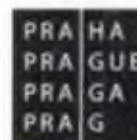




EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



PID: MHMPXPDHSOPX

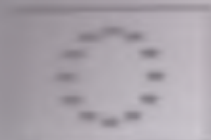
Číslo smlouvy: DOT/53/03/000360/2020

Stejnopis č. 1

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 2

OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

SMLOUVA O POSKYTNUTÍ VOUCHERU



Smlouva o poskytnutí vouchery

uzavřena podle § 10a odst. 3 a násl. zákona č. 250/2000 Sb., a rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, a § 159 a násl. zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů

I.

Smluvní strany

Hlavní město Praha

se sídlem:

zastoupené:

oprávněná osoba:

IČO:

DIČ:

číslo účtu:

účet veden u:

ID datové schránky:

Mariánské nám. 2/2, 110 01 Praha 1

Ing. Davidem Blažkem, pověřeným řízením odboru
projektového řízení Magistrátu hl. m. Prahy, na základě
pověření ze dne 1. 3. 2020

Mgr. Aneta Šubrtová, na základě pověření ze dne
25. 11. 2019

00064581

CZ00064581

6687982/0800

Česká spořitelna, a.s.

48ia97h

(dále jen „Poskytovatel dotace“)

a

City Street Games s.r.o.

se sídlem:

zastoupená:

IČO:

společnost je plátcem DPH:

číslo účtu:

účet veden u:

zapsaná:

Kaprova 42/14, 11000 Praha

06555683

NE

2001414351/2010

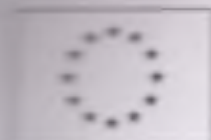
Fio banka, a.s.

C 284235 vedená u soudu Městský soud v Praze

(dále jen „Příjemce“)

(společně dále jen „Smluvní strany“)

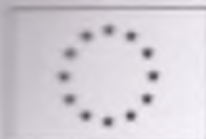
Smluvní strany se níže uvedeného dne, měsíce a roku dohodly na uzavření této Smlouvy o poskytnutí vouchery (dále jen „tato Smlouva“, resp. „Smlouva“).



II.

Předmět této Smlouvy

1. Za podmínek stanovených touto Smlouvou poskytne Poskytovatel dotace Příjemci částku ve výši odpovídající skutečně vzniklým, odůvodněným a prokázaným způsobilým výdajům, maximálně však do výše 423 767,50 Kč (slovy: čtyři sta dvacet tři tisíc sedm set šedesát sedm korun českých padesát haléřů) (dále jen „**Dotace**“). Dotaci poskytuje Poskytovatel dotace v rámci projektu „Specializované vouchery“, reg. číslo projektu: CZ.07.1.02/0.0/0.0/16_027/0000607, z programu „PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY“ (dále jen „**Program**“), definovaného v dokumentu Programový manuál pro udělování specializovaných voucherů v oblasti „Pražský voucher na kreativní služby“ (dále jen „**Manuál**“), jenž byl schválen usnesením Rady hl. města Prahy č. 172 ze dne 11. 2. 2019 (viz http://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/deska/index.html) a tvoří součást dokumentace 2. výzvy programu Pražský voucher na kreativní služby (dále jen „**2. Výzva**“), jak je tato definována dále. Součástí dokumentace Programu jsou dále Všeobecné podmínky užívání internetové aplikace Podej projekt (dále jen „**Všeobecné podmínky**“), které jsou dostupné v internetové aplikaci Podej projekt na <https://podejprojekt.prazskyvoucher.cz/> (dále jen „**Aplikace**“). Podpisem této Smlouvy Příjemce stvrzuje, že je mu obsah Manuálu a Všeobecných podmínek znám, vzal je na vědomí a zavazuje se povinnosti v nich stanovené dodržovat. Ve vztahu k Příjemci je Dotace poskytována na individualizovaný projekt s názvem „Get Out Fun“, popsáný v Žádosti o poskytnutí voucheru (dále jen „**Žádost**“), která tvoří přílohu č. 1 této Smlouvy a její nedílnou součástí (dále jen „**Projekt**“). Program je realizován v rámci Výzvy č. 11 – Vznik a rozvoj kapacit poskytujících progresivní služby pro podnikatele, spolufinancovaný z Operačního programu Praha – pól růstu ČR (dále jen „**Výzva**“).
2. Dotace 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.
3. 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. 806, ze dne 27. 4. 2020.
4. Příjemce prohlašuje, že ke dni podpisu této Smlouvy
 - Projekt přispívá k plnění indikátoru Výzvy „podnik, který dostává podporu pro účely uvádění nových výrobků na trh“ – ANO / NE



- Projekt přispívá k plnění indikátoru Výzvy „podnik, který dostává podporu pro účely zavádění výrobků nových pro podnik“ – ANO / NE
5. 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.

Další práva a povinnosti Příjemce

1. Příjemce je povinen Projekt realizovat v souladu s právními předpisy, Manuálem, touto Smlouvou a její přílohou č. 1, která je její nedílnou součástí.
2. Za podmínek uvedených v této Smlouvě je Příjemce oprávněn provést změny v 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 však povinen nepodstatné změny písemně prostřednictvím Aplikace oznámit Poskytovateli dotace, a to bez zbytečného odkladu, nejpozději při podání Žádosti o proplacení vouchery (Dotace). Za nepodstatné změny se považuje:
 - 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 dopadu 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, ani cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektů.

Ostatní změny jsou považovány za podstatné, tj. za změny, které mají dopad na charakter, cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektů. Poskytovatel dotace si vyhrazuje právo posoudit změnu Projektů nad rámec změn uvedených pod písmeny a) – f) čl. III. odst. 3 této Smlouvy jako změnu nepodstatnou. Podstatné změny Projektů jsou možné pouze po předchozím schválení Poskytovatelem dotace a uzavření dodatku k této Smlouvě. O schválení podstatné změny Projektů žádá Příjemce písemně prostřednictvím Aplikace. Žádost Příjemce musí být odůvodněna. Účinnost podstatné změny Projektů nastává nejdříve dnem účinnosti písemného dodatku k této Smlouvě. Příjemce bere na vědomí, že změny jsou možné výlučně v rozsahu snížení podpořených aktivit, a to pouze v případě, že bude zachován smysl a účel Projektů a též minimální hranice Dotace na jeden voucher stanovená v Manuálu.

4. Příjemce má právo na poskytnutí Dotace po ukončení Projektů (ex-post) na základě řádně vyplněné Žádosti o proplacení voucheru, a to na účet Příjemce uvedený v Žádosti o proplacení voucheru a této Smlouvě, který musí být bankovním účtem vedeným u tuzemského poskytovatele platebních služeb a zveřejněným způsobem umožňujícím dálkový přístup dle § 96 odst. 2 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Příjemce nemá právo na poskytnutí Dotace, pokud nebyly dodrženy všechny podmínky stanovené právními předpisy, touto Smlouvou včetně Žádosti či Manuálem a Všeobecnými podmínkami.
5. Příjemce je povinen uveřejnit povinnou publicitu Projektů 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 realizací Projektů 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 Projektů, např. účastí 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 vouchery prostřednictvím Aplikace bez vad nejpozději v den ukončení doby realizace Projektu. Jestliže Žádost o proplacení vouchery byla podána včas, zůstává tato lhůta zachována i v případě postupu podle čl. IV. odst. 1 této Smlouvy. Veškerá čestná prohlášení učiněná Příjemcem v průběhu spolupráce s Poskytovatelem dotace, počínaje podáním Žádosti, se považují za opětovně učiněná Příjemcem při podání Žádosti o proplacení vouchery. V případě, že by taková čestná prohlášení byla v době předložení Žádosti o proplacení vouchery nepravdivá, nesprávná či neúplná, považuje se neoznámení změn, resp. neuvedení správných a pravdivých prohlášení, za podstatné porušení této Smlouvy, jež opravňuje Poskytovatele dotace v souladu s ustanovením článku V. této Smlouvy Smlouvu vypovědět.
11. Příjemce je povinen ve lhůtě do devadesáti (90) dnů od podpisu této Smlouvy uzavřít smlouvy či objednávky s vybranými dodavateli služeb, a to v písemné formě, v souladu s čl. 4.2. Manuálu. Obsah spolupráce musí být realizován vždy až po účinnosti příslušné smlouvy nebo objednávky.

IV.

Povinnosti Poskytovatele dotace

1. Žádost o proplacení vouchery musí být bez vad. Pokud budou nalezeny vady v Žádosti o proplacení vouchery, bude tato žádost vrácena Příjemci k odstranění vad. Vrácení Žádosti o proplacení vouchery k opravě je možné pouze jednou s tím, že opravenou Žádost o proplacení vouchery musí Příjemce podat prostřednictvím Aplikace do pěti (5) pracovních dnů od jejího vrácení k opravě. Teprve po odstranění vad je možné Dotaci proplatit. Doba, kdy je Žádost o proplacení vouchery 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 vouchery bez vad.

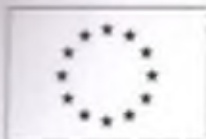


2. Poskytovatel dotace je povinen poukázat Příjemci bankovním převodem Dotaci - částku určenou na základě skutečně vzniklých, odůvodněných a prokázaných způsobilých výdajů ve smyslu článku II. odst. 1 této Smlouvy, případně sníženou o částku odpovídající aktivitě, která byla z Projektu vypuštěna postupem dle čl. III. odst. 3 této Smlouvy, tj. uzavřením dodatku k této Smlouvě, ve lhůtě nejpozději do 42 pracovních dnů ode dne předložení bezvadné Žádosti o proplacení voucheru Poskytovateli dotace za podmínky úplnosti Žádosti o proplacení voucheru, jejího předložení ve lhůtě stanovené v Manuálu a realizace Projektu v souladu s právními předpisy a s touto Smlouvou.
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), ve znění pozdějších předpisů, 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 dotace zejména, pokud ze strany Příjemce dojde k závažnému porušení této Smlouvy. Závažným porušením se rozumí zejména:
 - a) realizace Projektu v rozporu s právními předpisy, touto Smlouvou, Žádostí, Manuálem a Všeobecnými podmínkami;
 - b) použití Dotace (případně její části) v rozporu s účelem, který je stanoven touto Smlouvou;
 - c) neumožnění provedení kontroly Poskytovatelem dotace dle čl. II. odst. 5 této Smlouvy;
 - d) uvedení nepravdivých, nesprávných či neúplných údajů Příjemcem v Žádosti, Žádosti o proplacení voucheru, v této Smlouvě či v jakémkoli dalším dokumentu se Smlouvou souvisejícím;
 - e) realizace spolupráce mezi Příjemcem a dodavatelem služby (resp. dodavateli služeb) před účinností smluv či objednávek dle čl. III. odst. 11 této Smlouvy;
 - f) nepodání Žádosti o proplacení voucheru ve lhůtě dle čl. III. odst. 10 této Smlouvy.



4. Písemnou výpověď této Smlouvy Poskytovatelem dotace zaniká nárok na proplacení Dotace. V případě, že k proplacení Dotace došlo již před doručení 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 (dále jen „zákon č. 250/2000 Sb.“).
5. V případě, že Příjemce poruší jakoukoli povinnost stanovenou mu v souvislosti s realizací Projektu právními předpisy, touto Smlouvou a dokumenty v ní uvedenými, nebo se jeho prohlášení uvedená v Žádosti, Žádosti o proplacení vouchery 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. a Poskytovatel dotace je oprávněn uložit Příjemci odvod a penále dle zákona č. 250/2000 Sb., popř. 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 zákonem č. 250/2000 Sb.
7. V případě přeměny nebo zrušení Příjemce s likvidací je Příjemce povinen Dotaci vyúčtovat ke dni účinnosti přeměny nebo účinnosti rozhodnutí o zrušení s likvidací a do patnácti (15) dnů ode dne, kdy k přeměně nebo zrušení s likvidací došlo, předložit vyúčtování Dotace Poskytovateli dotace. Ve stejné lhůtě je Příjemce povinen vrátit nevyčerpanou část Dotace.

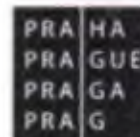
VI.

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. Účinností 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), ve znění pozdějších předpisů.



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. 1 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 Manuálu a v 2. Výzvě, 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 jehož rámci byly zveřejněny Výzva a 2. Výzva a schváleny Program a Projekt.
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 nejmíce 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 - Žádost o poskytnutí vouchery podaná Příjemcem včetně jejích příloh

V Praze dne:

V Praze dne: *1.6.2010*

Poskytovatel dotace

Příjemce

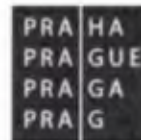

projektová manažerka



jméno jednatele/zastupující osoby



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



Příloha č. 1 - Žádost o poskytnutí vouchery podaná Příjemcem včetně jejích příloh

PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY - VÝZVA Č. 2

OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA - PÓL RŮSTU ČR

ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ VOUCHERU

GET OUT FUN



Identifikace žadatele a prohlášení:

1. Údaje o společnosti:

| | |
|---------------------------|--|
| Společnost: | City Street Games s.r.o. |
| Zapsaná: | C 284235 vedená u soudu Městský soud v Praze |
| Jednající/zastoupená: | |
| Datum vzniku společnosti: | 25. 10. 2017 |
| IČO: | 06555683 |

| | |
|---------------|-------------------------------|
| Právní forma: | Společnost s ručením omezeným |
|---------------|-------------------------------|

| | |
|-------------------|-----------------------------------|
| Velikost podniku: | mikropodnik (max. 10 zaměstnanců) |
|-------------------|-----------------------------------|

Adresa sídla:

| | |
|-------------------|---------|
| Ulice: | Kaprova |
| Číslo popisné: | 42 |
| Číslo orientační: | 14 |
| PSČ: | 11000 |
| Město: | Praha |

Kontaktní údaje:

| | |
|-------------------------|------------------|
| Adresa datové schránky: | rddt2ya |
| Číslo účtu: | 2001414351/2010 |
| Webová stránka: | www.getoutfun.cz |

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

| | |
|--------|----------|
| Ulice: | Zákupská |
|--------|----------|



| | |
|-------------------|-------|
| Číslo popisné: | 477 |
| Číslo orientační: | 8 |
| PSČ: | 18200 |
| Město: | Praha |

Kontaktní osoba:

| | |
|--|--|
| Jméno a příjmení: | |
| E-mail: | |
| Telefon: | |
| Osoby zastupující právnickou osobu: | |
| Osoby s podílem v této právnické osobě: | |
| Osoby, v nichž má právnická osoba podíl a jeho výše: | |

2. Žadatel je srozuměn a tímto souhlasí s podmínkami programu – viz Programový manuál pro druhé kolo výzvy.

ANO

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

Společnost City Street Games, s.r.o. byla založena 25. října 2017 a zabývá se provozem mobilní aplikace, sloužící jako zábavný průvodce po hl. městě Praha a institucích v hl. městě Praha. City Street Games, s. r. o. má 2 jednatele – Každý z jednatelů zastupuje společnost samostatně. Společnost vytvořila mobilní aplikaci, která propojuje moderní technologii s realitou a umožňuje hráčům hrát venkovní únikové hry. V současnosti má společnost zájem aplikaci přizpůsobit tak, aby byla více naučná a vhodná pro výuku na základních a středních školách.

4. Žadatel je plátcem DPH (ano/ne):



NE

5. Žadatel tímto **čestně prohlašuje**, že:

- a) je 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,
- b) žadatel je právnickou osobou¹,
- c) podnikatelská historie musí být max. do 3 let od zapsání do Obchodního rejstříku nejpozději v době podání Žádosti o poskytnutí vouchery,
- d) z hlediska klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) není Žadatel omezen²,
- e) CZ-NACE kód uvedený v Žádosti o poskytnutí vouchery se týká předmětu projektu a musí být uveden dle Klasifikace Českého statistického úřadu,
- f) CZ-NACE kód projektu je tedy uvedený dle předmětu projektu a po celou dobu konání projektu se nesmí měnit,
- g) musí být zaregistrován jako poplatník daně z příjmů,
- h) musí být oprávněn k podnikání v souladu s právními předpisy ČR a zároveň musí mít sídlo či zapsanou provozovnu v hlavním městě Praze.³ Provozovna firmy musí být zapsána v živnostenském rejstříku dle Živnostenského zákona,⁴
- i) ekonomická aktivita a místo dopadu realizace projektu musí být na území hl. m. Prahy,
- j) není v likvidaci ani úpadku, 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, zdravotním pojišťovnám nebo k České správě sociálního zabezpečení,
- k) 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,
- l) nemá žádné nedoplatky vůči poskytovatelům podpory z projektů spolufinancovaných z rozpočtu Evropské unie,
- m) žadatel o dotaci není podnikem, vůči němuž byl v návaznosti na rozhodnutí Evropské komise, na základě kterého/jímž byla podpora obdržena od poskytovatele z České

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

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

4 Nemá-li žadatel povinnost zveřejňovat své provozovny v živnostenském rejstříku (např. zdravotnická zařízení), doloží sám tuto skutečnost.



republiky prohlášena za protiprávní a neslučitelnou s vnitřním trhem, vystaven inkasní příkaz, který je nesplacený,

- n) 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 o poskytnutí vouchery z výběrového procesu,
- o) dotace nesmí být použita na krytí stejných způsobilých nákladů projektu financovaného zcela nebo zčásti z jiných veřejných prostředků,
- p) podpora se musí týkat přímo ekonomické činnosti Žadatele,
- q) předložená Žádost o poskytnutí vouchery je v souladu s Regionální inovační strategií hl. m. Prahy⁵,
- r) podniku (žadateli) byly přiděleny následující (dříve poskytnuté) podpory *de minimis*:

| Datum poskytnutí | Poskytovatel | Částka v Kč |
|------------------|--------------|-------------|
| | | 0,00 Kč |

Podniky⁶ propojené s žadatelem o podporu

Žadatel o podporu se považuje za propojený⁷ 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;

⁵ Dostupná na: <http://www.rishmp.cz/inp/>.

⁶ Za podnik lze považovat podnikatele definovaného v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

⁷ Bližší informace o propojeném podniku naleznete v METODICKÉ PŘÍRUČCE k aplikaci pojmu „jeden podnik“ z pohledu pravidel podpory *de minimis* na stránkách www.uohs.cz



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.

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.

| Obchodní jméno podniku/Jméno a příjmení | Sídlo/Adresa | IČ/Datum narození |
|---|--------------|-------------------|
| | | |

Žadatel prohlašuje, že jako účetní období používá:

Kalendářní rok.

Začátek:

Konec:

V případě, že během předchozích dvou účetních období došlo k přechodu z kalendářního roku na rok hospodářský anebo opačně, uveďte tuto skutečnost vypsáním účetních období, která byla použita (např. 1. 4. 2017 - 31. 3. 2018; 1. 4. 2018 - 31. 12. 2018):

Nabytím (fúzí sloučením⁸⁾) převzal jmění níže uvedeného/ých podniku/ů:

⁸ Viz § 61 zákona č. 125/2008 Sb.



| Obchodní jméno podniku | Sídlo | IČ |
|------------------------|-------|----|
| | | |

Výše uvedené změny spočívající ve spojení či nabytí podniků:

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.

S ohledem na to, že žadatel je právnickou osobou, nejsou údaje o žadateli osobními údaji ve smyslu nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 2016/679 ze dne 27. 4. 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES („GDPR“), a GDPR se na zpracování takových údajů nevztahuje.

Žadatel ovšem bere na vědomí, že některé údaje, které jsou pro poskytnutí podpory a/nebo v souvislosti s ní vyžadovány, a které žadatel uvede v této žádosti, mohou osobní údaje ve smyslu GDPR představovat. V takovém případě žadatel vyplněním této žádosti potvrzuje, že je oprávněn tyto osobní údaje poskytovateli podpory *de minimis* a správci osobních údajů, kterým je Hlavní město Praha (IČO: 00064581) poskytnout. Správce bude poskytnuté osobní údaje zpracovávat pouze pro účely poskytnutí podpory *de minimis* a/nebo v souvislosti s ní a souladu s příslušnými právními předpisy, zejména GDPR.

Více informací o zpracování osobních údajů dotčených subjektů údajů je možné nalézt zde <https://podejprojekt.prazskyvoucher.cz/terms>.

Osobní údaje fyzických osob budou skartovány dle spisového a skartačního plánu.



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.

ANO

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

ANO

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:

Get Out Fun

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.

Komplexní marketingová komunikace

10. Popis výchozí situace - max. 2000 znaků:

Společnost City Street Games s.r.o. se zabývá provozem mobilní aplikace sloužící jako zábavný průvodce po hl. městě Praha a institucích v hl. městě Praha. Společnost vytvořila mobilní aplikaci, která propojuje moderní technologii s realitou a umožňuje hráčům hrát venkovní únikové hry. Aplikace je velice oblíbená a za první rok fungování jí prošlo přes 10 000 hráčů. Popularita je vidět i z velmi pozitivního hodnocení od hráčů. Nyní chceme aplikaci přizpůsobit tak, aby byla více naučná a vhodná pro výuku na základních a středních školách v rámci tzv. Projektových dnů. Samy školy nás oslovily, jestli bychom hry mohli spustit právě pro jejich studenty. V současnosti společnost nedisponuje vlastním interním



marketingovým týmem ani žádným partnerem na tyto služby.

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

| | |
|--------------------|------------------------------|
| Obsah služby: | Marketing |
| Název dodavatele: | Meyvin, s. r. o. |
| IČ: | 4050622 |
| DIČ: | |
| Sídlo společnosti: | Nádražní 1843, 258 01 Vlašim |
| Plátce DPH: | NE |
| Statutární orgán: | |
| Kontaktní osoba: | |
| Telefon/mobil: | |
| E-mail: | |
| Webová stránka: | |
| Bankovní spojení: | 2300792301/2010 |

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

Předmětem projektu je úprava mobilní aplikace sloužící jako zábavný průvodce po hl. městě Praha a institucích v hl. městě Praha. Úprava aplikace by měla sloužit pro potřeby základních a středních škol v Praze. Po úpravě aplikace bude hra vhodná právě pro vzdělání studentů zábavnou formou. Společnost City Street Games s. r. o. v rámci projektu „Get Out Fun“ poptává služby u společnosti Meyvin, s.r.o., které spočívají ve vytvoření klientem poptávané služby komplexní marketingové komunikace, jejíž vlastnosti jsou definovány následujícím způsobem: mediální průzkumu trhu, sestavení marketingových analýz, definování cílové skupiny, lifestyle analýza definované cílové skupiny, analýza mediální konzumace definované cílové skupiny, návrh procesů crossmediální komunikace, vytvoření strategie marketingové komunikace pro definovanou cílovou skupinu, sestavení mediálních plánů komunikace, definování cílů marketingové komunikace, návrh procesů hodnocení a optimalizace kampaní. Po spuštění marketingové komunikace správa kampaní, copywriting, grafické práce, webdesign a programování, SEO analýza a optimalizace. Právě spolupráce s dodavatelem Meyvin, s.r.o. by měla vést k vytvoření komplexní marketingové komunikace, která povede k nárůstu zájemců a zvýšení povědomí o této mobilní aplikaci.

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

Pro efektivní průběh projektu je potřeba, aby se zapojilo co největší množství středních škol. S tím nám může pomoci dobře zacílený marketing na školy v Praze. Díky komplexní



marketingové komunikaci společnost očekává značný nárůst zájemců. Realizace projektu povede k rozšíření cílové skupiny. Hlavním účelem projektu je tvorba inovace, získání konkurenční výhody a zvýšení kvality nabídky produktů. Projektem dojde k prezentaci hl. města Prahy jako inovativní a kreativní metropole. V tuhle chvíli společnost nemá svůj interní marketingový tým ani žádného partnera na tyto služby.

14. Popis realizačního týmu - max. 2000 znaků:

Na projekt byl v rámci dodavatele vyčleněn zodpovědný pracovník [REDAKCE] který ve funkci projektového manažera zodpovídá za realizaci zakázky. Jím byl připraven harmonogram realizace projektu dle zkušeností z realizace předchozích obdobných. Dle něho byl pak navržen rozpočet projektu, respektive cenová nabídka. Na projektu se bude podílet v rozsahu definovaném v harmonogramu [REDAKCE] • Pozice v projektu: Jednatel společnosti, projektový manažer a kontrola projektu. Vzdělání: • Vysoká škola finanční a správní (magisterské: Marketingová komunikace) • Vysoká škola manažerské informatiky, ekonomiky a práva (bakalářské: Aplikovaná informatika, Management ICT) Praxe • Od roku 2013 jednatelem firmy Czech Sport Guru, marketing a management • Od roku 2015 jednatelem firmy Meyvín, strategie a mediální poradenství, vývoj SW Relevantní zkušenosti: Vedení týmu pro vývoj SW. Vedení client service týmu pro výzkum, strategické plánování a řízení marketingových kampaní. Samostatný vývoj SW, grafické práce a copywriting, mediální výzkum, plánování strategie kampaní, optimalizace a vyhodnocování. • Počet hodin na projektu: 1.684 Ze strany žadatele se projektem bude zabývat jednatel [REDAKCE] - Celkový chod projektu Vzdělání: • 2001 - 2009 Gymnázium Litoměřická 726 - 8mi leté (maturitní, úspěšně ukončeno) Praxe: • 2010 - současnost Organizace seznamovacích pobytů pro studenty VŠ • 2011 - současnost Jednatel společnosti Rozz s.r.o. • 2015 - současnost Organizování airsoftových akcí • 2018 - současnost Předseda spolu provozující "Dětskou skupinu" o 12 dětech Relevantní zkušenosti: Vedení týmů o desítkách lidí, produkční organizace středních akcí, komunikace s partnery.

15. Vyberte režim podpory:

De minimis (85 %)

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

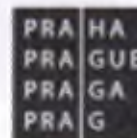
| | |
|--|---------------|
| Celková cena projektu | 498 550,00 Kč |
| Procentní sazba dotace (vyberte) | 85 % |
| Výše dotace (celková cena projektu x procentní sazba dotace) | 423 767,50 Kč |

17. Zde uveďte CZ - NACE, kterého se projekt týká:

73 - Reklama a průzkum trhu



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



18. Indikátory projektu (vyberte):

Podnik, který dostává podporu pro účely uvádění nových výrobků na trh: NE

Podnik, který dostává podporu pro účely zavádění výrobků nových pro podnik: ANO

19. Datum zahájení projektu: 30. 12. 2019

Datum ukončení projektu: 30. 6. 2020

20. Místo realizace projektu: Hlavní město Praha





PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 2
OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA – PÓL RŮSTU ČR

NABÍDKA DODAVATELE SLUŽEB

Get Out Fun



NABÍDKA POSKYTNUTÍ SLUŽEB

| ŽADATEL O POSKYTNUTÍ VOUCHERU | |
|-------------------------------|---|
| Název žadatele | City Street Games s.r.o. |
| IČO / DIČ | 06555683 |
| Plátce DPH | <input type="checkbox"/> ANO <input checked="" type="checkbox"/> NE |
| Sídlo žadatele | Kaprova 42/14, Staré Město, 110 00 Praha 1 |
| Statutární zástupce žadatele | |

| DODAVATEL SLUŽBY | |
|--|---|
| Název dodavatele / jméno, příjmení fyz. os. | Meyvin, s.r.o. |
| IČO / DIČ | 4050622 |
| Plátce DPH | <input type="checkbox"/> ANO <input checked="" type="checkbox"/> NE |
| Sídlo dodavatele / fyz. os. | Nádražní 1843, 258 01 Vlašim |
| Statutární zástupce dodavatele | |
| Zpracovatel nabídky (jméno, telefon, email) | |
| Kontaktní osoba (jméno, telefon, email) | |



POPIS NABÍZENÝCH SLUŽEB - PŘEDMĚT

Společnost Meyvin, s.r.o. nabízí na základě poptávky klienta a seznámení se s jeho projektem „kreativní služby“, které spočívají ve vytvoření klientem poptávané služby komplexní marketingové komunikace, jejíž vlastnosti jsou definovány následujícím způsobem:

mediální průzkumu trhu, sestavení marketingových analýz, definování cílové skupiny, lifestyle analýza definované cílové skupiny, analýza mediální konzumace definované cílové skupiny, návrh procesů crossmediální komunikace, vytvoření strategie marketingové komunikace pro definovanou cílovou skupinu, sestavení mediálních plánů komunikace, definování cílů marketingové komunikace, návrh procesů hodnocení a optimalizace kampaní. Po spuštění marketingové komunikace správa kampaní, copywriting, grafické práce, webdesign a programování, SEO analýza a optimalizace.

Služby poskytnuté klientovi spočívají z těchto dílčích úkonů:

1. Research - mediální průzkum trhu

(84 hodin)

2. Sestavení marketingové analýzy

(96 hodin)

3. Definování a rozbor cílové skupiny

(9 hodin)

4. Lifestyle analýza cílové skupiny

(67 hodin)

5. Analýza mediální konzumace cílové skupiny

(62 hodin)

6. Návrh procesů crossmediální komunikace

(88 hodin)

7. Vytvoření strategie marketingové komunikace

(195 hodin)

8. Sestavení mediálních plánů marketingové komunikace

(46 hodin)

9. Definice + hodnocení marketingových a obchodních cílů

(14 hodin)

10. Procesy hodnocení a optimalizace průběhu kampaně

(27 hodin)

11. Copywriting - články v blogu hlavního webu a microsites

(46 hodin)

12. Copywriting obsahu hlavního webu a microsites

(12 hodin)



13. Grafické práce - náhledové a obsahové obrázky hlavního webu a microsites
(68 hodin)

14. Grafické práce - bannery pro social media, reklamní platformy a PPC systémy
(83 hodin)

15. Webdesign webových stránek a microsites
(128 hodin)

16. Programování webových stránek a microsites
(58 hodin)

17. Testování webových stránek a microsites před i po spuštění
(115 hodin)

18. SEO analýza
(132 hodin)

19. Průběžná SEO optimalizace
(220 hodin)

20. Správa kampaní
(134 hodin)

POPIS ŘEŠITELSKÉHO TÝMU

Na projekt byl v rámci společnosti vyčleněn zodpovědný pracovník [REDAKCE] který ve funkci projektového manažera zodpovídá za realizaci zakázky. Jím byl připraven harmonogram realizace projektu dle zkušeností z realizace předchozích obdobných. Dle něho byl pak navržen rozpočet projektu, respektive cenová nabídka. Na projektu se bude podílet v rozsahu definovaném v harmonogramu:

□ Pozice v projektu: Jednatel společnosti, projektový manažer a kontrola projektu, Vzdělání:

Vysoká škola finanční a správní (magisterské – Marketingová komunikace)

Vysoká škola manažerské informatiky, ekonomiky a práva (bakalářské - Aplikovaná informatika, Management ICT)

- Od roku 2013 jednatelem firmy Czech Sport Guru, marketing a management
- Od roku 2015 jednatelem firmy Meyvin, strategie a mediální poradenství, vývoj SW
- Relevantní zkušenosti: Vedení týmu pro vývoj SW. Vedení client service týmu pro výzkum,

strategické plánování a řízení marketingových kampaní. Samostatný vývoj SW, grafické práce a

copywriting, mediální výzkum, plánování strategie kampaní, optimalizace a vyhodnocování.

- Počet hodin na projektu: 1.684



VÝSTUPY KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ

1. Research

Mediální průzkum trhu nám ukáže chování konkurence v daném segmentu a jeho mediální taktiku. Získáme náhled na sezonalitu komunikace i na skladbu mediamixu jednotlivých subjektů. Lifestyle a soc-demo analýza pro definování mediální cílové skupiny pomůže definovat profil CS. Vytvořen profilu subjektu v cílové skupině a označení jeho návyků, zálib, technologické vybavenosti, stylu a soc-demo ukazatelů. Z důvodu vývoje trhu se research bude aplikovat v několika fázích.

- Mediální analýza celého trhu
- Konkurenční analýza v segmentu působení klienta
- Analýza mediální komunikace top zadavatelů z pohledu sezonality a skladby mediamixu
- Lifestyle analýza a MML-TGI

Výstup: data pro možný návrh crossmediální komunikace na definovanou CS s efektivním fázováním kampaně dle sezonality - hlavní peaky.

2. Mediální plánování

Navržením procesů crossmediální komunikace stanovíme kroky jednotlivých komunikačních úrovní, pro které vytvoříme marketingovou strategii na základě dat a výstupů z mediálních analýz.

- Definování úrovní komunikace v dílčích stádiích kampaně
- Stanovení cílů, jejich měření a vyhodnocování
- Návrh mediální taktiky pro každé stádium komunikace
- Sestavení komplexní komunikační strategie v jednotlivých platformách a reklamních systémech
- Sestavení mediálních plánů pro jednotlivé mediatypy navržené komunikační strategii

Výstup: flowchart s mediální strategií, fázováním kampaní v jednotlivých komunikačních úrovních, a sestavení mediálních plánů pro řízení komunikace ve zvolením období.

3. Copywriting

Analýza obsahu webových stránek a veškerých prezentačních materiálů, které jsou určeny k propagaci klienta. Návrh obsahové strategie doplněné o afinitní KW pro definovanou cílovou skupinu v segmentu působení klienta, s cíle efektivního reache a plnění konverzí stanovených mediálním plánováním. Přepis a zatraktivnění původní textace, včetně realizace originálního textového obsahu pro hlavní webové stránky a microsites.

- Analýza textového obsahu webových stránek a vyhodnocení z pohledu vyhledávání
- Návrh relevantního obsahu pro mediální CS na jednotlivých search engines
- Podpora pro SEO optimalizaci

Výstup: relevantní a atraktivní obsah, který je dobře čtivý pro definovanou cílovou skupinu a rozpoznatelný pro vyhledávače z pohledu kvalitní SEO. Předpokladem je vytvoření takového obsahu, který bude uživatele zajímat, bavit a budovat pozici klienta v oborovou autoritu.



4. Grafické práce

Grafická část doplňuje copywriting o zajímavý vizuální obsah, který svou relevancí doprovází textovou část a vytváří v očích cílové skupiny jednotný prvek, který je dobře uchopitelný a zapamatovatelný.

- Náhledové obrázky k jednotlivým článkům, infografika a navigace na webové stránky
- Bannery v obsahové síti, v sociálních sítích a reklamních systémech
- Prezentace, letáky, brožury, objekty

Výstup: soubor kvalitních grafických podkladů a prvků doplňující vizuální komunikaci a identitu klienta. Tato část je důležitá pro podporu komunikační fáze budování povědomí o značce, ve spojení s PR a copywritingem.

5. Webdesign

Návrh struktury, rozložení dílčích prvků a kompletní architektura webové stránky a jednotlivých microsites s ohledem na dokonalou uživatelskou přívětivost. Návrh technické stránky věci a potřebné infrastruktury webu. Návrh přehledného designu podle nejnovějších trendů, který bude použitelný a funkční na všech zařízeních. Tvorba moderního, reprezentativního a responzivního designu webu.

- Návrh vizuálního ztvárnění webových stránek
- Návrh jednotlivých prvků webu v responzivním designu
- Návrh uspořádání jednotlivých forem obsahu dle výstupů z testů webové analytiky

Výstup: grafický návrh přehledného, čistého a uživatelsky přívětivého webového rozhraní, které uživatele provede jednotlivými částmi webu s důrazem na plnění konverzí dle stanovených cílů.

6. Vývoj webového rozhraní

Vývoj vychází z navržené struktury a grafického ztvárnění webových stránek v plné responzivitě. Během vývoje dochází k testování jednotlivých funkčních prvků v celé struktuře webových stránek.

- Volba redakčního systému, jeho instalace a nastavení úrovně administrace
- Programování
- Debugging, ladění funkcí a testování prvků, test úrovně bezpečnosti SW
- Instalace doplňků, widgetů a pluginů
- Plnění textovým a grafickým obsahem
- Onsite i offsite optimalizace

Výstup: funkční UX / UI webové rozhraní s přehlednou administrací a obsluhou jednotlivých prvků napříč redakčním systémem.

7. SEO a správa kampaní

Optimalizace, která postupně dostane webovou stránku na přední pozice ve vyhledávacích a zajistí růst přístupů na webové stránky. Optimalizace webových stránek z pohledu zvýšení scoringu a relevance po technické i obsahové stránce při určování CPC a tlaku na nižší cenu v PPC kampaních.

- SEO analýza a návrh optimalizace obsahu jednotlivých stránek, kódů webu a označení objektů



- Indexace stránky, implementace měřicích kódů a napojení na analytické a měřicí systémy
- Nastavení, optimalizace a správa reklamních účtů pro řízení kampaní

Výstup: analýza stavu webových stránek a návrh na doplnění hodnocených částí o tagy a vhodné pojmenování prvků webu z pohledu kvalitní SEO optimalizace. Cílem je snížení CPC ve spravovaných kampaních a efektivní zásah definované CS s nižším rozpočtem.

HARMONOGRAM

V rámci jednání s klientem byl vypracován základní harmonogram jednotlivých částí projektu včetně jejich dílčích nákladů (viz níže). Tabulka uvádí jednotlivé fáze realizace v průběhu 6 měsíců trvání projektu. Každá z popsaných fází má specifikovaný výstup v předchozí kapitole (výstupy kvalitativní a kvantitativní). Na celý průběh zakázky dohlíží s projektovým manažerem rovněž zadavatel zakázky (klient). Navržený harmonogram projektu počítá s postupnou realizací zakázky, dle navrženého harmonogramu:

| měsíc | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1 Research | X | | X | | X | |
| 2 Mediální plánování | | X | X | | | |
| 3 Copywriting | | | X | X | X | X |
| 4 Grafické práce | | | X | X | X | X |
| 5 Webdesign | | | | X | | |
| 6 Vývoj webového rozhraní | | | | X | X | |
| 7. SEO a správa kampaní | | | | X | X | X |

POLOŽKOVÝ ROZPOČET

| Název položky | Měrná jednotka | Počet jednotek | Cena za jednotku | Cena celkem |
|----------------------------------|----------------|----------------|------------------|-------------|
| Research | hod | 318 | 250 Kč | 79.500 Kč |
| Mediální plánování | hod | 370 | 320 Kč | 118.400 Kč |
| Copywriting | hod | 58 | 750 Kč | 43.500 Kč |
| Grafické práce | hod | 151 | 250 Kč | 37.750 Kč |
| Webdesign | hod | 128 | 230 Kč | 29.440 Kč |
| Vývoj webového rozhraní | hod | 173 | 480 Kč | 83.040 Kč |
| SEO a správa kampaní | hod | 486 | 220 Kč | 106.920 Kč |
| CENA CELKEM (bez DPH) | | | | |
| CENA CELKEM (včetně DPH)* | | | | 498.550 Kč |

* Pokud je dodavatel NEPLÁTCE DPH, uvede celkovou cenu projektu do tohoto řádku.

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



Čestné prohlášení

Čestně prohlašuji, že dodavatel služby je odborně způsobilý 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 24.1.2019





PROJEKTOVÝ ZÁMĚR–PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

| | |
|----------------|----------------------------|
| Název žadatele | City Street Games s. r. o. |
| IČ | 06555683 |

Popis požadovaných kreativních služeb

Společnost **City Street Games s.r.o.** se zabývá provozem mobilní aplikace sloužící jako zábavný průvodce po hl. městě Praha a institucích v hl. městě Praha. V rámci projektu „Get Out Fun“ poptává služby u společnosti **Meyvin, s.r.o.**, které spočívají ve vytvoření klientem poptávané služby komplexní marketingové komunikace, jejíž vlastnosti jsou definovány následujícím způsobem:

mediální průzkumu trhu, sestavení marketingových analýz, definování cílové skupiny, lifestyle analýza definované cílové skupiny, analýza mediální konzumace definované cílové skupiny, návrh procesů crossmediální komunikace, vytvoření strategie marketingové komunikace pro definovanou cílovou skupinu, sestavení mediálních plánů komunikace, definování cílů marketingové komunikace, návrh procesů hodnocení a optimalizace kampaní. Po spuštění marketingové komunikace správa kampaní, copywriting, grafické práce, webdesign a programování, SEO analýza a optimalizace.

Díličí výstupy:

1. Research: data pro možný návrh crossmediální komunikace na definovanou CS s efektivním fázováním kampaně dle sezonality - hlavní peaky.
2. Mediální plánování: flowchart s mediální strategií, fázováním kampaní v jednotlivých komunikačních úrovních a sestavení mediálních plánů pro řízení komunikace ve zvolením období.
3. Copywriting: relevantní a atraktivní obsah, který je dobře čtivý pro definovanou cílovou skupinu a rozpoznatelný pro vyhledávače z pohledu kvalitní SEO. Předpokladem je vytvoření takového obsahu, který bude uživatele zajímat, bavit a budovat pozici klienta v oborovou autoritu.
4. Grafické práce: soubor kvalitních grafických podkladů a prvků doplňující vizuální komunikaci a identitu klienta. Tato část je důležitá pro podporu komunikační fáze budování povědomí o značce, ve spojení s PR a copywritingem.



5. Webdesign: grafický návrh přehledného, čistého a uživatelsky přívětivého webového rozhraní, které uživatele provede jednotlivými částmi webu s důrazem na plnění konverzí dle stanovených cílů.

6. Vývoj webového rozhraní: funkční UX / UI webové rozhraní s přehlednou administrací a obsluhou jednotlivých prvků napříč redakčním systémem.

7. SEO a správa kampaní: analýza stavu webových stránek a návrh na doplnění hodnocených částí o tagy a vhodné pojmenování prvků webu z pohledu kvalitní SEO optimalizace. Cílem je snížení CPC ve spravovaných kampaních a efektivní zásah definované CS s nižším rozpočtem.

Výstupem je komplexní marketingová komunikace.

Pro efektivní průběh projektu je potřeba, aby se zapojilo co největší množství středních škol. S tím nám může pomoci dobře zacílený marketing na školy v Praze. Díky komplexní marketingové komunikaci společnost očekává značný nárůst zájemců. Realizace projektu povede k rozšíření cílové skupiny. Hlavním účelem projektu je tvorba inovace, získání konkurenční výhody a zvýšení kvality nabídky produktů.

Jedná se o únikové hry, které jsou v ČR velmi oblíbené a lidé je sami vyhledávají. Naše společnost vytvořila mobilní aplikaci, která propojuje moderní technologii s realitou a umožňuje hráčům hrát venkovní únikové hry. Aplikace je velice oblíbená a za první rok fungování ji prošlo přes 10 000 hráčů. Popularita je vidět i z velmi pozitivního hodnocení od hráčů. Nyní chceme aplikaci přizpůsobit tak, aby byla více naučná a vhodná pro výuku na základních a středních školách v rámci tzv. Projektových dnů. Samy školy nás oslovily, jestli bychom hry mohli spustit právě pro jejich studenty.



| | |
|---|--|
| Rozvojový plán žadatele | <p>Naše společnost chce úspěšné hry upravit a dostat na základní a střední školy v Praze. Po úpravách aplikace bude hra vhodná právě pro vzdělávání studentů zábavnou formou. Hry jsou již nyní v pražské Zoo, Národním technickém muzeu, či po památkách hl. m. Prahy. V tuto chvíli se hry upraví tak, aby vyhovovaly potřebám středních škol. Některé již projevíly zájem.</p> <p>Základem úprav bude zpětná vazba pro učitele, kde každý zaregistrovaný učitel uvidí, jak se jeho žákům dařilo. Dále s těmito informacemi bude moci pracovat.</p> <p>Studenti by neměli být neustále jen v lavicích. Je důležité jim poskytnout originální a zábavný způsob vzdělávání, při čemž si učitelé mohou odpočinout a přesto získají výstup, se kterým mohou dále pracovat. Díky pražským voucherům bude toto možné a naše společnost se rozšíří o nové odvětví působnosti. Záměr celého projektu je, aby se studenti mohli odreagovat od tradiční výuky a dělali, co je baví. Hry nabízí vzdělání napříč všemi předměty.</p> <p>Hlavní ekonomická aktivita firmy je založena na příjmech z prodeje zábavných her na principu logiky, důvtipu a orientace. Hry jsou velmi kvalitní a lidé si je sami doporučují, díky čemuž je zajištěna finanční stabilita společnosti.</p> <p>Díky dotaci budeme moci přizpůsobit aplikaci pro školy. Také se o tomto projektu všechny školy v Praze dozví a budou si moci naše služby objednat. Konkurenceschopnost tohoto projektu tak bude mít obrovskou výhodu.</p> |
| Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele | <p>Společnost funguje již přes rok a každým dnem zaznamenává nárůst klientů. O toto odvětví je stále větší zájem. Finanční situace je stabilní a do budoucna předpokládáme razantní zvýšení příjmů na základě spolupráce nejen se základními a středními školami, ale také na základě spolupráce s partnery zabývající se turismem v hl. m. Praha. Finance k předfinancování použijeme z již fungujících zdrojů.</p> |



| | |
|-----------------------|--|
| Řešitelský tým | <p>Na projekt byl v rámci společnosti vyčleněn zodpovědný pracovník [REDACTED] který ve funkci projektového manažera zodpovídá za realizaci zakázky. Jím byl připraven harmonogram realizace projektu dle zkušeností z realizace předchozích obdobných. Dle něho byl pak navržen rozpočet projektu, respektive cenová nabídka. Na projektu se bude podílet v rozsahu definovaném v harmonogramu:</p> <p>[REDACTED]</p> <ul style="list-style-type: none">• Pozice v projektu: Jednatel společnosti, projektový manažer a kontrola projektu. <p>Vzdělání:</p> <ul style="list-style-type: none">-Vysoká škola finanční a správní (magisterské: Marketingová komunikace)-Vysoká škola manažerské informatiky, ekonomiky a práva (bakalářské: Aplikovaná informatika, Management ICT) <p>Praxe</p> <ul style="list-style-type: none">• Od roku 2013 jednatelem firmy Czech Sport Guru, marketing a management• Od roku 2015 jednatelem firmy Meyvin, strategie a mediální poradenství, vývoj SW <p>Relevantní zkušenosti:</p> <p>Vedení týmu pro vývoj SW. Vedení client service týmu pro výzkum, strategické plánování a řízení marketingových kampaní. Samostatný vývoj SW, grafické práce a copywriting, mediální výzkum, plánování strategie kampaní, optimalizace a vyhodnocování.</p> <ul style="list-style-type: none">• Počet hodin na projektu: 1.744 <p>Ze strany žadatele se projektem bude zabývat [REDACTED]</p> <p>Vzdělání:</p> <ul style="list-style-type: none">• 2001 - 2009 Gymnázium Litoměřická 726 - 8mi leté (maturitní, úspěšně ukončeno) <p>Praxe:</p> <ul style="list-style-type: none">• 2010 - současnost Organizace seznamovacích pobytů pro studenty VŠ• 2011 - současnost Jednatel společnosti Rozz s.r.o.• 2015 - současnost Organizování airsoftových akcí• 2018 - současnost Předseda spolu provozující "Dětskou skupinu" o 12 dětech <p>Relevantní zkušenosti:</p> <p>Vedení týmů o desítkách lidí, produkční organizace středních akcí, komunikace s partnery.</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 17.3.2019



podpis statutárního zástupce