnou. Z námi provedených předběžných analýz a průzkumů reklamních trhů vybraných zemí, vyplývá že právě v tomto čase je pro daný segment reklamního průmyslu vhodná chvíle pro uvedení služby promotron na evropský trh.

Současná finanční situace



	<p>Společnost PromoTron Solutions a.s. je nově založená akciová společnost. Základní kapitál ve výši 2 mil. Kč vkládá mateřská společnost InnoData Invest s.r.o. Prostředky budou sloužit k financování zahájení činnosti společnosti PromoTron Solutions a.s., tyto prostředky budou použity i na spolufinancování projektových aktivit.</p>
Řešitelský tým	<p>Řešitelský tým projektu byl sestaven již při přípravě projektového záměru a jeho členové se podíleli, jak na definování cílů projektového záměru, tak na definici konkrétních činností vedoucích k jejich dosažení.</p> <p>Členové týmu disponují potřebnými odbornými i profesními zkušenostmi. Tým je složen ze čtyř členů na pozicích – manažer projektu, marketingový manažer, ekonomický manažer a technický specialista. Níže uvádíme zkušenosti jednotlivých členů a současně popis náplně činností v rámci realizace projektu.</p> <p>Manažer projektu [REDACTED]</p> <p>Vzdělání: středoškolské</p> <p>Praxe:</p> <p>2018 – současnost PromoTron Solution a.s. – zakladatel a majitel společnosti 2004 – současnost INET Solution s.r.o. (společnost zaměřená na efektivní on-line prodej reklamního zboží pro segment B2B, zaměřená na český trh) – zakladatele, jednatel CEO/CIO 2011 – 2017 INETPrint GmbH (společnost zaměřená na efektivní on-line prodej reklamního zboží pro segment B2B na Německém a Rakouském trhu (první expanzí českého modelu a systému do zahraničí)– spoluzakladatel, jednatel, CEO/CIO 2003 – 2004 MP Media a.s. – programátor analytik</p> <p>Odborné dovednosti:</p> <ul style="list-style-type: none">• programovací jazyky: ASP, ASP.NET (C# / Visual Basic), Delphi, Pascal• webový vývoj: HTML/CSS, JavaScript, jQuery, COM+• databáze: Microsoft SQL Server 2000, 2005, 2008, 2012, 2014, 2016• návrh a modelování komplexních databází, vývoj složitých databázových logik• business intelligence: návrh datových skladů, návrh a tvorba ETL procesů, implementace BI,• multidimenzionální a tabulární BI modely, dolování data (datamining) atd.• internet marketing: SEO, PPC, webová analytika, A/B testování, uživatelské testování atd.• grafické aplikace: Adobe Photoshop, Corel Draw, Swish• správa IT (SW/HW): instalace a správa PC i serverů, údržba sítě atd. práce s PC: pokročilá znalost (MS Office, doména, Exchange atd., nadstandardní znalost MS Excel) <p>Popis pracovní náplně: koordinace řešitelského týmu, rozdělení kompetencí mezi členy týmu, komunikace s dodavatelem, kontrola plnění finančního a časového</p>



plánu projektu, komunikace s poskytovatelem.

Marketingový manažer

Jméno: [REDACTED]

Vzdělání: VŠ, Právnická fakulta Univerzity Karlovy v Praze

Praxe: 22 let v oboru mezinárodního obchodu, marketingu a řízení projektů v mezinárodních i českých společnostech. Rovněž 15 let zkušeností při řízení tvorby webových řešení, prezentací, aplikací, účast při vzniku fintech startupů v ČR s přesahem na zahraniční trhy, projektové řízení teamů startupů.

2015 – 2017 ASSA ABLOY – export sales, business development managers

2012 – 2014 Private Equities – interim director for e-commerce START -UP

2009 – 2011 Nej TV a.s. – sales a marketing director

2001 – 2008 Drive Station – managing director - START - UP

1999 – 2000 Prime Time CS – managing director ČR a SR

1997 – 1999 Bristol – Myers Squibb Ltd. – senior brand manager ČR a SR

1996-1997 Kraft Foods – junior brand manager

Odborné dovednosti:

- e-Commerce obchodní analýzy (SEO, PPC, GoogleAnalytics, GoogleAdWords, FBAds)
- Change Management
- Finance for Marketing, Brand Positioning Principles
- Total Branding
- Copy Development Strategy
- Category Management
- Time Management
- Getting Great Advertising, New Products Development
- Consumer Promotions
- Packaging Development-Siebert Head London, KAIZEN, LEAN management.

Popis pracovní náplně: supervize dodavatelských řešení, poradenství a konzultace v oblasti mezinárodního online i offline marketingu a obchodu, řízení dodavatelských vztahů a distribuce na mezinárodní úrovni.

Ekonomický manažer

Jméno: [REDACTED]

Vzdělání: Megatrend univerzitet Beograd (VŠ management a ekonomika)

Praxe: 9 let řízení projektů a obchodu

Popis pracovní náplně: dohled na dodržování finančního a časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik, zajištění potřebné administrace podkladů pro řízení projektu a informování poskytovatele dotace.

Technický specialista

Jméno: [REDACTED]

Vzdělání: středoškolské

Praxe: 20 let praxe v oboru technologického vývoje platform a IT aplikací, účast v softwarových projektech i společnostech (CS Technologies, SimpleNet)



	<p>Popis pracovní náplně: kontrola a koordinace vývojářské a programátorské části služeb dodavatele</p> <p>Řešitelský tým za dodavatele kreativních služeb je popsán v nabídce.</p>
--	---

Žadatel

Jméno statutárního zástupce

Čestně prohlašuji, že nabízená služba nebyla/není předmětem jiné dodávky/projektu/předmětu vouchery. Čestně prohlašuji, že předložené údaje jsou pravdivé a odpovídají skutečnosti.

Čestně prohlašuji, že výdaje v rozpočtu projektu odpovídají cenám v místě a čase obvyklým.

Čestně prohlašuji, že žádný ze zástupců (statutární zástupce, zaměstnanec apod.) žadatele není zároveň zaměstnancem poskytovatele služeb v takovém postavení, ve kterém by mohl ovlivnit podmínky plánované zakázky. Jsem si vědom možných právních dopadů v případě zjištění skutečnosti, že byla poskytnuta podpora na základě předložení nepravdivých údajů.

V Praze dne 20.4.2018

.....
podpis statutárního zástupce

PLNÁ MOC

Společnost **PromoTron Solutions a.s.**, IČO 07029918, se sídlem Praha 10, Pitkovice, Čirůvková 127/10, PSČ 104 00, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 23378, zastoupená [REDAKCE], statutárním ředitelem, jakožto žadatel o poskytnutí vouchery v rámci projektu „Pražské vouchery“, tímto

zmocňuje

[REDAKCE] advokáta se sídlem Praha 1, Hybernská 20, 110 00, ev. č. ČAK 9466, k podávání žádostí o poskytnutí vouchery, která bude prostřednictvím datové schránky zmocněnce podána Hlavnímu městu Praha, které za podpory Evropské unie v rámci Operačního programu Praha – pól růstu ČR projekty pod názvem „Pražské vouchery“ realizuje.

ID datové schránky Hl. m. Prahy je: 48ia97h.

V Praze dne 12.4.2018

[REDAKCE]

[REDAKCE]

PromoTron Solutions a.s.
statutární ředitel
(ověřený podpis)

Plnou moc přijímám.

Ověřovací doložka pro legalizaci
Podle ověřovací knihy pošty: Praha 107

Poř.č.: 10007-0065-0223

Vlastnoručně podepsal: [REDAKCE]
Datum a místo narození: [REDAKCE]
Adresa pobytu: [REDAKCE]

Druh a č. předlož. dokl. totožnosti: [REDAKCE]
Občanský průkaz

Praha 107 dne 12.04.2018
[REDAKCE]

Podpis, Úřední razítko

-2366-

[REDAKCE]

advokát

Doložka konverze do dokumentu obsaženého v datové zprávě

Tento dokument, který vznikl převedením vstupu v listinné podobě do podoby elektronické pod pořadovým číslem **106771401-122374-180412160529**, skládající se z **1** listů, se doslovně shoduje s obsahem vstupu.

Zajišťovací prvek: **bez zajišťovacího prvku**

Jméno a příjmení osoby, která konverzi provedla: [REDACTED]

Vystavil: [REDACTED]

Pracoviště: [REDACTED]

v Praze dne **12.04.2018**



106771401-122374-180412160529

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 1

OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

NABÍDKA DODAVATELE SLUŽEB

„PromoTron DM-PR“

Průvodní dopis

Dobrý den.

Na základě Výzvy k opravě formálních kritérií k Žádosti o poskytnutí voucheru na kreativní služby „**PromoTron DM-PR**“ jsme opravili opomenuté pole v Žádosti dle požadavků, ale při detailní kontrole všech dokumentů jsme zaregistrovali chybu v Nabídce dodavatele služeb, kdy nebylo doplněno DIČ Žadatele.

Tuto chybu jsme, po domluvě se specialistou z dotační kanceláře Pražský voucher, opravili a posíláme podepsanou majitelem společnosti [REDACTED] znovu a přikládáme tento průvodní dopis.

S přáním úspěšného dne

[REDACTED]

Mobil:
Tel.:
E-mail:

PromoTron Solutions a.s.

[REDACTED]

V Praze, dne 10.8.2018

