



8213/20

## FOND VYSOČINY PROGRAM „MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU 2020“

### SMLOUVA O POSKYTNUTÍ DOTACE

uzavřená na základě dohody smluvních stran nikoliv na úkor ochrany kterékoliv ze smluvních stran ve smyslu § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“)

ID FV02788.0008

#### Čl. 1 Smluvní strany

##### Kraj Vysočina

se sídlem:  
IČO:  
zastoupený:  
k podpisu smlouvy pověřena:  
(dále jen „Kraj“)  
bankovní spojení:

Žižkova 57, 587 33 Jihlava  
70890749  
MUDr. Jiřím Běhounkem, hejtmanem kraje  
Ing. Jana Fischerová, CSc., náměstkyně hejtmana  
  
Sberbank CZ, a. s. Jihlava  
číslo účtu: 4050005211/6800

a

##### Hotel ATOM s.r.o.

se sídlem:  
IČO:  
zastoupená:  
(dále jen „Příjemce“)  
bankovní spojení:

Velkomeziříčská 640/45, 674 01 Třebíč – Nové Dvory  
25323474  
Bc. Kateřinou Horkou  
  
Česká spořitelna, a.s.  
číslo účtu: 6168592/0800

#### Čl. 2 Účel smlouvy

Účelem této smlouvy je poskytnutí účelové veřejné finanční podpory z Fondu Vysočiny (dále jen „dotace“) na realizaci projektu „Podpora visibility nabízených ubytovacích balíčků / ubytování a celodenních akcí na Zámku Dukovany“, bližší specifikovaného v žádosti o poskytnutí dotace, která tvoří nedílnou součást této smlouvy jako Příloha č. 1 (dále jen „projekt“).

#### Čl. 3 Závaznost návrhu

- 1) Doba platnosti tohoto návrhu smlouvy je omezena na 30 kalendářních dnů od prokazatelného doručení návrhu této smlouvy Příjemci.

- 2) Pokud tento návrh smlouvy nebude Příjemcem akceptován a podepsaný doručen na adresu uvedenou v záhlaví této smlouvy v termínu podle Čl. 3 odst. 1 této smlouvy nebo v tomto termínu příjemce nepožádá o prodloužení termínu, návrh smlouvy zaniká a nárok na dotaci nevznikne.

#### Čl. 4 Závazek Příjemce

- 1) Příjemce dotaci za podmínek stanovených v této smlouvě přijímá a zavazuje se, že bude projekt realizovat svým jménem, na svou vlastní odpovědnost, v souladu s právními předpisy a podmínkami této smlouvy.
- 2) Příjemce se zavazuje vrátit dotaci do 15 kalendářních dnů ode dne, kdy Kraji písemně sdělí, že u projektu, který byl zrealizován, nebude nadále plnit podmínky dané touto smlouvou (udržitelnost, archivace, povinnost umožnit kontrolu,...) na účet uvedený v záhlaví této smlouvy.

#### Čl. 5 Dotace

- 1) Kraj poskytuje Příjemci na projekt dotaci ve výši 200 000 Kč (slovy: dvě stě tisíc korun českých).
- 2) Pro účely této smlouvy se rozumí:
- a) **Celkové náklady projektu** (objem projektu) jsou náklady tvořené součtem dotace a vlastním podílem Příjemce.
  - b) **Vlastní podíl Příjemce** jsou prostředky, které jsou tvořeny vlastními prostředky Příjemce.

<b>Celkové náklady projektu</b>	265 000 Kč
Výše dotace v Kč	200 000 Kč
Výše dotace v %	75,47 % z celkových nákladů na projekt
Vlastní podíl Příjemce v %	24,53 % z celkových nákladů na projekt
Vlastní podíl Příjemce v Kč	65 000 Kč

- 3) Výše dotace uvedená v Čl. 5. odst. 1 této smlouvy je maximální. Pokud skutečné celkové náklady projektu překročí celkovou výši nákladů projektu uvedenou v tabulce v odst. 2, uhradí Příjemce částku tohoto překročení z vlastních zdrojů. Pokud budou skutečné celkové náklady projektu nižší než výše celkových nákladů projektu uvedených v tabulce v odst. 2, výše dotace uvedená v odst. 1 zůstane nezměněna pouze v případě, kdy bude vlastní podíl příjemce stále tvořit minimální procentní hodnotu uvedenou ve výzvě k předkládání projektů (tj. 20%), v ostatních případech bude částka dotace úměrně snížena tak, aby byl vždy dodržen vlastní podíl příjemce uvedený v závorce výše.
- 4) Dotace je veřejnou finanční podporou 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, a vztahují se na ni všechna ustanovení tohoto zákona.
- 5) Souběh dotace z několika programů Fondu Vysočiny či dalších dotačních titulů Kraje na realizaci jednoho projektu není možný. Souběh dotace z Fondu Vysočiny s dotacemi jiných

poskytovatelů nevyklučuje. Výše poskytnutých dotací na projekt však v takovém případě nesmí přesáhnout 100 % celkových nákladů na projekt.

- 6) Dotace je poskytována jako podpora malého rozsahu (de minimis) ve smyslu Nařízení Komise (EU) č. 1407/2013 ze dne 18. 12. 2013 o použití článků 107 a 108 Smlouvy o fungování Evropské unie na podporu de minimis (Úř. věst. L 352, 24. 12. 2013, s. 1).

## **Čl. 6 Způsob poskytnutí dotace**

Dotace bude poskytnuta jednorázově bankovním převodem na účet Příjemce, a to nejpozději do 30 kalendářních dnů od podpisu této smlouvy oběma smluvními stranami. Případné nevyužité prostředky budou vráceny nejpozději do 30. 4. 2021 na účet Kraje č. 4050005211/6800, včetně uvedení variabilního symbolu dle této smlouvy. Příjemce bude o této platbě písemně informovat kontaktní osobu uvedenou v čl. 13 odst. 3 této smlouvy.

## **Čl. 7 Podmínky použití dotace**

- 1) Příjemce je oprávněn čerpat dotaci k realizaci projektu a povinen projekt zrealizovat nejdříve ode dne 16. 6. 2020, nejpozději však do 31. 3. 2021. Pouze v tomto období mohou vznikat uznatelné náklady na realizaci projektu.
- 2) Čerpáním dotace se pro účely této smlouvy rozumí úhrada celkových nákladů souvisejících s realizací projektu, které nejsou touto smlouvou označeny jako náklady neuznatelné. Celkové náklady projektu ve skutečné výši musí být vyúčtovány, uhrazeny a promítnuty v účetnictví Příjemce nejpozději do dne uvedeného v Čl. 7 odst. 1 této smlouvy.
- 3) Neuznatelné náklady projektu jsou:
  - a) platby daní a poplatků státnímu rozpočtu, daň z přidané hodnoty (s výjimkou uvedenou v Čl. 8 písm. d) této smlouvy), platby daní a poplatků krajům, obcím a státním fondům
  - b) alkohol a tabákové výrobky,
  - c) náklady na nákup věcí osobní potřeby,
  - d) úhrada úvěrů a půjček,
  - e) penále, pokuty, náhrady škod a manka, náklady na právní spory,
  - f) náklady na publicitu,
  - g) dotace a dary,
  - h) náklady na pohoštění,
  - i) běžné provozní náklady (např. telefonní služby, energie, poplatky za připojení k síti, bankovní poplatky, ...),
- 4) Uznatelné náklady projektu jsou:
  - a) platy zaměstnanců v pracovním poměru vč. povinného pojistného placeného zaměstnavatelem přímo se podílejících na přípravě propagace (marketingové kampaně),

- b) ostatní osobní výdaje (dohoda o provedení práce, dohoda o pracovní činnosti) vč. povinného pojistného placeného zaměstnavatelem přímo se podílejících na přípravě propagace (mediální kampaně),
  - c) nákup služeb (realizace marketingové kampaně, příp. i její příprava).
- 5) V případě, že dojde k rozporu mezi Čl. 7 odst. 3 této smlouvy a Přílohou č. 1 této smlouvy, použijí se přednostně ustanovení Čl. 7 odst. 3 této smlouvy. Pokud dojde k vzájemnému rozporu mezi Čl. 7 odst. 3 a odst. 4 této smlouvy, případně nebudou některé náklady uvedeny v těchto ustanoveních, platí, že se jedná o náklady neuznatelné.
- 6) Vymezení neuznatelných a uznatelných nákladů dle Čl. 7 odst. 3 a odst. 4 této smlouvy vychází z definic jednotlivých položek druhového třídění rozpočtové skladby uvedených ve vyhlášce Ministerstva financí č. 323/2002 Sb., o rozpočtové skladbě.

## Čl. 8

### Základní povinnosti Příjemce

Příjemce se zavazuje:

- a) dotaci přijmout,
- b) realizovat projekt při dodržování této smlouvy a respektování zásad zdravého finančního řízení, zejména efektivnosti a hospodárnosti,
- c) vést účetnictví v souladu s obecně platnými předpisy, zejm. zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o účetnictví“), a **zajistit řádné a oddělené sledování celkových nákladů na projekt** (např. analytickým účtem, účelovým znakem, střediskem, činností, ORGem apod.). Pokud Příjemce nevede účetnictví podle zákona o účetnictví, je povinen vést daňovou evidenci podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, rozšířenou tak, aby příslušné doklady vztahující se k dotaci splňovaly náležitosti účetního dokladu ve smyslu § 11 zákona o účetnictví, aby předmětné doklady byly správné, úplné, průkazné, srozumitelné, vedené v písemné formě chronologicky a způsobem zaručujícím jejich trvalost a aby uskutečněné příjmy a výdaje byly v daňové evidenci sledovány odděleně **ve vztahu k projektu** (na dokladech musí být jednoznačně uvedeno, že se vážou k projektu). Příjemce odpovídá za řádné vedení a viditelné označení **prvotních účetních dokladů** prokazujících celkové náklady projektu (faktury, výdajové pokladní doklady, paragony, účtenky apod.) uvedením „**spolufinancováno z Fondu Vysočiny ID FV02788.0008**“,
- d) zajistit, aby do celkových nákladů na projekt nebyly zahrnuty náklady na vlastní daně, (vyjma daní z mezd a odměn zaměstnanců, pokud jsou mzdové a ostatní osobní náklady touto smlouvou definovány jako uznatelné). Všechny náklady musí být kalkulovány bez daně z přidané hodnoty (dále jen „DPH“) v případě, kdy Příjemce je jejím plátcem. Výjimkou jsou pouze takové náklady, u nichž Příjemce nemůže uplatnit odpočet DPH na vstupu podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. V takovém případě může Příjemce dotaci využít i na finanční krytí takové DPH, která je účtována jako náklad. (V případě aplikace režimu přenesení daňové povinnosti ve smyslu § 92e zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, uhradit DPH nejpozději do data ukončení realizace projektu uvedeného v Čl. 7 odst. 1 této smlouvy). Úhradou DPH je v tomto případě myšlen převod na účet příslušného Finančního úřadu nebo na zvláštní účet Příjemce, zřízený speciálně pro účely daňových záloh,
- e) prokázat úhradu celkových nákladů projektu, a to buď výpisem ze svého bankovního účtu (možno i výpisem z elektronického bankovníctví) nebo svými pokladními doklady,

- f) doručit Kraji finanční vypořádání dotace na formuláři závěrečné zprávy, jejíž vzor je umístěn na [www.fondvysociny.cz](http://www.fondvysociny.cz) v materiálech u příslušného programu, a to nejpozději do 30. 4. 2021. Přílohou formuláře závěrečné zprávy dále musí být:
- kopie účetních dokladů o výši celkových nákladů projektu a jejich úhradě,
  - kopie záznamů prokazující zaúčtování a oddělené sledování celkových nákladů projektu dle Čl. 8 písm. c), např. výpisy z účetních knih, apod.“,
- g) umožnit kontrolu v souladu s Čl. 9 této smlouvy,
- h) po dobu, kdy je Kraj oprávněn provádět kontrolu dle Čl. 9 odst. 2 této smlouvy, archivovat následující podkladové materiály:
- tuto smlouvu,
  - originály dokladů, prokazujících celkové náklady projektu (faktury, paragony, účtenky, výdajové pokladní doklady apod.), jejich úhradu a zaúčtování,
  - prostou kopii závěrečné zprávy včetně všech příloh,
- i) zajistit publicitu v souladu s Čl. 10 této smlouvy,
- j) zajistit udržitelnost projektu v souladu s Čl. 11 této smlouvy,
- k) vrátit na účet uvedený v záhlaví této smlouvy celou částku dotace v případě, že dojde přede dnem předložení závěrečné zprávy dle Čl. 8 bodu f) k přeměně nebo zrušení příjemce s likvidací (§ 10a odst. 5 písm. k) zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů), bez předchozího souhlasu Kraje, a to do 15 kalendářních dnů ode dne rozhodnutí příjemce o přeměně nebo zrušení s likvidací.

## **Čl. 9 Kontrola**

- 1) Kraj je oprávněn provádět kontrolu plnění této smlouvy a finanční kontrolu 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 „kontrola“).
- 2) Kraj je oprávněn provádět kontrolu v průběhu realizace projektu i po jeho dokončení, a to po dobu deseti let počítaných od 1. ledna roku následujícího po roce, v němž měla být splněna poslední z povinností stanovených Čl. 8 písm. a) – písm. f) a písm. i) – písm. k) této smlouvy.
- 3) Příjemce je povinen poskytnout součinnost při výkonu kontrolní činnosti dle Čl. 9 této smlouvy.

## **Čl. 10 Publicita**

- 1) Příjemce je povinen v případě informování sdělovacích prostředků o projektu uvést fakt, že projekt byl podpořen Krajem.
- 2) Příjemce dotace je povinen prezentovat Kraj v následujícím rozsahu:
  - umístit na výstupech projektu typu prezentací, internetových stránek, článků či jiných využitých marketingových nástrojů „Sponzorský vzkaz Kraje Vysočina“ v grafickém provedení a dle manuálu, který je ke stažení na [www.kr-vysocina.cz/publicita](http://www.kr-vysocina.cz/publicita)
  - verbálně prezentovat Kraj v médiích a na tiskových konferencích pořádaných u příležitosti projektu.
- 3) Publicita dle Čl. 10 odst. 2 bude probíhat nejméně po dobu realizace projektu.

- 4) „Logotyp Kraje Vysočina“ je ochrannou známkou, která požívá ochrany podle zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb. o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů.

#### **Čl. 11 Udržitelnost projektu**

U projektu se nevyžaduje udržitelnost.

#### **Čl. 12 Důsledky porušení povinností Příjemce**

- 1) V případě, že se Příjemce dopustí porušení rozpočtové kázně ve smyslu zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, bude postupováno dle ustanovení tohoto zákona.
- 2) V případě že dotace ještě nebyla vyplacena, smlouva bez dalšího zaniká, a to ke dni rozhodnutí příjemce o přeměně nebo zrušení s likvidací, pokud nebylo mezi smluvními stranami dodatkem této smlouvy dohodnuto jinak.

#### **Čl. 13 Závěrečná ujednání**

- 1) Tato smlouva nabývá platnosti dnem podpisu oprávněnými zástupci obou smluvních stran a účinnosti dnem uveřejnění v informačním systému veřejné správy - Registru smluv.
- 2) Smluvní strany se dohodly, že zákonnou povinnost dle § 5 odst. 2 zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv) splní Kraj.
- 3) Kontaktní osobou Kraje oprávněnou a povinnou poskytovat Příjemci veškerou nezbytnou součinnost dle této smlouvy je Ing. Ivona Hájková, tel.: 564 602 534, e-mail: hajkova.ivona@kr-vysocina.cz.
- 4) Jakékoli změny této smlouvy lze provádět pouze formou písemných postupně číslovaných dodatků na základě dohody obou smluvních stran s výjimkou změny Čl. 1 a Čl. 13 odst. 3 této smlouvy. Změnu identifikačních údajů Příjemce uvedených v Čl. 1 této smlouvy je oprávněn provést Příjemce jednostranně s tím, že tuto změnu je povinen oznámit Kraji. Změnu Čl. 13 odst. 3 této smlouvy je oprávněn provést Kraj jednostranně s tím, že tuto změnu je povinen oznámit Příjemci. Změny v realizaci projektu, které zásadním způsobem mění jeho zaměření, není možné povolit.
- 5) Vztahy touto smlouvou neupravené se řídí příslušnými ustanoveními občanského zákoníku.
- 6) Vzhledem k veřejnoprávnímu charakteru Kraje Příjemce výslovně prohlašuje, že je s touto skutečností obeznámen a souhlasí se zveřejněním celého textu smlouvy včetně podpisů. Smluvní strany se zavazují, že obchodní a technické informace, které jim byly svěřeny druhou

stranou mimo text této smlouvy, nezpřístupní třetím osobám bez písemného souhlasu druhé strany a nepoužijí tyto informace k jiným účelům, než je plnění podmínek této smlouvy.

- 7) Tato smlouva je sepsána ve dvou vyhotoveních, z nichž jedno je určeno pro Kraj a druhé pro Příjemce. Každá ze smluvních stran obdrží po jednom vyhotovení smlouvy.
- 8) Smluvní strany prohlašují, že tato smlouva byla sepsána na základě pravdivých údajů, podle jejich svobodné a vážné vůle, a na důkaz toho připojují své vlastnoruční podpisy.
- 9) Nedílnou součástí této smlouvy je:  
Příloha č. 1 - Žádost o poskytnutí dotace
- 10) O poskytnutí dotace dle této smlouvy rozhodla Rada Kraje Vysočina dne 11. 8. 2020 usnesením č. 1486/24/2020/RK.

V Jihlavě dne 25 -08- 2020

V Třebíči dne 17.8.2020



Ing. Jana Fischerová, CSc.  
náměstkyně hejtmana



Bc. Kateřina Horká  
jednatelka

  
Kraj Vysočina  
Žižkova 57, 587 33 Jihlava

62

• ATOM • hotel • 01 •  
Hotel ATOM s.r.o.  
Velkomeziříčská 640/45 • 674 01 Třebíč  
tel. +420 739 348 914 • www.hotelatom.cz  
IČ 25323474 • DIČ CZ25323474

**ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ DOTACE Z FONDU VYSOČINY**

<b>Evidenční číslo</b> (žadatel nevyplňuje)	FV02788.0008
<b>Kód elektronické žádosti</b> (po finálním vyplnění žádosti klikněte na „Odeslat data“ v záhlaví formuláře)	FV02788-16_07_20-32
<b>Název programu</b>	MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU 2020
<b>Název projektu</b>	Podpora visibility nabízených ubytovacích balíčků / ubytování a celodenních akcí Zámku Dukovany
<b>Identifikační údaje žadatele</b>	IČO: 25323474
	Přesný název: Hotel ATOM s.r.o.
	Právní forma: Právní osoba - obchodní společnost
	Ulice, čp: Velkomeziříčská 640/45
	Obec: Třebíč - Nové Dvory
	PSČ: 67401
	Sídlo pošty: M. Majerové 751, Třebíč
	Název banky: Česká spořitelna, a.s.
Číslo účtu: 6168592	
<b>Statutární zástupce žadatele</b> <i>V případě, kdy pro právní úkon podání žádosti je nutné více osob, uvednou se všechny tyto osoby</i>	Titul: Bc.
	Jméno: Kateřina
	Příjmení: Horká
	Funkce: jednatelka
<b>Statutární zástupce žadatele</b> <i>V případě, kdy pro právní úkon podání žádosti je nutné více osob, uvednou se všechny tyto osoby</i>	Titul:
	Jméno:
	Příjmení:
	Funkce:



<b>Statutární zástupce žadatele</b> <i>V případě, kdy pro právní úkon podání žádosti je nutné více osob, uvednou se všechny tyto osoby</i>	Titul:
	Jméno:
	Příjmení:
	Funkce:
<b>Žádost zpracoval (kontaktní osoba projektu)</b>	Jméno: Kateřina
	Příjmení: Horká
	Email: katerina.horka@hotelatom.cz
	Tel.: +420723563158
<b>Identifikační údaje zřizovatele (vyplní jen žadatel, pokud je příspěvkovou organizací zřizovanou obcí)</b>	Přesný název:
	IČO:
	Název banky:
	Číslo účtu:
<b>1. Lokalizace projektu</b> <i>Uvedte v jaké obci bude projekt realizován (název obce včetně okresu); v případě, že bude realizace projektu probíhat na území více obcí, tak je vypište nebo v případě dopadu na větší území uvedte dopadu na větší jednotku (např. obvod ORP, okres, celý kraj)</i>	viz Příloha č. 3
<b>2. Odůvodnění projektu a jeho cíle</b> <i>Popište co vás k podání žádosti vede; jaká je výchozí situace, jaký problém chcete vyřešit; co tím chcete dosáhnout, jaké jsou cíle projektu - co chcete zlepšit, zkvalitnit...</i>	viz Příloha č. 3
<b>3. Popis projektu</b> <i>Popište co konkrétně bude obsahem projektu; co chcete pořizovat, budovat, vylepšovat, organizovat atp.; v jakém množství a rozsahu - uveďte základní parametry projektu (kolik, čeho)</i>	viz Příloha č. 3

<b>4. Cílové skupiny projektu</b> <i>Popište komu realizace projektu pomůže; jaký to bude mít pro ně konkrétní přínos, jak to zlepší jejich podmínky atp.</i>	viz Příloha č. 3				
<b>5. Předpokládaný časový harmonogram realizace projektu - začátek/ukončení projektu</b> <i>Popište zahájení a ukončení základních realizačních fází projektu (např. výběr dodavatele, přípravné práce, vlastní realizace apod.); v případě organizace kulturní/sportovní akce uveďte přesný termín jejího konání; pokud nejsou známy přesná data, tak uveďte kalendářní měsíc</i>	viz Příloha č. 3				
<b>6. Organizační a odborné zabezpečení projektu</b> <i>Popište vaše zkušenosti s realizací podobných akcí; jaké máte zkušenosti s realizací projektů (podávání žádostí); kdo bude projekt realizovat (přímo žadatel nebo prostřednictvím odborné firmy); jaké organizační kroky budete muset podniknout, aby projekt byl zrealizován; jaké povolení musíte vyřídit pro zdárný průběh projektu</i>	viz Příloha č. 3				
<b>7. Rozpočet projektu</b> <i>U žadatelů, kteří mohou uplatnit odpočet DPH na vstupu, se náklady uvádějí bez DPH. Ostatní žadatelé uvádějí náklady včetně DPH.</i> <b>částky uvádějte v celých Kč</b>	Celkové náklady na projekt	265 000	Kč	100,00	%
	Požadovaná výše dotace	200 000	Kč	75,47	%
	- z toho investiční dotace		Kč	,00	%
	- z toho neinvestiční dotace	200 000	Kč	100,00	%
	Spoluúčást žadatele	65 000	Kč	24,53	%
	- z toho investiční spoluúčást		Kč	,00	%
	- z toho neinvestiční spoluúčást	65 000	Kč	100,00	%
<b>8. Plátcovství DPH u žadatele (zakřížkujte vhodnou variantu)</b>					

žadatel je plátcem DPH a u zdanitelných plnění přijatých v souvislosti s financováním daného projektu nemá nárok na odpočet daně z přidané hodnoty	<input type="checkbox"/>
žadatel je plátcem DPH a u zdanitelných plnění přijatých v souvislosti s financováním daného projektu má nárok na odpočet daně z přidané hodnoty	<input checked="" type="checkbox"/>
žadatel není plátcem DPH	<input type="checkbox"/>

**9. Prohlášení žadatele, že zajistí podíl na spolufinancování projektu a souhlasí se zveřejněním vybraných údajů o projektu**

Žadatel prohlašuje, že zajistí podíl na spolufinancování projektu a souhlasí se zveřejněním svého jména (obchodního jména), adresy (sídla), názvu projektu a výše přidělené dotace pro účely administrace čerpání prostředků z Fondu Vysočina.

**10. Prohlášení žadatele o vypořádání závazků (netýká se obcí, svazků obcí a organizací zřizovaných a zakládaných Krajem Vysočina)**

Žadatel prohlašuje, že:

a) má vypořádány závazky vůči státnímu rozpočtu a státním fondům (za závazky vůči státnímu rozpočtu se považují závazky vůči finančnímu úřadu, Správě sociálního zabezpečení, zdravotním pojišťovnám a Celní správě; za státní fondy se považují Státní fond životního prostředí, Pozemkový fond, Státní fond rozvoje bydlení a Státní fond dopravní infrastruktury),

b) na majetek žadatele není vyhlášen konkurz nebo podán návrh na konkurz a žadatel není v likvidaci.

**11. Prohlášení žadatele o účetním období (nevypĺňuje žadatel, který používá účetní období shodné s kalendářním rokem a žadatel, který není účetní jednotkou)**

Žadatel prohlašuje, že používá účetní období (hospodářský rok) od 1. ledna do 31. prosince.

**12. Seznam dokladů (Uvedte seznam všech dokladů, které k žádosti přikládáte a očísľujte je.)**

1. Výpis z veřejné části Živnostenského rejstříku\_HOTEL ATOM, s.r.o.
2. Formulář doložení náležitostí dle zákona č. 250/2000 Sb.– právnické osoby mimo obce
3. Obsah žádosti - bod 1 - 6

V Třebíči

dne 16.7.2020

• **ATOM** • hotel • 024

Hotel ATOM s.r.o.  
 Velkémeziříčsko 640/45 • 674 01 Třebíč  
 tel +420 739 348 914 • www.hotelatom.cz  
 IČ 25323474 • DIČ CZ25323474

.....  
 Razítko, jméno/a a podpis/y  
 statutárního  
 zástupce/zástupců žadatele

*Be. Kateřina Horová*

**Poznámka pro žadatele :**

Před podáním projektu si ověřte, zda:

**Doložka konverze do dokumentu obsaženého v datové zprávě**

Tento dokument, který vznikl převedením vstupu v listinné podobě do podoby elektronické pod pořadovým číslem **610154\_000624**, skládající se z **4** listů, se doslovně shoduje s obsahem vstupu.

Vstup bez viditelného prvku.

Jméno a příjmení osoby, která konverzi provedla: **JAROSLAVA ZEJDOVÁ**

Vystavil: **Česká pošta, s.p.**

Pracoviště: **Třebíč 4**

**Česká pošta, s.p. dne 16.07.2020**



130423503-54889-200716135112

### **PŘÍLOHA 3: Obsah žádosti – bod 1 – 6**

#### **NÁZEV**

**Podpora visibility nabízených ubytovacích balíčků / ubytování a celodenních akcí Zámku Dukovany**

#### **1. LOKALIZACE PROJEKTU**

*Uveďte v jaké obci bude projekt realizován (název obce včetně okresu); v případě, že bude realizace projektu probíhat na území více obcí, tak je vypíšte nebo v případě dopadu na větší území uveďte vyšší administrativní jednotku (např. obvod ORP, okres, celý kraj)*

Primárně je projekt zaměřen na podporu větší visibility služeb jako ubytování, ubytovací balíčky vč. souvisejících služeb a celodenních akcí Zámku Dukovany, tedy i na podporu vyšší visibility a návštěvnosti regionu. Od toho se odvíjí i lokalizace a realizace projektu – Zámek Dukovany (dále jen „Zámek“), který je provozován společností Hotel Atom, s.r.o. se nachází v obci Dukovany, ORP a okrese Třebíč.

Dopady projektu mají sekundárně přesah i do jiných obcí v jižní části správního obvodu ORP Třebíč (z větších turistických cílů např. Jaroměřice nad Rokytnou, Hrotovice, Dalešice, atd.). Dopady projektu lze předpokládat i v sousedních správních obvodech ORP (Náměšť nad Oslavou, Moravské Budějovice).

Kampaně a komunikaci, kterou vedeme a chceme vést, mají dosah téměř v rámci celé ČR. A to zejména díky sociálním sítím, PPC kampaním. Rádiovou reklamu, tištěnou reklamu však míříme zejména na Kraj Vysočina, Jihomoravský kraj, okrajově pak další kraje.

#### **2. ODŮVODNĚNÍ PROJEKTU A JEHO CÍLE**

*Popište co vás k podání žádosti vede; jaká je výchozí situace, jaký problém chcete vyřešit; co tím chcete dosáhnout, jaké jsou cíle projektu - co chcete zlepšit, zkvalitnit...*

Omezení v souvislosti s pandemií COVID-19 nás jako ubytovací a restaurační zařízení velmi zasáhla. Po 2 měsíce se naše tržby z důvodu uzavření provozu snížily téměř na nulu, zároveň naprostá většina fixních nákladů zůstala. Nástup do běžného fungování je pozvolný.

Naším cílem je především následující měsíce využít k rozvojovým aktivitám, které povedou obecně k vyšší návštěvnosti Zámku, obsazenosti našeho ubytování, potažmo vyšší návštěvnosti regionu a dalších subjektů. Chceme Zámek, jeho okolí, přírodní i kulturní zajímavosti více zviditelnit, zatraktivnit. Smyslem je také podpořit a vzbudit vyšší zájem u cílové skupiny cyklistů, turistů či klientely, která vyhledává relaxaci.

Pro naplnění cílů je důležitá i propagace. Sestavili jsme proto plán jednotlivých aktivit, které nám dopomůžou ke zviditelnění. Různými aktivitami a kanály propagace se už dlouhodobě snažíme o zvýšení atraktivity celého regionu, v rámci tohoto projektu bychom v tom chtěli i nadále pokračovat. Naším hostům / budoucím hostům nabízíme tipy, jak svůj čas v regionu zajímavě využít. Doporučujeme jim další výletní cíle, ať už kulturní, přírodní památky nebo další regionální subjekty.

Pokud bychom primární cíle měli vytyčit bodově, jedná se zejména o:

- 1) zvýšení povědomí, atraktivity a návštěvnosti Zámku (ubytovací balíčky / ubytování, služby),
- 2) zvýšení povědomí a návštěvnosti jednodenních akcí Zámku,
- 3) vylepšení nabídky služeb, abychom nalákali nové cílové skupiny, či lépe zaservisovali dosavadní,
- 4) snahu navýšit počet noclehů, tím pádem zvýšení prostoru pro využití širšího spektra služeb našich i jiných subjektů.

Sekundární cíle jsou následující:

- 1) vyšší zviditelnění a zatraktivnění regionu (kulturních, přírodních, historických zajímavostí),
- 2) vyšší zviditelnění subjektů v regionu, které můžou hostům nabízet relevantní služby, produkty.

### 3. POPIS PROJEKTU

*Popište co konkrétně bude obsahem projektu; co chcete pořizovat, budovat, vylepšovat, organizovat atp.; v jakém množství a rozsahu - uveďte základní parametry projektu (kolik, čeho)*

Cíle chceme dosáhnout prostřednictvím vylepšení, poupravení, rozšíření naší nabídky a také vyšší propagace.

Snažíme se modifikovat nabídku tak, aby byla neustále zajímavá a dokázala pokrýt širší spektrum cílových skupin, zároveň pro stávající cílovou skupinu učinit pobyt atraktivnější. Cílem je, aby nabídka oslovila širší cílovou skupinu, hosté měli důvod se opakovaně vracet, či si pobyt prodloužit.

Vymysleli jsme různě zacílené ubytovací balíčky, domluvili jsme spolupráci s dalšími subjekty z regionu, které turistům zpestří pobyt a zároveň podpoří místní podnikatele či jiné subjekty. Sami do konce roku máme v plánu uskutečnit několik celodenních akcí přímo na Zámku (říjnový ochutnávkový den, zabijačkové hody, vánoční jarmark), které dokáží přilákat jak místní, tak i klientelu z okolních okresů, ale i ze vzdálenějších koutů republiky. Další celodenní akce na sezónu 2020/2021 ještě vymýšlíme.

K tomu, abychom naplnili výše popsané cíle, tak se v rámci projektu chceme zaměřit na:

- 1) posílení viditelnosti ubytování a ubytovacích balíčků vč. souvisejících služeb
- 2) podporu a posílení propagace celodenních akcí na Zámku
- 3) ostatní podpůrné aktivity ve vztahu k ubytování, ubytovacím balíčkům vč. souvisejících služeb a celodenním akcím na Zámku

ad 1) Posílení viditelnosti ubytování a ubytovacích balíčků vč. souvisejících služeb – aktuálně nabízíme standardní možnost ubytování a 4 typy ubytovacích balíčků. Do konce roku nabídku ubytovacích balíčků ještě rozšíříme. Prodeje momentálně sami podporujeme PPC kampaní na internetu, uvedením na webu, občasnými PR články, promováním na FB. Pro posílení

visibility nabídky ubytování a ubytovacích balíčků jsme do marketingových aktivit zařadili následující:

- a) Rádiová reklama na rádiu Impuls  
Zásah do regionu Jižní Morava (označení regionu dle společnosti Media Club, s.r.o.), 30 s spot, alespoň 40 přehrání měsíčně, 3 – 5 měsíční kampaň v termínu mezi 16.6.2020 - 31.3.2021. Počet měsíců uvedení kampaně se bude odvíjet od její úspěšnosti a optimalizace nákladů. Spoty se nám z dřívějšíka osvědčily, proto bychom je v této době chtěli opět využít. Region Jižní Morava (tak jak ho společnost Media Club, s.r.o. definuje) je dostatečně velký a s ohledem na vynaložené finanční prostředky je to i nejefektivnější varianta.
- b) PPC kampaně prostřednictvím Google ADS a SKLIK  
Tyto kampaně na pobytové balíčky / ubytování už probíhají a chceme v nich pokračovat. Propagujeme v nich pobytové balíčky / pobyty a s tím souvisejících služby Zámku. Primárně cílíme na všechny kraje v ČR a dle reálné odezvy preferenci jednotlivých krajů upravujeme tak, aby kampaň byla vedena co nejefektivněji.

V rámci sítě SKLIK máme ještě nastaven remarketing, tedy připomínání se po určité době. Kampaně jsou zobrazované na všech zařízeních, tedy jak v mobilní, tak desktopové verzi.

Částka za tyto služby má rozpad na dvě části, tj. měsíční rozpočet na kampaně a správa kampaní, o kterou se aktuálně stará společnost Atlantic Studio, s.r.o.

ad 2) Podpora a posílení propagace celodenních akcí na Zámku – jde konkrétně o akce: říjnový ochutnávkový den (nová akce), listopadové zabíjačkové hody (každoroční akce pořádaná ve spolupráci s obcí Dukovany), prosincový předvánoční jarmark spojený se zámeckými prohlídkami (každoroční oblíbená akce). K propagaci akcí plánujeme následující:

- a) Na každou ze 3 aktuálně naplánovaných akcí chceme vytvořit grafický vizuál, který bude možný využít v on-line prostředí i na OOH reklamu. Jedná se tedy o náklady spojené zejména s prací grafika, správce webu, následný barevný tisk, případně pronájem „vylepovacího“ prostoru. Zpravidla ke každé akci tiskneme v rozmezí 30 – 50 barevných plakátů o velikosti A4 – A3. Též by se jednalo o náklady za velkoplošný tisk a pronájem citylights a billboardových ploch. Jednalo by se o řady malých jednotek.
- b) Pro akci říjnového ochutnávkového dne a prosincového předvánočního jarmarku spojeného se zámeckými prohlídkami bychom chtěli objednat inzerát v Horáckých novinách, či jiném relevantním tištěném médiu.
- c) Celodenní akce stejně jako ubytovací balíčky chceme podpořit PPC kampaněmi prostřednictvím Google ADS a SKLIK.
- d) Rádiová reklama na rádiu Impuls, region Jižní Morava – v tomto případě nechceme pro celodenní akce objednávat separátní kampaň na rádiu. Chceme využít mediálního prostoru, který už bude předplacen z propagace ubytovacích balíčků / ubytování. Nákladově by se jednalo o modifikaci spotu.

ad 3) Ostatní podpůrné aktivity – jsou na mysli aktivity, které bezprostředně souvisí s ucelenou marketingovou komunikací a zlepšením podmínek pro hosty, ve vztahu k propagaci ubytovacích balíčků / ubytování a celodenních akcí.

- a) Zámek je místem, které ubytovaní hosté vyhledávají zejména z důvodu, že je zde klid, mohou relaxovat. Chtějí se však také podívat po zajímavostech v okolí. Dlouhodobě nám chybí jednoduchý materiál, který bychom ubytovaným hostům mohli zdarma dávat, a kde by přehledně měli body zájmu v okolí (kulturní, přírodní, gastronomické, technické) nebo např. tipy na turistické nebo cyklo výlety, včetně zakreslení a popisu jednotlivých tras, okruhů. Jeho nutnou potřebu jsme si uvědomili zejména ve chvíli, když jsme vytvářeli pobytové balíčky, kde právě na takové body zájmu často odkazujeme.

Chceme vytvořit barevný tištěný materiál, kde by byla relevantní mapa Zámku a okolí v rámci ORP Třebíč a Náměštl nad Oslavou (eventuelně Moravské Budějovice), vyznačeny body zájmu, námi doporučené turistické a cyklo trasy. K těmto bodům / trasám by byl i krátký popis. Je třeba zajistit obsahovou náplň, koupit mapového podkladu, grafickou úpravu materiálu a tisk. Pro sezonu 2020 / 2021 chceme zajistit první náklad 500 ks, a to nejpozději do 15.9.2020.

Materiál bude sloužit hostům, kteří si zakoupili ubytovací balíček / ubytování.

- b) Pro potřeby on-line a tištěné prezentace, propagace ubytovacích balíčků / ubytování, celodenních akcí chceme nechat nafotit ilustrační fotografie zámku profesionálním fotografem. Počítáme s několika málo opakování fotografických cyklů.
- c) Rádi bychom uplatnili i vynaložené prostředky a čas za základní MK aktivity, které dopomáhají k ucelené komunikaci týkající se propagace ubytovacích balíčků / ubytování a celodenních akcí.

Jedná se zejména o činnosti jako starost o aktualizace profilů na sociálních sítích, zadávání kampaní na Facebooku, přidávání zmíněných akcí na bezplatné portály (akcezabrnem.cz, kudyznudy.cz, aj.), korigování / agilní úprava PPC kampaní. Aktivity jsou dle volných kapacit zajišťovány kmenovými zaměstnanci nebo dodavatelsky. Řádově se v měsíčním průměru jedná o jednotky až malé desítky hodin.

- d) Průběžně v průběhu celého roku podporujeme ubytovací balíčky vč. souvisejících služeb, ubytování a jednotlivé akce pomocí facebookových kampaní. Náklady za facebookové kampaně bychom též rádi uplatnili. Řádově se měsíčně jedná v průměru o stokoruny, v době vyšší propagace o menší tisíce korun.

Je nutno podotknout, že mnoho aktivit pro zviditelnění již děláme. Tyto 3 body jen zapadají do uceleného komplexu marketingových a propagačních aktivit, kterými se snažíme přilákat hosty k nám na Zámek do Dukovan. Zároveň se těmito aktivitami snažíme zatraktivnit celou okolní lokalitu, aby případní hosté měli při návštěvě vyžití i na více dní. Ať už to jsou aktivity na sociálních sítích, např. i formou soutěží, inzerování na různých turistických webech (www.kudyznudy.cz, www.akcezabrnem.cz, aj.), psaní PR článků, aj. Snažíme se objevovat v



okolí místa, trasy, které pro naše potenciální hosty mohou být zajímavé a zvýší jim povědomí o celém regionu.

#### 4. CÍLOVÉ SKUPINY PROJEKTU

*Papište komu realizace projektu pomůže; jaký to bude mít pro ně konkrétní přínos, jak to zlepší jejich podmínky atp.*

Cílové skupiny jsme definovali 3 základní:

- 1) Hosté s přenocováním
- 2) Hosté bez přenocování (1 denní návštěvy regionu)
- 3) Poskytovatelé služeb a produktů z regionu / území dopadu projektu

ad 1) Hosté s přenocováním – jsou to ti hosté, kteří primárně využijí ubytovací balíčky, ubytování a s tím související služby

Tito hosté jsou zpravidla individuální cestovatelé. Většina z nich jezdí ve dvojici, páru. Chtějí objevovat méně známá místa České republiky, vyhledávají klid a očekávají, že jim dáme tipy v rámci okolí a pomůžeme jim tak lépe poznat danou lokalitu z pohledu místního člověka. Jsou to většinou lidé, kteří jsou ze vzdálenějších koutů Vysočiny nebo sousedních krajů. Nejčastěji využívají pobyty na 2-4 dny. Jedná se buď o páry bez dětí nebo naopak tzv. prázdné hnízdo, kde již děti odrostly.

Projekt by jim měl pomoci v tom, že se vůbec o takovém méně známém místě budou mít větší šanci dozvědět (PPC reklamy, radiová reklama). Různorodost balíčků jim může nabídnout klid a rozmazlování, aktivní odpočinek nebo hlubší poznání regionu. Mapka s tipy (materiál v rámci projektu) jim usnadní se zorientovat v okolí a více si uvědomí, že jim region má co nabídnout, od kultury po přírodní a historické zajímavosti.

Na zámku standardně probíhají prohlídky zámeckých interiérů a je otevřena restaurace. Pokud se však pobyt návštěvníků trefí zrovna do data, kdy na Zámku bude probíhat některá z výše uvedených akcí, obvykle to dodá pocit vyšší spokojenosti s tím, že zámek není jen noclehárnou, ale také to tu kulturně žije.

ad 2) Hosté bez přenocování (1 denní návštěvy regionu) – hosté, kteří primárně navštíví celodenní akce

Jedná se o hosty, kteří tu zpravidla nepřenocují. Jsou to často místní lidé nebo lidé z dojezdové vzdálenosti, pro které je výlet do Dukovan jednodenní záležitostí. Jsou to zejména ti, kteří vyhledávají konkrétní akce a jsou rádi, že i v jejich okolí se něco děje. Ať už se jedná o kulturu, možnost nákupu různých produktů na jarmarcích, zábavu pro děti (dílničky, divadýlko, hudba). Skladba této cílové skupiny je různorodá, jedná se o rodiny s dětmi, od mladší po starší generaci, páry i skupiny.

Sice žijeme v době internetu a sociálních sítí, kam informace o akcích umísťujeme, ale v menších obcích, vesnicích stále ještě jako vhodný komunikační kanál fungují výlepové plochy. Proto se propagaci snažíme kombinovat. Plakátky dopomůžou k lepší

informovanosti bližšího okolí. Citylights, eventuelně billboardy budou mít zásah na širší okolí. Samotné konání akcí (jarmark, hody, ochutnávkový den) zajistí možnost lepšího společenské, komunitního využití.

ad 3) Poskytovatelé služeb a produktů z regionu / území dopadu projektu

3. cílovou skupinou jsou poskytovatelé služeb a produktů z regionu. Vstupenky, návštěvy, konzumace jsou nabídkou některých balíčků. Zároveň chceme tyto poskytovatele více propagovat na našem webu nebo i právě formou papírové mapky s body zájmu v okolí, kterou ubytování budou mít zdarma k dispozici.

Zvyšujeme tak povědomí o těchto subjektech, zároveň se snažíme, aby turisté v regionu nechávali větší útratu. Odkazujeme tak např. na spol. AURIKUD, s.r.o., která zajišťuje plavby po Dalešické přehradě, AKCIOVÝ PIVOVAR DALEŠICE, s.r.o., která provozuje muzeum Rakousko-Uherského pivovarnictví v Dalešicích. Dále pak přenocujícím hostům poskytujeme vstupenky (omezený počet) na prohlídku Zadní synagogy a Domu Selingmana Bauera v Třebíči, dáváme doporučení nebo k některému z balíčků i možnost ochutnání židovského cukroví v Kavárně Vrátky v Třebíči. Podporujeme pekárnu Klas Jaroměřice, s.r.o., domácí dobroty z Ostašova (Domácí dobroty, s.r.o.), včelařství Sláma, s.r.o., a další.

#### 5. PŘEDPOKLÁDANÝ ČASOVÝ HARMONOGRAM REALIZACE PROJEKTU - ZAČÁTEK/UKONČENÍ PROJEKTU

*Popište zahájení a ukončení základních realizačních fází projektu (např. výběr dodavatele, přípravné práce, vlastní realizace apod.); v případě organizace kulturní/sportovní akce uveďte přesný termín jejího konání; pokud nejsou známa přesná data, tak uveďte kalendářní měsíc*

Nabídka ubytovacích balíčků / ubytování a s tím související nabídka doplňkových služeb je kontinuální, celoroční. Pokud pociťujeme snížení poptávky nebo její stagnaci, více investujeme do MK aktivit, PR.

Příprava celodenních akcí začíná s mnoha měsíčním předstihem (např. nasmlouvání prodejců, zajištění drobných kulturních představení, aj.). Větší marketingové aktivity však započínají cca 1 měsíc před konáním akce. V našem případě se pro rok 2020 ještě jedná o 3 zmíněné akce v říjnu, listopadu a prosinci.

Seznam a harmonogram marketingových aktivit spojených s propagací ubytovacích balíčků/ ubytování a celodenních akcí Zámku Dukovany:

##### 1) Rádiová reklama

S případným dodavatelem, spol. Media Club, s.r.o. jsme již v dlouhodobém kontaktu, protože občasně tento typ propagace využíváme. Aktuálně máme k dispozici kalkulaci, která obsahuje několik variant týkající se rozsahu a pokrytí. Rádi bychom reklamu realizovali v období mezi 15.7.2020 a 31.3.2021. Jednalo by se o nákup mediálního prostoru na 3 – 5 měsíců v závislosti na úspěšnosti kampaně, kterou však lze hodnotit až v průběhu konání.

##### 2) PPC kampaně prostřednictvím Google ADS a SKLIK

Realizujeme už nyní se společností Atlantic Studio, s.r.o. a kampaně probíhají kontinuálně, každý měsíc do vyčerpání měsíčně nastaveného rozpočtu. V rámci projektu bychom chtěli uplatnit náklady za kampaně, které probíhají a budou probíhat od 1.7.2020 do 31.3.2021

- 3) Tvorba grafických vizuálů pro on-line prezentaci a OOH reklamu (plakáty, citylights, eventuelně billboardy) pro celodenní akce, jejich tisk a pronájem ploch  
Grafická úprava, tisk se tvoří vždy cca měsíc před konáním akce, v našem případě tedy v září, říjnu a listopadu 2020. Výběr dodavatele řešíme dle aktuálních volných kapacit v době zadávání. Spolupracujeme nejčastěji se spol. Yashica, s.r.o. nebo s externími samostatnými grafiky. Pronájem ploch se řeší individuálně s jejich majiteli.
- 4) Inzerát v Horáckých novinách, či jiném relevantním tištěném periodiku  
Textová / grafická forma inzerátu by se připravovala začátkem září, listopadu (říjnový ochutnávkový den, vánoční jarmark), inzerce by byla umístěna v tištěném periodiku alespoň 1 – 2 vydání před konanou akcí. Aktuálně máme cenovou nabídku z Horáckých novin, které k občasně propagaci používáme.
- 5) Tištěný materiál s mapou, body zájmu, turistickými a cyklo trasami  
Aktuálně probíhá sepisování všech zajímavostí z okolí, průběžně jsou projížďeny a procházeny trasy, které bude vhodné doporučit hostům. Obsahová náplň, nákup mapového podkladu, grafická úprava a tisk proběhne do 15.9.2020. Pro tisk a případný nákup mapového podkladu bychom využili s největší pravděpodobností spol. Yashica, s.r.o., pro obsahovou náplň, grafickou úpravu materiálu externí spolupracovníky. Necháme si však zkalkulovat i konkurenční nabídku.
- 6) Nafocení ilustračních fotografií pro on-line i tištěnou prezentaci ubytovacích balíčků / ubytování a celodenních akcí  
Vždy poptáváme více fotografů, protože jsou zaměřeni na různé druhy/ typy fotografie. Náklady za ilustrační fotografie bychom chtěli uplatnit za období 1.7.2020 – 31.3.2021.
- 7) Ostatní MK aktivity ve vztahu k ubytovacím balíčkům, ubytování a celodenním akcím  
Probíhají soustavně, buď je pokrýváme kmenovými zaměstnanci nebo externě. Rádi bychom uplatnili náklady za tyto aktivity pro období 1.7.2020 – 31.3.2021.
- 8) Kampaně na Facebooku ve vztahu k ubytovacím balíčkům, ubytování a celodenním akcím  
Kampaně probíhají po celý rok a reagují na aktuální dění, potřeby. Chtěli bychom uplatnit náklady za tyto aktivity pro období 1.7.2020 – 31.3.2021.

## 6. ORGANIZAČNÍ A ODBORNÉ ZABEZPEČENÍ PROJEKTU

*Popište vaše zkušenosti s realizací podobných akcí; jaké máte zkušenosti s realizací projektů (podávání žádostí); kdo bude projekt realizovat (přímo žadatel nebo prostřednictvím odborné firmy); jaké organizační kroky budete muset podniknout, aby projekt byl zrealizován; jaké povolení musíte vyřádit pro zdárný průběh projektu*

Zkušenosti s realizací projektů spolufinancovaných z dotačních titulů dosud žádnou nemáme.

Současně aktivity, které jsou součástí projektu realizujeme průběžně od roku 2015, tj. od doby, kdy Zámek naše společnost provozuje. Z jednotlivých částí projektu vyplývá, že se soustavně zaměřujeme na marketingové aktivity, reklamu a propagaci prostřednictvím různých marketingových a PR nástrojů s cílem zvýšení návštěvnosti.

Celodenní akce realizujeme každý rok a jejich návštěvnost byla doposud velmi hojná. Jedná se zejména o akce v období velikonočních / vánočních svátků, letní kino, zabíjačkové hody, celodenní tematické jarmarky.

S dílčími aktivitami projektu máme zkušenosti a nejedná se pro nás o neznámé činnosti.

Jednotlivé aktivity projektu budou realizovány převážně dodavatelsky. Z vlastních zdrojů pak zejména vyčleníme personální kapacity, které budou zabezpečovat zejména manažerské a administrativní řízení projektu ve vztahu k podmínkám programu, výběru dodavatelů a komunikaci s nimi a které budou zabezpečovat koordinaci a supervizi nad jednotlivými aktivitami projektu.

Z organizačního pohledu bude nutné kontaktovat stávající či nové poskytovatele služeb, produktů, ostatních aktivit. Dohodnout s nimi rozsah spolupráce, načasování, nechat si vytvořit cenové nabídky. Dále pak porovnat nabídky a koordinovat následující realizaci, kontrolovat kvalitu.

Projekt nevyžaduje žádná povolení.

V Třebíči dne 16.7.2020

• **ATOM** • hotel • 03 •

Hotel ATOM s.r.o.  
Velkomeštské nám. 640/45, e. 694 01 Třebíč  
tel. 1420 739 43 914 • www.hotelatom.cz  
IČ 26523474 • DIČ CZ25323474

Bc. Kateřina Horká

**Doložka konverze do dokumentu obsaženého v datové zprávě**

Tento dokument, který vznikl převedením vstupu v listinné podobě do podoby elektronické pod pořadovým číslem **610154\_000627**, skládající se z **8** listů, se doslovně shoduje s obsahem vstupu.

Vstup bez viditelného prvku.

Jméno a příjmení osoby, která konverzi provedla: **JAROSLAVA ZEJDOVÁ**

Vystavil: **Česká pošta, s.p.**

Pracoviště: **Třebíč 4**

**Česká pošta, s.p. dne 16.07.2020**



130424759-54889-200716141221

Česká pošta, s.p.  
Třebíč 4  
16.07.2020