



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



PID: MHMPXPDHSVUV

Číslo smlouvy: DOT/53/03/000617/2020

Stejnopis č. 1

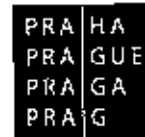
PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY – VÝZVA č. 2

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 vouchery

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

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

SENS Foods CZ s.r.o.

se sídlem:

Pernerova 676/51, 18600 Praha

zastoupená:

[REDACTED]

IČO:

05928991

společnost je plátcem DPH:

ANO

číslo účtu:

1155675110227/0100

účet veden u:

Komerční banka, a.s.

zapsaná:

C 273199 vedená u soudu Městský soud v Praze

(dále jen „Příjemce“)

(společně dále jen „Smluvní strany“)

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



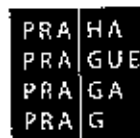
II.

Předmět této Smlouvy

1. Za podmínek stanovených touto Smlouvou poskytne Poskytovatel dotace Příjemci částku ve výši odpovídající skutečně vzniklým, odůvodněným a prokázaným způsobilým výdajům, maximálně však do výše 401 625,00 Kč (slovy: čtyři sta jedna tisíc šest set dvacet pět korun českých) (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.prazskylvoucher.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 „Tvorba PR kampaně pro značku SENS“, 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. 1475 ze dne 13. 7. 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



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



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

5. Dotace, která je Příjemci poskytnuta z rozpočtu Poskytovatele dotace, je ve smyslu zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů (zákon o finanční kontrole), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o finanční kontrole“), veřejnou finanční podporou a vztahují se na ni všechna ustanovení zákona o finanční kontrole a zákona č. 215/2004 Sb., o úpravě některých vztahů v oblasti veřejné podpory a o změně zákona o podpoře výzkumu a vývoje, ve znění pozdějších předpisů. Příjemce je povinen dle ust. § 9 odst. 2 zákona o finanční kontrole umožnit Poskytovateli dotace, resp. jeho k tomu příslušným orgánům, kontrolu hospodaření Příjemce a dodržování účelu podmínek, za kterých byla Dotace Příjemci poskytnuta a čerpána. Poskytovatel dotace má právo provést kontrolu hospodaření Příjemce i před vyplacením Dotace. Doba provádění kontroly se nepočítá do lhůty dle čl. IV. odst. 2 této Smlouvy.

III.

Další práva a povinnosti Příjemce

1. Příjemce je povinen Projekt realizovat v souladu s právními předpisy, Manuálem, touto Smlouvou a její přílohou č. 1, která je její nedílnou součástí.
2. Za podmínek uvedených v této Smlouvě je Příjemce oprávněn provést změny v Projektu.
3. Změny v Projektu se dle závažnosti dělí na změny Projektu podstatné a nepodstatné. Nepodstatné změny nepodléhají schválení ze strany Poskytovatele dotace. Příjemce je však povinen nepodstatné změny písemně prostřednictvím Aplikace oznámit Poskytovateli dotace, a to bez zbytečného odkladu, nejpozději při podání Žádosti o proplacení vouchery (Dotace). Za nepodstatné změny se považuje:
 - a) změna kontaktní osoby Projektu (včetně změny kontaktních údajů) či adresy pro doručení písemností;
 - b) změna v osobách vykonávajících funkci statutárního orgánu Příjemce;
 - c) změna adresy realizace; touto změnou však musí být zachováno místo dopadu realizace Projektu na území hl. m. Prahy;
 - d) změna sídla či provozovny Příjemce, pokud nové sídlo či provozovna budou umístěny na území hl. m. Prahy;
 - e) změna harmonogramu realizace Projektu, která neovlivní cíle, výstupy Projektu, rozpočet Projektu a celkovou délku realizace Projektu;



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



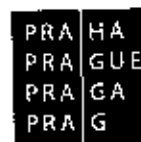
- f) úprava postupu realizace aktivity, která však neovlivní její charakter, ani cíle, rozpočet a celkovou délku realizace Projektu.

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 vouchery prostřednictvím Aplikace bez vad nejpozději v den ukončení doby realizace Projektu. Jestliže Žádost o proplacení vouchery byla podána včas, zůstává tato lhůta zachována i v případě postupu podle čl. IV. odst. 1 této Smlouvy. Veškerá čestná prohlášení učiněná Příjemcem v průběhu spolupráce s Poskytovatelem dotace, počínaje podáním Žádosti, se považují za opětovně učiněná Příjemcem při podání Žádosti o proplacení vouchery. V případě, že by taková čestná prohlášení byla v době předložení Žádosti o proplacení vouchery nepravdivá, nesprávná či neúplná, považuje se neoznámění změn, resp. neuvedení správných a pravdivých prohlášení, za podstatné porušení této Smlouvy, jež opravňuje Poskytovatele dotace v souladu s ustanovením článku V. této Smlouvy Smlouvu vypovědět.
11. Příjemce je povinen ve lhůtě do devadesáti (90) dnů od podpisu této Smlouvy uzavřít smlouvy či objednávky s vybranými dodavateli služeb, a to v písemné formě, v souladu s čl. 4.2. Manuálu. Obsah spolupráce musí být realizován vždy až po účinnosti příslušné smlouvy nebo objednávky.

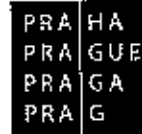
IV.

Povinnosti Poskytovatele dotace

1. Žádost o proplacení vouchery musí být bez vad. Pokud budou nalezeny vady v Žádosti o proplacení vouchery, bude tato žádost vrácena Příjemci k odstranění vad. Vrácení Žádosti o proplacení vouchery k opravě je možné pouze jednou s tím, že opravenou Žádost o proplacení vouchery musí Příjemce podat prostřednictvím Aplikace do pěti (5) pracovních dnů od jejího vrácení k opravě. Teprve po odstranění vad je možné Dotaci proplatit. Doba, kdy je Žádost o proplacení vouchery vrácena a vady odstraňovány, se nezapočítává do lhůty pro proplacení Dotace dle čl. IV. odst. 2 této Smlouvy; tato lhůta začne běžet od předložení Žádosti o proplacení vouchery bez vad.



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



2. Poskytovatel dotace je povinen poukázat Příjemci bankovním převodem Dotaci - částku určenou na základě skutečně vzniklých, odůvodněných a prokázaných způsobilých výdajů ve smyslu článku II. odst. 1 této Smlouvy, případně sníženou o částku odpovídající aktivitě, která byla z Projektu vypuštěna postupem dle čl. III. odst. 3 této Smlouvy, tj. uzavřením dodatku k této Smlouvě, ve lhůtě nejpozději do 42 pracovních dnů ode dne předložení bezvadné Žádosti o proplacení voucheru Poskytovateli dotace za podmínky úplnosti Žádosti o proplacení voucheru, jejího předložení ve lhůtě stanovené v Manuálu a realizace Projektu v souladu s právními předpisy a s touto Smlouvou.
3. Smluvní strany výslovně sjednávají, že uveřejnění této Smlouvy v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů, zajistí Poskytovatel dotace.

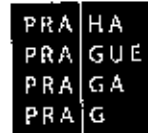
V.

Ukončení Smlouvy a navrácení Dotace

1. Vztah založený touto Smlouvou lze ukončit na základě písemné dohody obou Smluvních stran nebo výpovědí této Smlouvy Poskyvatelem dotace.
2. Dohoda o ukončení této Smlouvy musí být písemná a musí v ní být uvedeny důvody, které vedly k ukončení této Smlouvy, včetně způsobu vzájemného vypořádání práv a povinností Smluvních stran.
3. V případě neplnění či porušení povinností vyplývajících z této Smlouvy pro Příjemce, má Poskytovatel dotace právo písemně vypovědět tuto Smlouvu. Toto právo má Poskytovatel dotace zejména, pokud ze strany Příjemce dojde k závažnému porušení této Smlouvy. Závažným porušením se rozumí zejména:
 - a) realizace Projektu v rozporu s právními předpisy, touto Smlouvou, Žádostí, Manuálem a Všeobecnými podmínkami;
 - b) použití Dotace (případně její části) v rozporu s účelem, který je stanoven touto Smlouvou;
 - c) neumožnění provedení kontroly Poskyvatelem 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. dodavatelí 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.



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



4. Písemnou výpovědí této Smlouvy Poskytovatelem dotace zaniká nárok na proplacení Dotace. V případě, že k proplacení Dotace došlo již před doručením výpovědi Příjemci, je Příjemce povinen provést vyúčtování Dotace a vrátit na bankovní účet Poskytovatele dotace uvedený v záhlaví této Smlouvy dosud poskytnuté peněžní prostředky bez zbytečného odkladu, nejpozději však do třiceti (30) dnů od uplynutí výpovědní lhůty. Výpovědní lhůta činí sedm (7) dní ode dne doručení výpovědi Příjemci. Pokud Příjemce ve stanovené lhůtě poskytnutou Dotaci nevrátí, považují se finanční prostředky z Dotace za zadržené ve smyslu zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon č. 250/2000 Sb.“).
5. V případě, že Příjemce poruší jakoukoli povinnost stanovenou mu v souvislosti s realizací Projektu právními předpisy, touto Smlouvou a dokumenty v ní uvedenými, nebo se jeho prohlášení uvedená v Žádosti, Žádosti o proplacení vouchery či v této Smlouvě ukáží jako nepravdivá, nesprávná či neúplná poté, co došlo k proplacení Dotace Poskytovatelem dotace, bude se jednat o porušení rozpočtové kázně dle §22 zákona č. 250/2000 Sb. a Poskytovatel dotace je oprávněn uložit Příjemci odvod a penále dle zákona č. 250/2000 Sb., popř. vypovědět tuto Smlouvu dle čl. V. odst. 3 této Smlouvy.
6. V případě, že bylo rozhodnuto o porušení rozpočtové kázně dle zákona č. 250/2000 Sb., budou odvod i případné penále za porušení rozpočtové kázně vyměřeny ve výši stanovené zákonem č. 250/2000 Sb.
7. V případě přeměny nebo zrušení Příjemce s likvidací je Příjemce povinen Dotaci vyúčtovat ke dni účinnosti přeměny nebo účinnosti rozhodnutí o zrušení s likvidací a do patnácti (15) dnů ode dne, kdy k přeměně nebo zrušení s likvidací došlo, předložit vyúčtování Dotace Poskytovateli dotace. Ve stejné lhůtě je Příjemce povinen vrátit nevyčerpanou část Dotace.

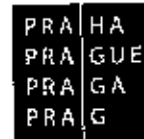
VI.

Závěrečná ustanovení

1. Tato Smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma Smluvními stranami. Tato Smlouva musí být vždy nejprve podepsána Příjemcem a následně Poskytovatelem dotace. 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.

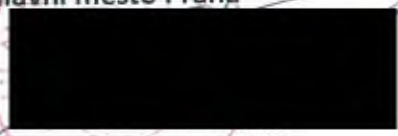
10. Smluvní strany prohlašují, že si tuto Smlouvu řádně přečetly, jejímu obsahu porozuměly, její obsah je srozumitelný a určitý, že jim nejsou známy žádné důvody, pro které by tato Smlouva nemohla být řádně plněna nebo které by způsobovaly neplatnost této Smlouvy a že je projevem jejich pravé, svobodné 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

SENS Foods CZ s.r.o.


jméno jednatele



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



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

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

ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ VOUCHERU

TVORBA PR KAMPANĚ PRO ZNAČKU SENS



Identifikace žadatele a prohlášení:

1. Údaje o společnosti:

Společnost:	SENS Foods CZ s.r.o.
Zapsaná:	C 273199 vedená u soudu Městský soud v Praze
Jednající/zastoupená:	
Datum vzniku společnosti:	20. 3. 2017
IČO:	05928991

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

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

Adresa sídla:

Ulice:	Pernerova
Číslo popisné:	676
Číslo orientační:	51
PSČ:	18600
Město:	Praha

Kontaktní údaje:

Adresa datové schránky:	zo7zkj
Číslo účtu:	1155675110227/0100
Webová stránka:	sensbar.com

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

Ulice:	
--------	--



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

PRAHA
PRAGUE
PRAGA
PRAG

Číslo popisné:	
Číslo orientační:	
PSČ:	
Město:	

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):

Firma SENS má za cíl učinit z hmyzu běžnou součást západní stravy. Chce toho docílit jednak vzděláváním a osvětou, dále prodejem chutných běžných potravin s příměsí cvrččí mouky. V současné době prodává energetické a proteinové tyčinky s cvrččí moukou, dále chleba z cvrččí mouky a plánuje zavádět další výrobky. Popularizaci stravy z hmyzu vnímá firma SENS jako jednu z možností, jak bojovat s rostoucími nároky populace bez toho, aniž by bylo třeba využívat čím dál tím větší množství přírodních zdrojů. SENS usiluje o to, aby všechny její výrobky byly nejen přátelské k životnímu prostředí, ale také kvalitní z výživového i chuťového hlediska.

4. Žadatel je plátcem DPH (ano/ne):



ANO

5. Žadatel tímto čestně prohlašuje, že:

- a) je malý a střední podnikatel splňující podmínky stanovené v Příloze č. 1 Nařízení Komise (EU) č. 651/2014 ze dne 17. června 2014, kterým se v souladu s články 107 a 108 Smlouvy o EU prohlašují určité kategorie podpory za slučitelné s vnitřním trhem,
- b) žadatel je právnickou osobou¹,
- c) podnikatelská historie musí být max. do 3 let od zapsání do Obchodního rejstříku nejpozději v době podání Žádosti o poskytnutí vouchery,
- d) z hlediska klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) není Žadatel omezen²,
- e) CZ-NACE kód uvedený v Žádosti o poskytnutí vouchery se týká předmětu projektu a musí být uveden dle Klasifikace Českého statistického úřadu,
- f) CZ-NACE kód projektu je tedy uvedený dle předmětu projektu a po celou dobu konání projektu se nesmí měnit,
- g) musí být zaregistrován jako poplatník daně z příjmů,
- h) musí být oprávněn k podnikání v souladu s právními předpisy ČR a zároveň musí mít sídlo či zapsanou provozovnu v hlavním městě Praze.³ Provozovna firmy musí být zapsána v živnostenském rejstříku dle Živnostenského zákona,⁴
- i) ekonomická aktivita a místo dopadu realizace projektu musí být na území hl. m. Prahy,
- j) není v likvidaci ani úpadku, má vypořádány splatné závazky z titulu mzdových nároků jeho zaměstnanců, ve vztahu ke státnímu rozpočtu nebo rozpočtu územního samosprávného celku a další splatné závazky vůči státu, státnímu fondu, zdravotním pojišťovnám nebo k České správě sociálního zabezpečení,
- k) nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání Žadatele nebo pro trestný čin hospodářský nebo trestný čin proti majetku. To platí i pro členy jeho statutárního či jiných orgánů,
- l) nemá žádné nedoplatky vůči poskytovatelům podpory z projektů spolufinancovaných z rozpočtu Evropské unie,
- m) žadatel o dotaci není podnikem, vůči němuž byl v návaznosti na rozhodnutí Evropské komise, na základě kterého/jímž byla podpora obdržena od poskytovatele z České

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

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

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

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



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

- n) statutární orgán Žadatele či jeho člen a osoby v pracovním či obdobném poměru k Žadateli nejsou zároveň v pracovním či obdobném poměru či nejsou členem žádného orgánu dodavatelů služeb. V opačném případě je to důvodem pro vyloučení Žadosti 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
29.10.2018	Magistrát hlavního města Prahy	203 715,00 Kč
11.02.2019	Magistrát hlavního města Prahy	423 300,00 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;

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

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

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



b) jeden subjekt má právo jmenovat nebo odvolat více než 50 % členů správního, řídicího nebo dozorčího orgánu jiného subjektu;

c) jeden subjekt má právo uplatňovat více než 50% vliv v jiném subjektu podle smlouvy uzavřené s daným subjektem nebo dle ustanovení v zakladatelské smlouvě nebo ve stanovách tohoto subjektu;

d) jeden subjekt, který je akcionářem nebo společníkem jiného subjektu, ovládá sám, v souladu s dohodou uzavřenou s jinými akcionáři nebo společníky daného subjektu, více než 50 % hlasovacích práv, náležitých 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:

Je ve výše uvedeném smyslu propojen s následujícími podniky (uvedte níže)

Obchodní jméno podniku/Jméno a příjmení	Sídlo/Adresa	IČ/Datum narození
SENS FOODS OPERATIONS LTD	71-75 Shelton Street, Covent Garden, London, United Kingdom, WC2H 9JQ	10521550

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:

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

⁸ Viz § 61 zákona č. 125/2008 Sb.



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



údaje zpracovávat pouze pro účely poskytnutí podpory de minimis a/nebo v souvislosti s ní a souladu s příslušnými právními předpisy, zejména GDPR.

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

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

Žadatel tímto souhlasí se zveřejněním svých údajů o projektu – obchodní firmy a adresy/sídla společností, 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:

Tvorba PR kampaně pro značku SENS

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

- Vytvoření PR strategie pro firmu SENS na období 2019 a 2020 • Sepsání minimálně 10 tiskových zpráv rozhovorů a jiných článků • Vytvoření grafických podkladů, které firmě SENS zůstanou • Publikace minimálně 20 mediálních výstupů • Pravidelný týdenní mentoring členů firmy ohledně postupu jednání s médii a reporting postupu •



Komplexní měsíční reporting postupu a dosahování cílů • Finální report po dokončení projektu

10. Popis výchozí situace - max. 2000 znaků:

Firma SENS je mladá firma obchodující od dubna 2017 a již se stihla pasovat na lídra evropského trhu s alternativním zdrojem bílkovin - cvrččí moukou. Mezi produkty se řadí energetické a proteinové tyčinky a nově i chléb prodávaný exkluzivně v největší české síti obchodů Penny Market. Firma získala počáteční investici od investičního fondu / inkubátoru UP21, díky které spustila první výrobu a prodej nejprve přes internetový obchod a později i přes vlastní distribuční síť prodejních partnerů. Firma se rychle etablovala na českém trhu i díky velké medializaci - o firmě psala téměř všechny významná média i televize. Nyní firma SENS plánuje expanzi na další evropské trhy. Nejprve se zaměří na německy hovořící země. V Německu chce vybudovat vlastní pobočku. Firma již prodávala evropským zákazníkům přes vlastní web nebo platformu Amazon, ve srovnání s Českou republikou je ale situace na ostatních evropských trzích v rané fázi. Znalost o firmě SENS je v evropských zemích spíše okrajová. Medializací, síť partnerů, „word of mouth“, vše firma SENS musí teprve vybudovat. Firma SENS momentálně najímá obchodní zástupce v Berlíně, kteří budou uceleně budovat obchodní a marketingové zastoupení značky mimo Českou republiku. Dále bude firma budovat pobočku v Londýně, kdy již nyní má externího obchodního zástupce. Londýnská pobočka se bude budovat paralelně s tou německou. Veškeré její aktivity budou podpořeny marketingově z hlavní pobočky z Prahy. V současné době nemá firma SENS komplexní mediální PR strategii a její mediální výstupy jsou neucelené a nejsou plánované se strategickými cíli. Firma je několikrát ročně zmiňována v médiích, někdy na základě vlastních aktivit, někdy spontánně. Firmě chybí strategie jejích mediálních aktivit a cílený postup, který by vedl k její popularizaci skrz média.

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

Obsah služby:	Předmětem požadované služby bude vytvoření ucelené komunikační strategie pro firmu SENS.
Název dodavatele:	HustáKomunikejšn s.r.o.
IČ:	6148140
DIČ:	CZ06148140
Sídlo společnosti:	Na Slavíkově 534/27, Dolní Měcholupy, 111 01 Praha 10
Plátce DPH:	ano
Statutární orgán:	
Kontaktní osoba:	
Telefon/mobil:	



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



E-mail:	[REDACTED]
Webová stránka:	[REDACTED]
Bankovní spojení:	4758429319/0800

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

Cílem projektu je vytvoření ucelené PR strategie pro firmu SENS Foods, která bude obsahovat definici cílové skupiny, cílových médií a vhodný způsob jejich oslovení včetně témat, které budou v rámci kampaně komunikovány. Cílem je zvýšit povědomí o značce, produktech a trendu jedení hmyzu a dále s cílem zvýšení prodejů. V rámci projektu vznikne media kit společnosti SENS, obsahující vizuální podklady pro novináře (fotky, produktové fotky, loga, infografiky a další). Bude formulována ucelená strategie pro roky 2019 a 2020. Vznikne minimálně 10 tiskových zpráv, rozhovorů a jiných článků. Budou vytvořeny grafické podklady a minimálně 20 výstupů bude publikováno v médiích na základě domluvy a jejich zájmu. Každý týden se bude dít pravidelný mentoring, kde se bude agentura vzdělávat členy týmu SENS o mediální strategii a kde se bude probírat dosavadní postup realizace strategie. Každý měsíc bude vznikat report o postupu. Po dokončení celého projektu bude vytvořen finální report. Definované výstupy povedou k naplnění cíle, který spočívá ve zvýšení povědomí o značce, produktech a výhodách jedení hmyzu (jak nutričních, tak environmentálních).

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

Firma SENS investuje nemalé prostředky do popularizace hmyzího proteinu jako možné alternativy k současným zdrojům proteinu. Snahy firmy byly doposavad zaměřeny především na přímý marketing - tedy přes svůj web a obecně v onlinovém prostředí (sociální sítě) a prostřednictvím nabídky v obchodech a materiálů, které ji doprovází (typicky letáky, plakáty atd). Jelikož firma působí v úplně novém sektoru, který ještě před ní nikdo v rámci trhu nerozvíjel, je potřeba, aby o svých aktivitách informovala širokou veřejnost, zejména proto, aby zlomila neznalost a odpor k produktům z hmyzu. Firma doposavad neměla ucelenou strategii, kterou by toho dosahovala. Nyní je potřeba, aby tato PR strategie vznikla a aby díky ní mohla firma rozšiřovat povědomí o svých aktivitách. Z hlediska růstu trhu je nezbytné, aby se o produktech dozvědělo co nejširší spektrum zákazníků a dále i osob z řad nákupčích a majitelů obchodů, kteří mohou dále produkty nabízet dalším lidem.

14. Popis realizačního týmu - max. 2000 znaků:

A) NA STRANĚ FIRMY SENS Radek Hušek (marketingový ředitel firmy SENS) - koordinace projektu za firmu SENS. Vystudoval management na VŠE. Založil a vedl firmu Stanza. Dále spoluzaložil firmu SENS Foods CZ s.r.o. a firmu Cricket Lab, ve kterých momentálně působí na pozici marketingového ředitele. V souvislosti s tímto projektem nemá žádné nároky na další vzdělávání. B) NA STRANĚ DODAVATELE KREATIVNÍ SLUŽBY Mgr. Jan Husták (tvorba strategie) - vysokoškolské vzdělání v oblasti komunikace a PR. Account Manager. Více než 8



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

PRAHA
PRAGUE
PRAGA
PRAG

let praxe. Prošel si PR agenturou, velkou marketingovou agenturou, prací na zakázku na volné noze až k založení vlastní agentury, poskytující služby PR a online marketingu. Mgr. Anna Seimlová (exekutiva vztahu s médii) - vysokoškolské vzdělání na FSV UK, obor mediální komunikace. Praxe více než 4 roky.

15. Vyberte režim podpory:

De minimis (85 %)

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

Celková cena projektu	472 500,00 Kč
Procentní sazba dotace (vyberte)	85 %
Výše dotace (celková cena projektu x procentní sazba dotace)	401 625,00 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: ANO
Podnik, který dostává podporu pro účely zavádění výrobků nových pro podnik: NE

19. Datum zahájení projektu: 1. 9. 2019

Datum ukončení projektu: 31. 12. 2019

20. Místo realizace projektu: Praha



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



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

HUSTÁKOMUNIKEJŠN S.R.O.
NABÍDKA KREATIVNÍCH SLUŽEB:
PUBLIC RELATIONS



NABÍDKA POSKYTNUTÍ SLUŽEB

ŽADATEL O POSKYTNUTÍ VOUCHERU	
Název žadatele	SENS Foods CZ s.r.o.
IČO / DIČ	05928991
Sídlo žadatele	Pernerova 676/51, Praha - Karlín, 186 00
Statutární zástupce žadatele	[REDACTED]

DODAVATEL SLUŽBY	
Název dodavatele / jméno, příjmení fyz. os.	HustáKomunikejšn s.r.o.
IČO / DIČ	06148140 / CZ06148140
Plátce DPH	ano
Sídlo dodavatele / fyz. os.	Na Slavíkově 534/27, Dolní Měcholupy, 111 01, Praha 10
Statutární zástupce dodavatele	[REDACTED]
Zpracovatel nabídky (jméno, telefon, email)	[REDACTED]
Kontaktní osoba (jméno, telefon, email)	[REDACTED]



POPIS NABÍZENÝCH SLUŽEB - PŘEDMĚT

1. Příprava kompletní Public Relations strategie pro pražskou společnost SENS pro období od 1. září 2019 do 31. prosince 2019

- Definice cílových skupin společnosti
- Definice klíčových komunikačních témat
- Vytvoření harmonogramu distribuce tiskových zpráv a témat do médií

2. Realizace PR strategie

- Tiskové zprávy věnující se jídlu z hmyzu, nabízeným produktům firmou SENS a novinkám ve firmě
- Rozhovory v nejvýznamnějších českých denících, ekonomických denících, life style a gastronomických médiích a také v médiích věnujících se zdravému životnímu stylu
- Tvorba a medializace témat budující pozitivní povědomí o potravinách z hmyzu, společnosti SENS a jejich produktech mezi laickou i odbornou veřejností z řad gastronomie, fitness a životního stylu
- Vytváření témat podporující povědomí o potravinách z hmyzu a jejich výhodách
- Příprava media kitu
- Přetextování webových stránek společnosti v návaznosti na PR strategii

3. Zajištění grafických prací navazující na aktivity PR

- Infografiky či doplňkové vizualizace navazující na komunikovaná témata

4. Poskytnutí odborných konzultací vedoucích k budování pozitivního vnímání společnosti

- Účast na manažerských a produktových poradách společnosti
- Pravidelné zpětné vazby na plánované produktové novinky a jejich možný dopad na vnímání společnosti u laické i odborné veřejnosti

5. Zajištění služeb krizové komunikace v případě potřeby

6. Zajištění zájmu médií o společnost a seznámení představitelů společnosti s předními českými ekonomickými a technologickými novináři

POPIS ŘEŠITELSKÉHO TÝMU

HustáKomunikejšn s.r.o.:

- [REDACTED] - tvorba strategie. Vysokoškolské vzdělání v oblasti komunikace a PR, Account Manager s více než 8 let praxí. Prošel si PR agenturou, velkou marketingovou agenturou, prací na zakázku na volné noze až k založení vlastní agentury, poskytující služby PR a online marketingu.
- [REDACTED] - komunikace s médii. Bakalářské vzdělání v oblasti marketingu a komunikace. PR manažer s více než 5 let praxí. Zkušenosti nabrala v největších českých PR agenturách, především na korporátních klientech z rychloobrátkového segmentu.

VÝSTUPY KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ



Primární cíl kampaně

Vytvořit strategii public relations pro společnost SENS, připravit a publikovat sadu tiskových zpráv, rozhovorů s klíčovými lidmi a jiné produktové informace o SENS, potravinách z hmyzu a nabízených produktech do médií se zaměřením na:

- Ekonomické tituly – E15, HN, Forbes, iHNED.cz, Penize.cz, Mesec.cz, apod.
- Lidové a tematicky laděné časopisy pro specifické segmenty společnosti (Žena a život, Marianne, Elle)
- Celorepublikové deníky (MF Dnes, Lidové noviny)
- Internetové / startupové tituly - Lupa.cz, Czechcrunch.cz, Tyinternety.cz, apod.
- Odborné a oborové tituly – Fitness magazín, apetit

Sekundární cíl kampaně:

Skrze vybudované povědomí o SENS a jejich produktech z hmyzu se zvýší jednak počet zájemců z řad veřejnosti i jednotlivých potenciálních partnerů a také se zvýší konkurenceschopnost značky.

Očekávané cíle:

- PR strategie pro firmu SENS na období 2019 – 2020
- Tvorba a distribuce minimálně 10 tiskových zpráv, rozhovorů nebo jiných článků
- Publikace minimálně 20 mediálních výstupů
- Vytvoření grafických podkladů, které firmě SENS zůstanou
- Zvýšení povědomí o společnosti
- Vyvolání zájmu o SENS a jejich produktech
- Podpora pražské firmy s potenciálním přesahem do zahraničí

Kvalitativní hodnocení bude z pravidelných schůzek s agenturou, ale také pravidelných reportů – týdenní mediamonitoring a měsíční report aktivity a výsledků. Kvalita práce bude také vnímána na základě faktu, v jakém duchu – pozitivní, neutrálním či negativním – se bude o společnosti SENS psát. Pro společnost budou také důležité názory lidí, jenž si mediálních výstupů všimnou.

HARMONOGRAM

Září 2019

Příprava PR strategie, vytvoření detailnějšího harmonogramu komunikace.

říjen 2019 – prosinec 2019

Exekutiva strategie, tvorba tiskových zpráv, setkávání s médii

POLOŽKOVÝ ROZPOČET

Název položky	Měrná jednotka	Počet jednotek	Cena za jednotku (bez DPH)	Cena celkem (bez DPH)
Září – tvorba PR strategie a vytvoření první tiskové zprávy s infografikou a její následná distribuce na média, úprava textů o společnosti SENS pro účely její prezentace	hodina	90	1500	135 000




Říjen – exekutiva PR strategie, druhá a třetí a čtvrtá tisková zpráva	hodina	75	1500	112 500
Listopad – exekutiva PR strategie, pátá, šestá a sedmá tisková zpráva	hodina	75	1500	112 500
Prosinec – exekutiva PR strategie, osmá, devátá a desátá tisková zpráva	hodina	75	1500	112 500
CENA CELKEM (bez DPH)				472 500
CENA CELKEM (včetně DPH)				571 725

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 15. března 2019


Husták Komunikační s.r.o.

IČ: 06148140 DIČ: CZ06148140

Na Slavíkově 534/27

111 01 Praha 10

Mgr. Jan Husták



PROJEKTOVÝ ZÁMĚR–PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

Název žadatele	SENS Foods CZ s.r.o.
IČ	05928991

Popis požadovaných kreativních služeb	<p>Podrobně popište požadované služby, jež budou předmětem Žádosti o poskytnutí voucheru, a očekávaný výstup (kvalitativně i kvantitativně). Jak poskytnutá služba ovlivní kvalitu výrobků / služeb firmy?</p> <p>Předmětem požadované služby bude vytvoření ucelené komunikační strategie pro firmu SENS. Společnost přináší na trh novinky jak z hlediska produktů, tak i z hlediska samotného sektoru, ve kterém podniká. Jídlo z hmyzu je zatím spíš neobvyklou položkou a pro mnohé představuje něco za hranicí normálního a akceptovatelného. Z tohoto hlediska je pro další rozvoj firmy potřeba jasně komunikovat výhody jezení hmyzu, a to nejen prostřednictvím vlastního marketingu zaměřeného na zákazníky, ale především pomocí Public Relations strategie zaměřené na média, která informace dále zprostředkují veřejnosti. Konkrétním obsahem služby bude následující:</p> <ul style="list-style-type: none">• Příprava komplexní public relations strategie (tzn. prohloubení informovanosti a vztahů s odbornou i laickou veřejností) s primárním zaměřením na plošné rozšíření povědomí o činnostech naší společnosti v České republice• Příprava media kitu• Aktualizace informací a prezentace společnosti na jejím webu (sensbar.com)• Vytvoření palety tiskových zpráv, rozhovorů a článků, které budou vyzdvihovat jednak pozitivní vlastnosti produktů ale především obecná pozitiva hmyzí bílkoviny ve srovnání s možnými alternativami• Zpracování grafických kreativ, které budou uváděny v rámci článků (vizualizace, ilustrace, infografiky)• Předávání tiskových zpráv médiím dle předem stanoveného rozvrhu• Vytvoření a udržování strategických vztahů s předními médii na cílových trzích. Toto zahrnuje oslovení, nabídku obsahu, pravidelnou komunikaci a administraci• Příprava a případné realizování krizové komunikace v případě negativního PR způsobené neočekávanou kauzou nebo mediálními atakem libovolným subjektem <p>Cílem požadované služby je zvýšení povědomí o firmě SENS, o jejích produktech a o obecných přínosech jezení hmyzího proteinu oproti jeho alternativám (zejména z výživového hlediska a z hlediska environmentální příznivosti). Cílovou skupinou je široká veřejnost, prakticky všichni s potenciálem konzumovat proteinové výrobky (valná většina populace). Dalším cílem je zvýšení povědomí a budování image firmy jako prémiové značky, která prosazuje jednak udržitelnost</p>
----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



potravín, ale zdravý přístup k výživě.

Primární cíl požadované kampaně je vytvořit PR strategii pro formu SENS Foods, připravit a publikovat sadu tiskových zpráv, rozhovorů s klíčovými lidmi, článků o produktech a výhodách jedení hmyzu se zaměřením na:

Ekonomické tituly (E15, Hospodářské noviny, Forbes, iHNED, Respekt, peníze.cz a další)

- Internetové a startupové tituly (czechcrunch.cz)
- Lidové a tematicky laděné časopisy pro specifické segmenty společnosti (Žena a život, Marianne, Elle)
- Celorepublikové deníky (MF Dnes, Lidové noviny)

Kvantitativní cíle zahrnují

- Vytvoření PR strategie pro firmu SENS na období 2019 a 2020
- Sepsání minimálně 10 tiskových zpráv, rozhovorů a jiných článků
- Publikace minimálně 20 mediálních výstupů

Druhotným cílem kampaně je zvýšení počtu zájemců a produkty firmy SENS a tím zvýšení prodejů v rámci cílového trhu.

Očekávaným dopadem poskytnuté služby na firmu by mělo být

Podklady k vytvoření dlouhodobé mediální strategie firmy na základě poznatků z této kampaně, která by měla vést k přetrvávajícímu zájmu médií o téma hmyzu a o nabídku firmy SENS

- Zvýšení povědomí o značce a upevnění její pozice jako klíčového hráče na trhu
- Zvýšení poptávky po produktech firmy
- Zvýšení povědomí o Praze jako o inovativním regionu, kde vznikají food innovations světového rozsahu
- Zvýšení inovativního potenciálu Prahy díky kumulaci inovativních firem v rámci takzvaných klastrů

Konkrétní očekávané výstupy zahrnují

- Vytvoření PR strategie pro firmu SENS na období 2019 a 2020
- Sepsání minimálně 10 tiskových zpráv, rozhovorů a jiných článků
- Vytvoření grafických podkladů, které firmě SENS zůstanou
- Publikace minimálně 20 mediálních výstupů
- Pravidelný týdenní mentoring členů firmy ohledně postupu jednání s médii a reporting postupu
- Komplexní měsíční reporting postupu a dosahování cílů
- Finální report po dokončení projektu

Kvalitativní hodnocení bude probíhat na základě pravidelných realizovaných výstupů, na základě postupu mentoringu, průběžných reportů a na základě uskutečněných schůzek s agenturou.



Rozvojový plán
žadatele

1. Strategie dalšího rozvoje podniku.

- Firma SENS nyní ustálí svou pozici na trhu v České republice po úspěšném uvedení produktu na online trhu, u desítek jednotlivých partnerů včetně velkého retail řetězce Penny Market
- SENS plánuje expandovat se svými produkty formou budování vlastní pobočky nejprve na německy hovořící trhy zemí DACH (Německo, Rakousko a Švýcarsko), dále do Velké Británie
- Vedle toho jednáme o možných partnerství s distributory, kteří mají vlastní distribuční síť v jiných než zmíněných zemích v Evropě
- V Německu nabíráme obchodní zástupce, kteří budou tvořit distribuční síť
- Postupně se v Německu vytvoří další pobočka firmy
- V Německu máme PR agentku, která bude k prodejní aktivitě vytvářet mediální obsah
- Do konce roku chce firma mít síť 500 prodejních míst v rámci České republiky
- Do konce roku chceme získat první obchody ve Spojeném království a posílit síť obchodů v Německu tak, aby jich bylo alespoň 50.

2. Hlavní ekonomická aktivita firmy.

- Hlavní ekonomická aktivita firmy spočívá v prodeji proteinových a energetických tyčinek s cvrččí moukou jak přes vlastní eshop, tak přes vlastní distribuční síť obchodů (jak kamenných tak online).
- Zároveň firma SENS je distributorem cvrččí mouky na B2B trh. Úspěšně prodávala také i jiné produkty, například chleba s cvrččí moukou.
- V současné době je značka SENS na zahraničních trzích vnímána jako nová a okrajová, především proto, že ještě nemá stálé zastoupení v síti řetězců a kamenných prodejen.
- Značka má nicméně silné postavení mezi ostatními evropskými hmyzími produkty, neboť SENS produkty vynikají jak kvalitou, chutí, tak i designem a marketingovou komunikací.
- Síla značky je patrná především na v e-commerce, kde je velmi dobře viditelná. Značka není ovšem zastoupena v kamenných prodejnách tolik, aby byla známá pro většinovou společnost – ve většině evropských zemí jsou naše produkty dostupné zejména v menších obchodech se zdravou výživou a ve fitness centrech.

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

- Projekt by měl velmi pozitivně ovlivnit konkurenceschopnost značky díky zvýšení povědomí o značce samotné, o jejích hodnotách, a především o výživové a environmentální přínosti konzumace hmyzího



	<p>proteinu oproti jeho alternativám. Toto by mělo druhotně vést k oslovení velkého množství potenciálních zákazníků na cílových trzích a tím pádem zvýšit tržby firmy.</p> <ul style="list-style-type: none">• Kampaň široké veřejnosti představí ujednocenou mediální strategii firmy včetně jejích hodnot, nabídky produktů a plánů do budoucna. Kampaň rovněž lidem přiblíží budoucnost tohoto segmentu trhu, který je momentálně pro většinu veřejnosti neznámý.• Značka SENS se díky kampani vymezí vůči konkurenci a stane se jasně zapamatovatelnou a tím i lépe rozpoznatelnou a zákaznický atraktivnější.• Dojde k posílení prestiže značky tím, že si ji zákazníci budou spojovat s mediálním obsahem a jasně komunikovanými hodnotami a plány, což posílí vnímání SENS jako silné značky, a ne jako nového start-upu.
Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele	<p>Popište stručně charakteristiku podniku, historii a současnost, současnou finanční situaci firmy, připravenost předfinancovat aktivity projektu.</p> <p>Firma SENS má za cíl učinit z hmyzu běžnou součást západní stravy. Chce toho docílit jednak vzděláváním a osvětou, dále prodejem chutných běžných potravin s příměsí cvrččí mouky. V současné době prodává energetické a proteinové tyčinky, chléb a samotnou cvrččí mouku. Firma byla krátce po svém vzniku zainvestována fondem UP21, což jí umožnilo spustit výrobu a prodej nejprve přes internetový obchod a později přes vlastní distribuční síť prodejnách partnerů.</p> <p>Firma byla krátce po svém vzniku zainvestována fondem UP21, což jí umožnilo spustit výrobu a prodej nejprve přes internetový obchod a později i přes vlastní V současné době firma čerpá poslední fázi investice z fondu UP21, díky čemuž je schopna financovat pobyt z vlastních zdrojů před jejím proplacením z Pražských voucherů. V současné době firma aktivně shání další investory, část investice už má přislíbenou na polovinu roku 2019.</p>
Řešitelský tým	<p>Popište řešitelský tým projektu – seznam členů týmu, vzdělání, praxe, popis pracovní náplně, případně nároky na vzdělávání zaměstnanců v souvislosti s realizací projektu.</p> <p>██████████ (marketingový ředitel firmy SENS) - koordinace projektu za firmu SENS. Vystudoval management na VŠE. Založil a vedl firmu Stanza. Dále spoluzaložil firmu SENS Foods CZ s.r.o. a firmu Cricket Lab, ve kterých momentálně působí na pozici marketingového ředitele. V souvislosti s tímto projektem nemá žádné nároky na další vzdělávání.</p> <p>██████████ (tvorba strategie) - vysokoškolské vzdělání v oblasti komunikace a PR. Account Manager. Více než 8 let praxe. Prošel si PR agenturou, velkou marketingovou agenturou, prací na zakázku na volné noze až k založení vlastní agentury, poskytující služby PR a online marketingu.</p>



	<p>██████████ exekutiva komunikace) - komunikace s médii. Bakalářské vzdělání v oblasti marketingu a komunikace. PR manažer s více než 5 let praxí. Zkušenosti nabrala v největších českých PR agenturách, především na korporátních klientech z rychloobrátkového segmentu.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Žadatel	
Jméno statutárního zástupce	██████████
<p>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.</p>	
V Praze dne 18.3.2019	
podpis statutárního zástupce	