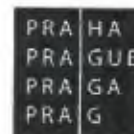




EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



PID: MHMPXPDHSOBV

Číslo smlouvy: DOT/53/03/000346/2020

Stejnopis č. 1

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

SMLOUVA O POSKYTNUTÍ VOUCHERU



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



Smlouva o poskytnutí voucheru

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

I.

Smluvní strany

Hlavní město Praha

se sídlem:

Mariánské nám. 2/2, 110 01 Praha 1

zastoupené:

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

oprávněná osoba:

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

IČO:

00064581

DIČ:

CZ00064581

číslo účtu:

6687982/0800

účet veden u:

Česká spořitelna, a.s.

ID datové schránky:

48ia97h

(dále jen „Poskytovatel dotace“)

a

H 4.0 Coffee s.r.o.

se sídlem:

Česká 1135/5, 15800 Praha

zastoupená:

[REDACTED]

IČO:

06417035

společnost je plátcem DPH:

NE

číslo účtu:

789742/5500

účet veden u:

Raiffeisenbank, a.s.

zapsaná:

C 280898 vedená u soudu Městský soud v Praze

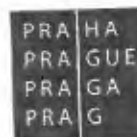
(dále jen „Příjemce“)

(společně dále jen „Smluvní strany“)

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



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



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 421 067,90 Kč (slovy: čtyři sta dvacet jedna tisíc šedesát sedm korun českých devadesát 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 „Branding, public relations a sociální sítě“, popsany 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. 1149 ze dne 8. 6. 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 ní 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 voucheru (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;



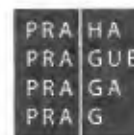
- f) úprava postupu realizace aktivity, která však neovlivní její charakter, ani cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektu.

Ostatní změny jsou považovány za podstatné, tj. za změny, které mají dopad na charakter, cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektu. Poskytovatel dotace si vyhrazuje právo posoudit změnu Projektu nad rámec změn uvedených pod písmeny a) – f) čl. III. odst. 3 této Smlouvy jako změnu nepodstatnou. Podstatné změny Projektu jsou možné pouze po předchozím schválení Poskytovatelem dotace a uzavření dodatku k této Smlouvě. O schválení podstatné změny Projektu žádá Příjemce písemně prostřednictvím Aplikace. Žádost Příjemce musí být odůvodněna. Účinnost podstatné změny Projektu 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 Projektu a též minimální hranice Dotace na jeden voucher stanovená v Manuálu.

4. Příjemce má právo na poskytnutí Dotace po ukončení Projektu (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 Projektu dle podmínek uvedených v Manuálu. Poskytovatel dotace souhlasí s publikací svého loga a dalších grafických prvků pro prokázání publicity dle požadavků Manuálu.
6. Příjemce je povinen řádně uchovávat originál této Smlouvy, veškeré originály účetních dokladů a originály dalších dokumentů souvisejících s realizací Projektu po dobu 10 let počínaje prvním dnem roku následujícího po roce, kdy mu byla uhrazena Dotace dle čl. IV této Smlouvy.
7. Příjemce je povinen spolupracovat s Poskytovatelem dotace nebo jím určeným subjektem při vyhodnocování efektů a úspěšnosti Projektu, např. 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.



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



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 voucheru prostřednictvím Aplikace bez vad nejpozději v den ukončení doby realizace Projektu. Jestliže Žádost o proplacení voucheru 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 voucheru. V případě, že by taková čestná prohlášení byla v době předložení Žádosti o proplacení voucheru 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 voucheru musí být bez vad. Pokud budou nalezeny vady v Žádosti o proplacení voucheru, bude tato žádost vrácena Příjemci k odstranění vad. Vrácení Žádosti o proplacení voucheru k opravě je možné pouze jednou s tím, že opravenou Žádost o proplacení voucheru 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 voucheru 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 voucheru 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 výpovědi 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, Žadostí, 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 doručením výpovědi Příjemci, je Příjemce povinen provést vyúčtování Dotace a vrátit na bankovní účet Poskytovatele dotace uvedený v záhlaví této Smlouvy dosud poskytnuté peněžní prostředky bez zbytečného odkladu, nejpozději však do třiceti (30) dnů od uplynutí výpovědní lhůty. Výpovědní lhůta činí sedm (7) dní ode dne doručení výpovědi Příjemci. Pokud Příjemce ve stanovené lhůtě poskytnutou Dotaci nevrátí, považují se finanční prostředky z Dotace za zadržené ve smyslu zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů (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 voucheru 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.

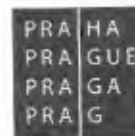
VI.

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. Účinnosti 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.



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



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.



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



V takovém případě se Smluvní strany zavazují takové neplatné ustanovení této Smlouvy nahradit ustanovením novým, které se svým obsahem a účelem bude nejvíce blížit obsahu a účelu neplatného ustanovení, a to bez zbytečného odkladu, po požádání kterékoliv Smluvní strany.

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

Přílohy:

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

Poskytovatel dotace

Hlavní město Praha

Mgr. Aneta Šubrtová
projektová manažerka

V Praze dne: 26.8.2020

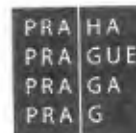
Příjemce

H 4.0 Coffee s.r.o.

jméno jednatele/zastupující osoby



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



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

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

ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ VOUCHERU

BRANDING, PUBLIC RELATIONS A SOCIÁLNÍ SÍŤ



Identifikace žadatele a prohlášení:

1. Údaje o společnosti:

Společnost:	H 4.0 Coffee s.r.o.
Zapsaná:	C 280898 vedená u soudu Městský soud v Praze
Jednající/zastoupená:	
Datum vzniku společnosti:	7. 9. 2017
IČO:	06417035

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

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

Adresa sídla:

Ulice:	Česká
Číslo popisné:	1135
Číslo orientační:	5
PSČ:	15800
Město:	Praha

Kontaktní údaje:

Adresa datové schránky:	2y4qsus
Číslo účtu:	789742/5500
Webová stránka:	

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

Ulice:	Hala 40, Bubenské nábreží
--------	---------------------------



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



Číslo popisné:	306
Číslo orientační:	13
PSČ:	17000
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 H 4.0 Coffee s.r.o. vznikla v roce 2017 za účelem poskytování servisních činností pro projekt hala 40. Společnost žadatele zajišťuje aktivity v oblasti facility management a gastroservis. Realizace projektu reagovala na skutečnost, že společnost poskytuje tyto aktivity:

- Služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy
- Provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav
- Hostinská činnost / Gastroslužby

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

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



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 voucheru,
- d) z hlediska klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) není Žadatel omezen²,
- e) CZ-NACE kód uvedený v Žádosti o poskytnutí voucheru 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 vypořádané 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 náleží 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/jnp/>.

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:

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.



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



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:

Branding, public relations a sociální sítě

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

Branding / klíčový vizuál klíčový vizuál o zpráva z focus groupo adaptace klíčového vizuálu do angličtiny aplikace pro offline nástroje (print, brožura, infografika a board) o aplikace pro online nástroje (RCT, MB, WS, BS, IC, HB, VB, SS) Public relations kampaň zpráva ze situační analýzy a definice cílů ideový koncept – ppt prezentace implementační plán pilotního PR projektu – xls tabulka PR materiály zhotovené pro pilotní PR projekt v délce 3 měsíce závěrečná zpráva z pilotního projektu PR kampaň na sociálních sítích zpráva ze situační analýzy a definice cílů ideový koncept – ppt prezentace implementační plán pilotního projektu – xls tabulka print screen profilu (-ů) na sociálních sítích materiály zhotovené pro prezentaci na sociálních sítích v rámci pilotního projektu v délce 3 měsíce závěrečná zpráva z pilotního projektu komunikace na sociálních sítích

10. Popis výchozí situace - max. 2000 znaků:



Od roku 2017 byl vytvořen profesionální tým pracovníků. Současně byla navázána spolupráce s místními stakeholdery. Plný provoz společnosti bude spuštěn koncem roku 2019 po dokončení rekonstrukce objektu a spuštění projektů H 4.0 kulturně-komunitní centrum a podnikatelský inkubátor H 4.0 Art&Digital Lab, které připravuje partnerská organizace a nájemce objektu OSE Czech Republic z.s.K rozvoji svých podnikatelských aktivit žadatel v současné době potřebuje profesionálně vytvořené kreativní služby, které není schopen zajistit vlastními silami. Pro zajištění ekonomické aktivity firmy a její další rozvoj je nezbytné vytvoření atraktivní a vysoce kvalitní PR komunikace společnosti a její prezentace v médiích a na sociálních sítích, která umožní široké oslovení potencionálních zákazníků společnosti. Profesionálně zpracovaná PR strategie a PR aktivity připravovaného projektu v hale 40 je klíčem ke konkurenceschopné společnosti.

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

Obsah služby:	Branding, public relations a sociální sítě
Název dodavatele:	REMMARK, a.s.
IČ:	25652869
DIČ:	CZ25652869
Sídlo společnosti:	Praha 1, Křemencova 178, PSČ 11000
Plátce DPH:	ano
Statutární orgán:	
Kontaktní osoba:	
Telefon/mobil:	
E-mail:	
Webová stránka:	
Bankovní spojení:	

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

Společnost H 4.0 Coffee s.r.o. vznikla v roce 2017 a zajišťuje aktivity v oblasti facility management a gastroservis pro projekt hala 40. H40 je prostor, kde se prolíná kultura a kreativita s inovacemi a novými nápady, děti a mládež, rodiny a senioři tráví smysuplně svůj volný čas, začínající podnikatelé a společnosti naleznou zázemí a inspiraci, se setkávají všechny generace a jen tak mimochodem zde vaří dobrou kávu. Vysoký standard nabízených servisních služeb je jedním z primárních cílů společnosti.Vzhledem k tomu, že jednatelé ani zaměstnanci nemají dostatek odborných ani časových kapacit k systematické marketingové práci, je pro ně Pražský voucher na kreativní služby vítanou možností, jak získat profesionální služby mj. v oblasti brandingu, public relations a při správě sociálních



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



sítí. Předmětem nabídky je vytvoření uceleného obsahu komunikačních aktivit za účelem oslovení široké skupiny cílových zákazníků. Jedná se o následující aktivity:- Branding / klíčový vizuál (vizuál, headline, bodycopy)- Vytvoření kampaně na sociálních sítích (situační analýza, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní kampaň na sociálních sítích)- Vytvoření PR kampaně (situační analýza, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní PR kampaň)

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

Ucelené komunikační aktivity jsou důležitým nástrojem pro zvýšení povědomí o projektu haly 40 u zákazníků a partnerů. Slouží k oslovení cílových skupin projektu, především však k oslovení potenciálních partnerů. Vybrané komunikační aktivity podpoří budování identity a image společnosti H 4.0 Coffee a především umožní oslovit potenciální partnery již během přípravy projektů, kdy hala 40 prochází rekonstrukcí a je nepřístupná. Pro zajištění ekonomické aktivity firmy a její další rozvoj je nezbytné vytvoření atraktivní a vysoce kvalitní komunikace společnosti a její prezentace v médiích a na sociálních sítích, která umožní široké oslovení potenciálních zákazníků společnosti. Profesionálně zpracovaná komunikační strategie a PR aktivity připravovaného projektu v hale 40 je klíčem ke konkurenceschopné společnosti. Přínos poskytovaných služeb pro žadatele: • přispějí k vybudování image a povědomí o nabízených službách v hale 40 • umožní oslovit klienty a uživatele cílových skupin • napomohou k vybudování identity pro navazující obchodní aktivity žadatele Společnost v rámci připravovaného projektu využije specializovaných služeb, které pomohou k jejímu rozvoji – prezentaci služby a tím dosažení výše stanovených cílů společnosti. Podpora společnosti žadatele získaná v rámci předkládaného projektu využívá profesionálních kreativců s cílem zlepšení služeb společnosti.

14. Popis realizačního týmu - max. 2000 znaků:

Níže uvádíme popis náplně činností v rámci realizace projektu. Manažer projektu a ekonomický manažer: [redacted] Popis pracovní náplně: koordinace řešitelského týmu, rozdělení kompetencí mezi členy týmu, komunikace s dodavatelem, kontrola plnění finančního a časového plánu projektu, komunikace s poskytovatelem, dohled na dodržování finančního a časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik, zajištění potřebné administrace podkladů pro řízení projektu a informování poskytovatele dotace. Vzdělání: vysokoškolské FSV UK, obor ekonomie, marketing Praxe: 2002 – 2006 Marketing a business development specialist GfK s.r.o. 2006 – 2008 Communication Specialist Ernst & Young s.r.o. 2009 – 2016 OSVČ - poradenství v oblasti komunikace od 2017 - projektová manažerka H 4.0 Coffee s.r.o. Marketingový manažer: [redacted] Popis pracovní náplně: supervize dodavatelských řešení, poradenství a konzultace v oblasti online i offline marketingu. Vzdělání: vysokoškolské, VŠE, obor ekonomie Řešitelský tým dodavatele je uveden v nabídce.

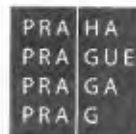
15. Vyberte režim podpory:

De minimis (85 %)

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



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



Celková cena projektu	495 374,00 Kč
Procentní sazba dotace (vyberte)	85 %
Výše dotace (celková cena projektu x procentní sazba dotace)	421 067,90 Kč

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

73 - Reklama a průzkum trhu

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: 1. 7. 2019
Datum ukončení projektu: 31. 12. 2019

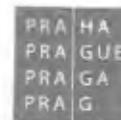
20. **Místo realizace** projektu: hala 40, Pražská tržnice, Praha 7 - Holešovice



Datum:
2019.03.18
00:33:34 +01'00'



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



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

NABÍDKA DODAVATELE SLUŽEB

Branding, public relations a sociální sítě
pro společnost H 4.0 Coffee s.r.o.



NABÍDKA POSKYTNUTÍ SLUŽEB

ŽADATEL O POSKYTNUTÍ VOUCHERU	
Název žadatele	H 4.0 Coffee s.r.o.
IČO / DIČ	06417035 / CZ 06417035
Plátce DPH	☐ ANO ☒ NE
Sídlo žadatele	Česká 1135/5, Košíře, 158 00 Praha 5
Statutární zástupce žadatele	

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



POPIS NABÍZENÝCH SLUŽEB - PŘEDMĚT

Společnost H 4.0 Coffee s.r.o. vznikla v roce 2017 a zajišťuje aktivity v oblasti facility management a gastroservis pro projekt hala 40. H40 je prostor, kde se prolíná kultura a kreativita s inovacemi a novými nápady, děti a mládež, rodiny a senioři tráví smysluplně svůj volný čas, začínající podnikatelé a společnosti naleznou zázemí a inspiraci, se setkávají všechny generace a jen tak mimochodem zde vaří dobrou kávu. Vysoký standard nabízených servisních služeb je jedním z primárních cílů společnosti.

Vzhledem k tomu, že jednatelé ani zaměstnanci nemají dostatek odborných ani časových kapacit k systematické marketingové práci, je pro ně Pražský voucher na kreativní služby vítanou možností, jak získat profesionální služby mj. v oblasti branding, public relations a při správě sociálních sítí.

Předmětem nabídky je vytvoření uceleného obsahu komunikačních aktivit za účelem oslovení široké skupiny cílových zákazníků. Jedná se o následující aktivity:

- Branding / klíčový vizuál (vizuál, headline, bodycopy)
- Vytvoření kampaně na sociálních sítích (situační analýza, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní kampaň na sociálních sítích)
- Vytvoření PR kampaně (situační analýza, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní PR kampaň)

Branding / klíčový vizuál

bude přenášet cílovým skupinám objednatel identifikované hlavní sdělení, bude ideově a kreativně ztvárněn v souladu s CI manuálem. Obsahem je vytvoření klíčového vizuálu, který bude komunikovat grafickou a textovou formou hlavní sdělení o produktu společnosti. Klíčový vizuál bude zpracován v českém jazyce. Součástí nabídky je užití práv k ideové a kreativní složce klíčového vizuálu v celé šíři autorsko-právní ochrany v EU. Obsahem nabídky není případná fotoprodukce klíčového vizuálu. Klíčový vizuál bude obsahovat min. ideovou složku, headline a bodycopy a bude zpracován ve formátu A4. Otestování proběhne na cílové skupině (focus group).

Aplikace klíčového vizuálu pro různá užití

Klíčový vizuál bude rozpracován pro užití v níže uvedených media typech a formátech:

Offline – leták, inzerce, brožura (obálka + vnitřní strana), board

Online – rectangle (RCT, 300x250px), megaboard (MB, 900x210px), wide square (WS, 480x300px), big square (BS, 300x300px), icon (IC, 88x31px), vertical banner (VB, 120x300px), skyscraper (SS, 120x600px), half banner (HB, 234x60px)

Příprava PR kampaně

Situační analýza – provedeme monitoring médií a desk top research za účelem identifikace stavu mediálního prostředí a vyznění tématické komunikace.

Vytvoření ideového konceptu PR kampaně – volba témat, která jsou zajímavá pro zákazníky, definování hlavních myšlenek, které chceme sdělit zákazníkům a vytvoření databáze médií (vydavatelství), pro která jsou vybraná témata zajímavá.

Pilotní PR projekt

Dodavatel bude dodávat objednateli služby public relations, a to po období 3 měsíců. Délka tohoto období je dostačující pro realizaci pilotního projektu profesionální prezentace objednatel vůči veřejnosti za pomoci public relations nástrojů. Výsledky pilotního projektu budou podkladem pro objednatel při definici pokračování kontinuální prezentace objednatel s veřejností. Mezi služby public relations budou patřit

- a) průběžná aktualizace media listu
- b) příprava podkladů pro jednání se zástupci médií z medialistu
- c) vyhledávání a zpracování aktuálních a z pohledu public relations relevantních informací
- d) příprava textů v nejširším slova smyslu – PR články, texty do PPC kampaní, produktové texty



- e) obsahový monitoring 1 x měsíčně v rozsahu titulů monitorovaných společností Newton Media v elektronické podobě na základě relevantních klíčových slov
- f) konzultace, rešerše, analýzy a reporting objednateli.

Public relations služby jsou omezeny kapacitou nabídky 105 h, tj. průměrně 35 h./měsíc a netýkají se správy sociálních sítí, přípravy textů pro webové stránky, nákupu inzerce, pořádání vlastních akcí a zajišťování tiskových konferencí.

Příprava kampaně na sociálních sítích

Analýza současných aktivit konkurence na sociálních sítích

Pro správné nastavení kampaně na sociálních sítích zhodnotíme, jak působí na sociálních sítích obdobné projekty, kde a co se o nich píše, s čím mají problémy, z čeho naopak těží. Stanovíme cíle kampaně.

Vytvoření ideového konceptu kampaně na sociálních sítích

Vytvoříme ideový a grafický koncept kampaně na sociálních sítích, připravíme implementační plán pilotního projektu a založíme profily na vybraných sociálních sítích.

Pilotní projekt kampaně na sociálních sítích

Dodavatel bude dodávat objednateli služby správy kampaně na sociálních sítích, tj. kompletní tvorbu redigovaného obsahu pro min. jednu vybranou sociální síť (LinkedIn nebo Facebook) podle nejnovějších trendů a standardů roku 2019, a to po období 3 měsíců. Délka tohoto období je dostačující pro realizaci pilotního projektu profesionální prezentace objednatele na sociálních sítích. Výsledky pilotního projektu budou podkladem při definici pokračování kontinuální prezentace objednatele na sociálních sítích. Správa kampaně na sociálních sítích je omezena kapacitou nabídky 60 h, tj. průměrně 20 h./měsíc nebo-li 1 hodina/pracovní den.

POPIS ŘEŠITELSKÉHO TÝMU

- o Project manager (koordinace řešitelského týmu, dohled nad harmonogramem, řízení rizik): [REDACTED] více než 10 let praxe, vzdělání středoškolské
- o Creative director: [REDACTED] více než 5 let praxe, vzdělání vysokoškolské
- o Graphic Designer: [REDACTED] 3 roky praxe, vzdělání středoškolské
- o Copywriter/Editor: [REDACTED] více než 10 let praxe, vzdělání vysokoškolské
- o Research manager: [REDACTED] více než 10 let praxe, vzdělání vysokoškolské
- o PR manager (public relations): [REDACTED] více než 10 let praxe, vzdělání vysokoškolské
- o Media analyst (monitoring médií, analýzy relevantních dat): [REDACTED] více než 10 let praxe, vzdělání středoškolské
- o Social media manager: [REDACTED] 1 rok praxe, vzdělání středoškolské



VÝSTUPY KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ

Branding / klíčový vizuál

- klíčový vizuál
- zpráva z focus group
- adaptace klíčového vizuálu do angličtiny
- aplikace pro offline nástroje (print, brožura, infografika a board)
- aplikace pro online nástroje (RCT, MB, WS, BS, IC, HB, VB, SS)

Public relations kampaň

- zpráva ze situační analýzy a definice cílů
- ideový koncept – ppt prezentace
- implementační plán pilotního PR projektu – xls tabulka
- PR materiály zhotovené pro pilotní PR projekt v délce 3 měsíce
- závěrečná zpráva z pilotního projektu PR

Kampaň na sociálních sítích

- zpráva ze situační analýzy a definice cílů
- ideový koncept – ppt prezentace
- implementační plán pilotního projektu – xls tabulka
- print screen profilu (-ů) na sociálních sítích
- materiály zhotovené pro prezentaci na sociálních sítích v rámci pilotního projektu v délce 3 měsíce
- závěrečná zpráva z pilotního projektu komunikace na sociálních sítích

HARMONOGRAM

Zde uveďte předpokládaný harmonogram projektu. Skutečná realizace projektu bude ovlivněna délkou schvalovacího procesu Žádosti o poskytnutí voucheru, přičemž skutečným dnem zahájení projektu je den zveřejnění Smlouvy o poskytnutí voucheru v registru smluv.

Termín realizace: 1.7. – 31.12.2019

Harmonogram						
	1. měsíc	2.měsíc	3.měsíc	4. měsíc	5. měsíc	6. měsíc
Branding						
Klíčový vizuál komunikace	X					
Focus Group (kvalitativní ověření klíčového vizuálu na cílové skupině)		X				
Aplikace klíčového vizuálu do formátů (billboard, leták, firemní tiskoviny)		X				
Adaptace do jednoho cizího jazyka		X				
PR kampaň						
Situační analýza a definice cílů PR komunikace	X					
Vytvoření ideového konceptu		X				
Příprava pilotního PR projektu			X	X	X	
Kampaň na sociálních sítích						
Situační analýza a definice cílů kampaně na sociálních sítích	X					
Vytvoření ideového konceptu a implementačního plánu pilotního projektu na sociálních sítích		X				
Pilotní projekt na sociálních sítích (3 měsíce x průměrně 20h/měsíc)			X	X	X	
Dokumentace projektu						
Závěrečná zpráva a administrace						X



Položkový rozpočet				
Název položky	Měrná jednotka	Počet jednotek	Cena za jednotku (bez DPH)	Cena celkem (bez DPH)
Branding				
Klíčový vizuál komunikace	hodina	35	1 200 Kč	42 000 Kč
Focus Group (kvalitativní průzkum ověření loga a klíčového vizuálu na cílové skupině)	ks	1	35 000 Kč	35 000 Kč
Aplikace klíčového vizuálu do formátů (formáty 12 ks viz popis)	ks	12	2 000 Kč	24 000 Kč
Adaptace do cizího jazyka	ks	12	1 000 Kč	12 000 Kč
PR kampaň				
Situační analýza, definice cílů PR kampaně	hodina	16	1 200 Kč	19 200 Kč
Vytvoření ideového konceptu a implementačního plánu pilotního PR	ks	1	30 000 Kč	30 000 Kč
Pilotní public relations projekt (3 měsíce x průměrně 35h/měsíc)	hodina	105	1 200 Kč	126 000 Kč
Kampaň na sociálních sítích				
Situační analýza a definice cílů kampaně na sociálních sítích	hodina	16	1 200 Kč	19 200 Kč
Vytvoření ideového konceptu a implementačního plánu pilotního projektu na sociálních sítích	ks	1	30 000 Kč	30 000 Kč
Pilotní projekt na sociálních sítích (3 měsíce x průměrně 20h/měsíc)	hodina	60	1 200 Kč	72 000 Kč
CENA CELKEM (bez DPH)			409 400 Kč	
CENA CELKEM (včetně DPH)*			495 374 Kč	

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

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

Čestné prohlášení

Čestně prohlašuji, že 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 11.03.2019

.....
podpis statutárního zástupce dodavatele služby



PROJEKTOVÝ ZÁMĚR–PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

Kreativní voucher – výzva 2

Branding, public relations a sociální sítě H 4.0 Coffee s.r.o.

Název žadatele	H 4.0 Coffee s.r.o.
IČ	06417035

Popis požadovaných kreativních služeb

Společnost H 4.0 Coffee s.r.o. vznikla v roce 2017 a zajišťuje aktivity v oblasti facility management a gastroservis pro projekt hala 40. H40 je prostor, kde se prolíná kultura a kreativita s inovacemi a novými nápady, děti a mládež, rodiny a senioři tráví smysluplně svůj volný čas, začínající podnikatelé a společnosti naleznou zázemí a inspiraci, se setkávají všechny generace a jen tak mimochodem zde vaří dobrou kávu. Vysoký standard nabízených servisních služeb je jedním z primárních cílů společnosti.

Vzhledem k tomu, že jednatelé ani zaměstnanci nemají dostatek odborných ani časových kapacit k systematické marketingové práci, je pro ně Pražský voucher na kreativní služby vítanou možností, jak získat profesionální služby mj. v oblasti brandingu, public relations a při správě sociálních sítí.

Předmětem nabídky je vytvoření uceleného obsahu komunikačních aktivit za účelem oslovení široké skupiny cílových zákazníků. Jedná se o následující aktivity:

1. Branding / klíčový vizuál (vizuál, headline, bodycopy)
2. Vytvoření kampaně na sociálních sítích (situační analýza, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní kampaň na sociálních sítích)
3. Vytvoření PR kampaně (situační analýza, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní PR kampaň)

Branding / klíčový vizuál

bude přenášet cílovým skupinám objednatelům identifikované hlavní sdělení, bude ideově a kreativně ztvárněn v souladu s CI manuálem. Obsahem je vytvoření klíčového vizuálu, který bude komunikovat grafickou a textovou formou hlavní sdělení o produktu společnosti. Klíčový vizuál bude zpracován v českém jazyce. Součástí nabídky je užití práv k ideové a kreativní složce klíčového vizuálu v celé šíři autorsko-právní ochrany v EU. Obsahem nabídky není případná fotoprodukce klíčového vizuálu. Klíčový vizuál bude obsahovat min. ideovou složku, headline a bodycopy a bude zpracován ve formátu A4. Otestování proběhne na cílové skupině (focus group).



Aplikace klíčového vizuálu pro různá užití

Klíčový vizuál bude rozpracován pro užití v níže uvedených media typech a formátech:

Offline – leták, inzerce, brožura (obálka + vnitřní strana), board

Online – rectangle (RCT, 300x250px), megaboard (MB, 900x210px), wide square (WS, 480x300px), big square (BS, 300x300px), icon (IC, 88x31px), vertical banner (VB, 120x300px), skyscraper (SS, 120x600px), half banner (HB, 234x60px)

Příprava PR kampaně

Situační analýza – provedeme monitoring médií a desk top research za účelem identifikace stavu mediálního prostředí a vyznění tématické komunikace.

Vytvoření ideového konceptu PR kampaně – volba témat, která jsou zajímavá pro zákazníky, definování hlavních myšlenek, které chceme sdělit zákazníkům a vytvoření databáze médií (vydavatelství), pro která jsou vybraná témata zajímavá.

Pilotní PR projekt

Dodavatel bude dodávat objednateli služby public relations, a to po období 3 měsíců. Délka tohoto období je dostačující pro realizaci pilotního projektu profesionální prezentace objednatele vůči

veřejnosti za pomoci public relations nástrojů. Výsledky pilotního projektu budou podkladem pro

objednatele při definici pokračování kontinuální prezentace objednatele s veřejností. Mezi služby

public relations budou patřit

- a) průběžná aktualizace media listu
- b) příprava podkladů pro jednání se zástupci médií z medialistu
- c) vyhledávání a zpracování aktuálních a z pohledu public relations relevantních informací
- d) příprava textů v nejširším slova smyslu – PR články, texty do PPC kampaní, produktové texty
- e) obsahový monitoring 1 x měsíčně v rozsahu titulů monitorovaných společností Newton Media v elektronické podobě na základě relevantních klíčových slov
- f) konzultace, rešerše, analýzy a reporting objednateli.

Public relations služby jsou omezeny kapacitou nabídky 105 h, tj. průměrně 35 h./měsíc a netýkají se správy sociálních sítí, přípravy textů pro webové stránky, nákupu inzerce, pořádání vlastních akcí a zajišťování tiskových konferencí.

Příprava kampaně na sociálních sítích

Analýza současných aktivit konkurence na sociálních sítích

Pro správné nastavení kampaně na sociálních sítích zhodnotíme, jak působí na sociálních sítích obdobné projekty, kde a co se o nich píše, s čím mají problémy, z čeho naopak těží. Stanovíme cíle kampaně.



Vytvoření ideového konceptu kampaně na sociálních sítích

Vytvoříme ideový a grafický koncept kampaně na sociálních sítích, připravíme implementační plán pilotního projektu a založíme profily na vybraných sociálních sítích.

Pilotní projekt kampaně na sociálních sítích

Dodavatel bude dodávat objednateli služby správy kampaně na sociálních sítích, tj. kompletní tvorbu redigovaného obsahu pro min. jednu vybranou sociální síť (LinkedIn nebo Facebook) podle nejnovějších trendů a standardů roku 2019, a to po období 3 měsíců. Délka tohoto období je dostačující pro realizaci pilotního projektu profesionální prezentace objednatele na sociálních sítích. Výsledky pilotního projektu budou podkladem při definici pokračování kontinuální prezentace objednatele na sociálních sítích. Správa kampaně na sociálních sítích je omezena kapacitou nabídky 60 h, tj. průměrně 20 h./měsíc nebo-li 1 hodina/pracovní den.

Jak poskytnutá služba ovlivní kvalitu výrobků / služeb firmy

Vytvořením uceleného komunikačního konceptu je nezbytným předpokladem pro další úspěšné etablování společnosti na vymezeném trhu. Vytvořená firemní identita, umožní originální a profesionální prezentaci cílovým skupinám, které seznámí jak s charakteristikou společnosti, tak s jejími vizemi a cíli. Cílové skupiny pak získají ucelený obraz o společnosti.

Koncept rovněž umožní úspěšné představení služeb společnosti originálním a osobitým způsobem. Profesionální a jedinečné zavedení společnosti na trh a představení poskytovaných služeb je nezbytným předpokladem pro úspěšný další rozvoj společnosti na trhu.

Získaná podpora na služby popsané v příložených nabídkách výrazně pomůže rozvoji podniku a navýšení tržního potenciálu společnosti, neboť umožní nastavit marketingovou a komunikační strategii, které umožní zlepšit positioning a zacílení marketingových aktivit na cílové skupiny zákazníků.



**Rozvojový plán
žadatele**

Společnost H 4.0 Coffee s.r.o. vznikl v roce 2017 za účelem poskytování servisních činností pro projekt hala 40. Společnost žadatele zajišťuje aktivity v oblasti facility management, gastroservis a produkční činnost.

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

H40 je prostor, kde se lidé setkávají, vzdělávají, vzájemně se inspirují a společně tvoří. H40 umožňuje lidem, společností a organizacím stát se tím, kým a čím si přejí.

H40 je prostor, kde

- se prolíná kultura a kreativita s inovacemi a novými nápady
- děti a mládež, rodiny a senioři tráví smysluplně svůj volný čas
- začínající podnikatelé a společnosti (nejen) v oboru art&digital naleznou zázemí a inspiraci
- se setkávají všechny generace
- vaří dobrou kávu a kde je radost jen tak být

Intenzita poskytovaných služeb H 4.0 Coffee s.r.o. jde ruku v ruce s realizací projektů v hale 40. Cílem je poskytování komplexních servisních služeb v rozsahu potřebném pro multifunkční centrum.

Strategie dalšího rozvoje podniku

Mezi strategické cíle společnosti, které byly stanoveny při založení firmy, patří:

- zajistit co největší informovanost o projektu H40 mezi širokou laickou i odbornou veřejností
- vytvořit odpovídající informační kanály pro komunikaci s veřejností
- zapojit do realizace projektu místní stakeholdery
- vytvořit a udržet kvalitní tým profesionálů zapojených do projektu
- vytvořit a udržet vysoký standard nabízených servisních služeb

Od roku 2017 byl vytvořen profesionální tým pracovníků. Současně byla navázána spolupráce s místními stakeholdery. Plný provoz společnosti bude spuštěn koncem roku 2019 po dokončení rekonstrukce objektu a spuštění projektů H 4.0 kulturně-komunitní centrum a podnikatelský inkubátor H 4.0 Art&Digital Lab, které připravuje partnerská organizace a nájemce objektu OSE Czech Republic z.s.

Hlavní ekonomická aktivity firmy



	Ekonomickou aktivitou firmy H 4.0 Coffee s.r.o. je, z povahy své činnosti, servisní organizací haly 40. Zajišťuje facility management, gastroservis a produkční činnost. Jaký bude vliv a přínos poskytovaných služeb na další rozvoj a konkurenceschopnost firmy Komunikační aktivity jsou důležitým nástrojem pro zvýšení povědomí o projektu haly 40 u zákazníků a partnerů. Slouží k oslovení cílových skupin projektu, především však k oslovení potenciálních partnerů. Zvolené komunikační aktivity podpoří budování identity a image společnosti H 4.0 Coffee a především umožní oslovit potenciální partnery již během přípravy projektů, kdy hala 40 prochází rekonstrukcí a je nepřístupná. Pro zajištění ekonomické aktivity firmy a její další rozvoj je nezbytné vytvoření atraktivní a vysoce kvalitní ucelená komunikace společnosti a její prezentace v médiích a na sociálních sítích, která umožní široké oslovení potenciálních zákazníků společnosti. Profesionálně zpracovaná komunikační strategie a PR aktivity připravovaného projektu v hale 40 je klíčem ke konkurenceschopné společnosti. Přínos poskytovaných služeb pro žadatele: • přispějí k vybudování image a povědomí o nabízených službách v hale 40 • umožní oslovit klienty a uživatele cílových skupin • napomohou k vybudování identity pro navazující obchodní aktivity žadatele Společnost v rámci připravovaného projektu využije specializovaných služeb, které pomohou k jejímu rozvoji – prezentaci služby a tím dosažení výše stanovených cílů společnosti. Podpora společnosti žadatele získaná v rámci předkládaného projektu využívá profesionálních kreativců s cílem zlepšení služeb společnosti.
Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele	Historie společnosti H 4.0 Coffee s.r.o. vznikla v září roku 2017. Předmětem podnikání je facility management, produkční činnost a provoz gastro zázemí pro aktivity v hale 40, v Pražské tržnici, Bubenské nábřeží 306/13, 170 00 Praha 7. Společnost má v hale 40 svou provozovnu. Jednatelé mají dlouholetou zkušenost s produkční činností a gastroprovozy. Plný provoz společnosti bude spuštěn koncem roku 2019 po dokončení rekonstrukce objektu a spuštění projektů H 4.0 kulturně-komunitní centrum a podnikatelský inkubátor H 4.0 Art&Digital Lab, které připravuje partnerská organizace a nájemce objektu OSE Czech Republic z.s.



	Aktuálně nabízené aktivity Společnost v roce 2017 organizovala v hale několik eventů a pokračuje v této činnosti i v roce 2018. Zisk z těchto aktivit je připravena investovat právě do přípravy PR aktivit, aby byla na spuštění plného provozu hala 40 kvalitně připravená a konkurenceschopná. V případě potřeby jsou jednatele připraveni vložit do společnosti vlastní zdroje, které generují v rámci jiné podnikatelské činnosti. V krizové situaci nabízí společnosti finanční podporu ve formě kontokorentu s relativně výhodným úrokem také její banka, a to ve výši od 300 000,- Kč. Společnost je tak připravena aktivity projektu předfinancovat dle předloženého rozpočtu. Současná finanční situace Prostředky, které budou sloužit ke spolufinancování a předfinancování projektu budou hrazeny z vlastních prostředků žadatele.
Řešitelský tým	Realizační tým projektu byl sestaven již při přípravě projektového záměru a jeho členové se podíleli, jak na definování cílů projektového záměru, tak na definici konkrétních činností vedoucích k jejich dosažení. Členové týmu disponují potřebnými odbornými i profesními zkušenostmi. Tým je složen ze dvou interních členů na pozicích – manažer projektu a ekonomický manažer v jedné pozici a marketingový manažer. Níže uvádíme popis náplně činností v rámci realizace projektu. Manažer projektu a ekonomický manažer [REDACTED] Popis pracovní náplně: koordinace řešitelského týmu, rozdělení kompetencí mezi členy týmu, komunikace s dodavatelem, kontrola plnění finančního a časového plánu projektu, komunikace s poskytovatelem, dohled na dodržování finančního a časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik, zajištění potřebné administrace podkladů pro řízení projektu a informování poskytovatele dotace. Vzdělání: vysokoškolské FSV UK, obor ekonomie, marketing Praxe: 2002 – 2006 Marketing a business development specialist GfK s.r.o. 2006 – 2008 Communication Specialist Ernst& Young s.r.o. 2009 – 2016 OSVČ - poradenství v oblasti komunikace od 2017 - projektová manažerka H 4.0 Coffee s.r.o. Marketingový manažer [REDACTED] Popis pracovní náplně: supervize dodavatelských řešení, poradenství a konzultace v oblasti online i offline marketingu. Vzdělání: vysokoškolské, VŠE, obor ekonomie



Řešitelský tým dodavatele je uveden v nabídce.

Žadatel

Jméno statutárního zástupce

Čestně prohlašuji, že nabízená služba nebyla/není předmětem jiné dodávky/projektu/předmětu voucheru. 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 16.3.2019

.....
podpis statutárního zástupce

Plná moc

[redacted]
Nyklíčková 969/3, 158 00 Praha 5 (dále jako „zmocnitel“)

tímto zmocňuje

[redacted] Česká
1135/5, 158 00 Praha 5 (dále jako „zmocněnec“)

k tomu, aby Zmocnitele zastupoval při všech právních úkonech (generální plná moc).

Tato plná moc se uděluje na dobu určitou, a to do 31. 8. 2021.

Tato plná moc zaniká také doručením oznámení o odvolání této plné moci Zmocněnci.

Zmocněnec má právo vykonávat všechny právní úkony spojené s předmětem této plné moci.

Zmocněnec má zejména právo vykonávat právní a faktické úkony spojené s fungováním společnosti H 4.0 Coffee s.r.o., IČ: 6417035.

Podpisem plné moci zmocněnec tuto plnou moc přijímá v plném rozsahu.

V Praze dne 16. 3. 2020

[redacted]

Zmocněnec

[redacted]

Zmocnitel

