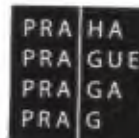




EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



PID: MHMPXPDHTBV9

Číslo smlouvy: DOT/53/03/000678/2020

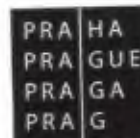
Stejnopis č. 1

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., a rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, a § 159 a násl. zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů

I.

Smluvní strany

Hlavní město Praha

se sídlem:

zastoupené:

oprávněná osoba:

IČO:

DIČ:

číslo účtu:

účet veden u:

ID datové schránky:

Mariánské nám. 2/2, 110 01 Praha 1

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

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

00064581

CZ00064581

6687982/0800

Česká spořitelna, a.s.

48ia97h

(dále jen „**Poskytovatel dotace**“)

a

EFFground s.r.o.

se sídlem:

zastoupená:

IČO:

společnost je plátcem DPH:

číslo účtu:

účet veden u:

zapsaná:

Mánesova 1643/92, 12000 Praha

07704411

ANO

286910084/0300

Československá obchodní banka, a.s.

C 305839 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 424 830,00 Kč (slovy: čtyři sta dvacet čtyři tisíc osm set třicet 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 „Komunikační kampaň soutěže EFFIE na sociálních médiích“, 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. 1584 ze dne 3. 8. 2020.
4. Příjemce prohlašuje, že ke dni podpisu této Smlouvy
 - Projekt přispívá k plnění indikátoru Výzvy „podnik, který dostává podporu pro účely uvádění nových výrobků na trh“ – ANO / NE



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

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

III.

Další práva a povinnosti Příjemce

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



- f) úprava postupu realizace aktivity, která však neovlivní její charakter, ani cíle, rozpočet a celkovou délku realizace 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 vouchery, a to na účet Příjemce uvedený v Žádosti o proplacení vouchery 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.



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 výpovědí této Smlouvy Poskytovatelem dotace.
2. Dohoda o ukončení této Smlouvy musí být písemná a musí v ní být uvedeny důvody, které vedly k ukončení této Smlouvy, včetně způsobu vzájemného vypořádání práv a povinností Smluvních stran.
3. V případě neplnění či porušení povinností vyplývajících z této Smlouvy pro Příjemce, má Poskytovatel dotace právo písemně vypovědět tuto Smlouvu. Toto právo má Poskytovatel dotace zejména, pokud ze strany Příjemce dojde k závažnému porušení této Smlouvy. Závažným porušením se rozumí zejména:
 - a) realizace Projektu v rozporu s právními předpisy, touto Smlouvou, 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 Žadosti, Žadosti o proplacení voucheru, v této Smlouvě či v jakémkoli dalším dokumentu se Smlouvou souvisejícím;
 - e) realizace spolupráce mezi Příjemcem a dodavatelem služby (resp. dodavatelem 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 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.

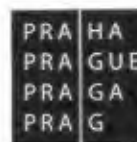
VI.

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 specifík Projektu a požadavků vzešlých na základě veřejnosprávní kontroly Projektu;
 - c) prohlašuje, že veškeré údaje a informace obsažené v Žádosti, této Smlouvě, jakož i v souvisejících přílohách a podkladech jsou správné a pravdivé.
4. Příjemce výslovně souhlasí, aby tato Smlouva byla uvedena v Centrální evidenci smluv (CES), vedené Poskytovatelem dotace, která je veřejně přístupná a která obsahuje údaje o Smluvních stranách této Smlouvy, předmětu této Smlouvy, číselném označení této Smlouvy, datu jejího podpisu a obsahuje rovněž plný text této Smlouvy. Smluvní strany výslovně prohlašují, že skutečnosti uvedené v této Smlouvě nepovažují za obchodní tajemství ve smyslu § 504 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a udělují svolení k jejich užití a zveřejnění bez stanovení jakýchkoliv dalších podmínek.
5. Příjemce nemá nárok na proplacení Dotace, pokud bude z jakýchkoliv důvodů zastaveno nebo přerušeno financování Operačního programu Praha – pól růstu ČR, v jehož rámci byly zveřejněny Výzva a 2. Výzva a schváleny Program a Projekt.
6. Smluvní strany také souhlasí s poskytnutím informací v rozsahu ustanovení zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.
7. Příjemce není oprávněn převést svá práva a závazky z této Smlouvy na jiný subjekt.
8. Tato Smlouva je sepsána ve čtyřech (4) vyhotoveních, z nichž tři (3) jsou určena pro Poskytovatele dotace a jedno (1) pro Příjemce.
9. V případě, že se některá ustanovení této Smlouvy stanou neplatnými a současně budou oddělitelná od ostatních ustanovení této Smlouvy, nezpůsobí neplatnost celé Smlouvy.



V takovém případě se Smluvní strany zavazují takové neplatné ustanovení této Smlouvy nahradit ustanovením novým, které se svým obsahem a účelem bude 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 vouchery podaná Příjemcem včetně jejích příloh

V Praze dne:

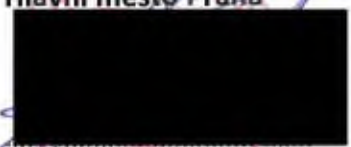
V Praze dne: *2.9.2020*


Poskytovatel dotace

Příjemce


Hlavní město Praha

EFFIground s.r.o.


Mgr. Aneta Šubrtová
projektová manažerka


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

KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ SOUTĚŽE EFFIE NA SOCIÁLNÍCH MÉDIÍCH



Identifikace žadatele a prohlášení:

1. Údaje o společnosti:

Společnost:	EFFIground s.r.o.
Zapsaná:	C 305839 vedená u soudu Městský soud v Praze
Jednající/zastoupená:	
Datum vzniku společnosti:	17. 12. 2018
IČO:	07704411

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

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

Adresa sídla:

Ulice:	Mánesova
Číslo popisné:	1643
Číslo orientační:	92
PSČ:	12000
Město:	Praha

Kontaktní údaje:

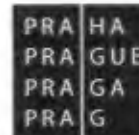
Adresa datové schránky:	xturfyg
Číslo účtu:	286910084/0300
Webová stránka:	https://effie.cz/

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

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



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



Číslo popisné:	
Číslo orientační:	
PSC:	
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):**

EFFIground, s.r.o. byla založena za účelem rozvoje mezinárodního licencovaného projektu EFFIE. EFFIE je široce strukturovaná, globální platforma pro rozvíjení efektivity komerční komunikace. V zahraničí a zejména v USA je EFFIE standardně základním měřítkem efektivity komerční komunikace jak pro komunikační agentury, tak pro zadavatele a je realizován prostřednictvím soutěže. V dvoukolovém rozhodování porota posuzuje měřitelné, prokazatelné výsledky kampaní ve vztahu k zadaným cílům a hodnotí účinnost kampaní v poměru k vynaloženým prostředkům. Společnost Effiground je na základě smlouvy s držitelem licence (AKA) provozovatelem platformy.

4. Žadatel je **plátce 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 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 (žadatel) byly přiděleny následující (dříve poskytnuté) podpory *de minimis*:

Datum poskytnutí	Poskytovatel	Částka v Kč
		0,00 Kč

Podniky⁶ propojené s žadatelem o podporu

Žadatel o podporu se považuje za propojený⁷ s jinými podniky, pokud i tyto subjekty mezi sebou mají některý z následujících vztahů:

- a) jeden subjekt vlastní více než 50 % hlasovacích práv, která náležejí akcionářům nebo společníkům, v jiném subjektu;
- b) jeden subjekt má právo jmenovat nebo odvolat více než 50 % členů správního, řídicího nebo dozorčího orgánu jiného subjektu;
- c) jeden subjekt má právo uplatňovat více než 50% vliv v jiném subjektu podle smlouvy uzavřené s daným subjektem nebo dle ustanovení v zakladatelské smlouvě nebo ve stanovách tohoto subjektu;

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

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

Obchodní jméno podniku/Jméno a příjmení	Sídlo/Adresa	IČ/Datum narození
Asociace komunikačních agentur České republiky, spolek	Mánesova 1643/92, Vinohrady, 120 00 Praha 2	
"ARA s, spol. s r.o.	"Mánesova 1643/92, Vinohrady, 120 00 Praha 2	

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.



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.prazskylvoucher.cz/terms>.

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

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

ANO

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

ANO

Popis spolupráce

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

8. **Název projektu žadatele:**

Komunikační kampaň soutěže EFFIE na sociálních médiích

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.

"Výstupy:- Ideový koncept kampaně- Facebook: vytvořeno příspěvků včetně stories 114 - LinkedIn: vytvořeno příspěvků 38 - Instagram: vytvořeno příspěvků včetně Instastories 114 - YouTube: vytvořeno příspěvků 38 "



10. Popis výchozí situace - max. 2000 znaků:

"EFFIground, s.r.o. byla založena za účelem rozvoje mezinárodního licencovaného projektu EFFIE. EFFIE je široce strukturovaná, globální platforma pro rozvíjení efektivity komerční komunikace. V zahraničí a zejména v USA je EFFIE standardně základním měřítkem efektivity komerční komunikace jak pro komunikační agentury, tak pro zadavatele a je realizován prostřednictvím soutěže. V dvoukolovém rozhodování porota posuzuje měřitelné, prokazatelné výsledky kampaní ve vztahu k zadaným cílům a hodnotí účinnost kampaní v poměru k vynaloženým prostředkům. Společnost Effiground je na základě smlouvy s držitelem licence (AKA) provozovatelem platformy. Zatímco v zahraničí a zejména v USA je EFFIE standardně základním měřítkem efektivity komerční komunikace jak pro komunikační agentury, tak pro zadavatele, v tuzemských podmínkách je využívána nesymetricky ve prospěch agentur. AKA se proto rozhodla vyčlenit projekt EFFIE do samostatné společnosti EFFIground, s.r.o. tak, aby tento klíčový projekt transparentně ekonomicky fungoval, nebyl rozměňován dalšími činnostmi asociace a umožnil větší míru účasti a participace zadavatelů a oborových sdružení. Největší výzvou je zvýšit povědomí a prestiž soutěže u zadavatelské obce. AKA uzavřela s EFFIground smlouvu a dlouhodobé spolupráci. Cílem společnosti je zvýšit znalost a využívání platformy Effie ze strany obchodních a výrobních subjektů jakožto nástroje pro posouzení kvality a efektivity komunikační kampaně. "

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

Obsah služby:	Komunikační kampaň na sociálních sítích
Název dodavatele:	Allmedia4U s.r.o.
IČ:	27621081
DIČ:	CZ27621081
Sídlo společnosti:	Přístavní 1187/49, Holešovice, 170 00 Praha 7
Plátce DPH:	ANO
Statutární orgán:	
Kontaktní osoba:	
Telefon/mobil:	
E-mail:	...dia4u.cz
Webová stránka:	
Bankovní spojení:	

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



"Obsahem projektu je spolupráce s dodavatelem Allmedia4U s.r.o. vytvoření ideového záměru a příprava komunikační kampaně pro soutěž EFFIE prostřednictvím sociálních sítí, a to v období bezprostředně předcházejícím a bezprostředně následujícím před a po vyhlášení cen EFFIE (listopad 2019) a to po dobu 6 kalendářních měsíců. Smyslem služby je uvést soutěž EFFIE do povědomí široké veřejnosti a dosáhnout tak vyššího impaktu projektu prostřednictvím sociálních sítí. Projekt bude koordinován interními zaměstnanci, kteří zajistí dohled na plynulým průběhem realizace projektu a realizaci jednotlivých aktivit realizovaných dodavatelem kreativních služeb. Dodavatel v rámci projektu zajistí:- vytvoření ideového konceptu kampaně- vytvoření profilu na Facebooku a přípravu 114 textových či grafických příspěvků (včetně stories) - vytvoření profilu na LinkedIn a přípravu 38 textových či grafických příspěvků- vytvoření profilu na Instagramu a přípravu 114 textových či grafických příspěvků včetně Instastories - přípravu 38 příspěvků na YouTube - vyhodnocení kampaně na sociálních sítích

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

"Potřeba realizace vyplývá ze záměru společnosti zvýšit znalost a využívání platformy Effie ze strany obchodních a výrobních subjektů. Realizace projektu významně pomůže ke zviditelnění platformy Effie, jak mezi subjekty, které se účastní soutěže Effie (komunikační agentury) tak i mezi subjekty, které platformu Effie mohou využít k posouzení kvality a efektivity práce jednotlivých komunikačních agentur a tudíž i při výběru vhodné komunikační agentury při své propagaci. Vyšší zájem soutěžících zvýší konkurenci a tudíž i kvality vybraných projektů a stane se tudíž i lepším nástrojem pro výběr vhodné komunikační agentury ze strany obchodních a výrobních subjektů. Což v konečném důsledku povede ke zvýšení prostředků plynoucích z organizace soutěže a umožní generovat prostředky pro další rozvoj platformy Effie. Důvodem pro zajištění přípravy komunikační kampaně na sociálních sítích prostřednictvím externího dodavatele, je skutečnost, že společnost Effieground je tvořena týmem 3 lidí, kteří jsou plně vytíženi přípravou a organizací soutěže. Nemají volnou kapacitu pro zajištění výše popsaných aktivit, a proto musí být kreativní služby zajištěny ve spolupráci s externím dodavatelem. "

14. Popis realizačního týmu - max. 2000 znaků:

"Realizační tým projektu byl sestaven již při přípravě projektového záměru a jeho členové se podíleli, jak na definování cílů projektového záměru, tak na definici konkrétních činností vedoucích k jejich dosažení. Členové týmu disponují potřebnými odbornými i profesními zkušenostmi. Tým je složen z následujících členů: Projektový manažer - ██████████
██████████Vzdělání: Fakulta žurnalistiky Univerzity KarlovyPraxe: Od ledna 2016 výkonný ředitel AKA (Asociace komunikačních agentur), předseda profesního sdružení odborníků PR Klub ČR (vytvoření soutěže Zlatý středník v oblasti firemní publikace), působil jako manažer komunikace ve společnostech Philip Morris, Citibank, ČEZ a Plzeňský Prazdroj. Finanční manažer - ██████████Vzdělání: středoškolské s maturitou - Obchodní akademie Hovorčovská, ukončeno v roce 1992Praxe: 4 roky zaměstnán jako účetní, od roku 1996 živnostník v oboru účetnictvíKoordinátor odborné části projektu - ██████████Vzdělání: Filozofická fakulta Univerzity KarlovyPraxe: 4 roky ve výzkumné agentuře, MEDIAN s.r.o., ředitel výzkumného projektu MML-TGI, account director, 10 let v mediální agentuře



Universal McCann/Initiative Media, ředitel oddělení výzkumu & insights, 4 roky v Asociaci mediálních agentur, výkonný ředitel Pedagogická činnost na FSV UK, VŠFS, VŠKK. Člen odborných komisí Asociace televizních organizací, Unie vydavatelů atd. "

15. Vyberte režim podpory:

De minimis (85 %)

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

Celková cena projektu	499 800,00 Kč
Procentní sazba dotace (vyberte)	85 %
Výše dotace (celková cena projektu x procentní sazba dotace)	424 830,00 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: 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: Mánesova 1643/92, Vínohrady, 120 00 Praha 2

Digitálně

Datum:
2019.03.18
01:14:34
+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

Komunikační kampaň soutěže EFFIE na sociálních médiích



NABÍDKA POSKYTNUTÍ SLUŽEB

ŽADATEL O POSKYTNUTÍ VOUCHERU	
Název žadatele	EFFIground s.r.o.
IČO / DIČ	07704411/CZ07704411
Plátce DPH	<input checked="" type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE
Sídlo žadatele	Mánesova 1643/92, Vinohrady, 120 00 Praha 2
Statutární zástupce žadatele	

DODAVATEL SLUŽBY	
Název dodavatele / jméno, příjmení fyz. os.	Allmedia4U s.r.o.
IČO / DIČ	27621081/CZ27621081
Plátce DPH	<input checked="" type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE
Sídlo dodavatele / fyz. os.	Přístavní 1187/49, Holešovice, 170 00 Praha 7
Statutární zástupce dodavatele	
Zpracovatel nabídky (jméno, telefon, email)	
Kontaktní osoba (jméno, telefon, email)	

POPIS NABÍZENÝCH SLUŽEB – PŘEDMĚT
<p>Komunikace soutěže EFFIE prostřednictvím sociálních médií Obsahem spolupráce je vytvoření ideového záměru a příprava komunikační kampaně pro soutěž EFFIE prostřednictvím sociálních sítí.</p> <p>1. Cíl komunikace</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Primární: Oslovit cílové skupiny a informovat je, že komunikační kampaně jsou investicí a ne nákladem. Reason to Believe: Konkrétní ukázky kampaní s vysokou ROI a návratností investice.▪ Sekundární: Upevnit a dále rozšiřovat vnímání soutěže Effie jakožto nejdůležitější české soutěže hodnocící marketingové kampaně. Effie je zárukou objektivního posouzení přínosu komunikačních projektů a i zúčastnit se soutěže je prestižní. <p>2. Cílové skupiny</p>



- **Primární:** Decision makers (CEO's, CFO's, marketingoví ředitelé a vedoucí oddělení, kteří rozhodují o realizaci a alokaci rozpočtů do marketingu).
- **Sekundární:** Střední marketingový management, který sice rozpočty neschvaluje, ale působí na decision makery poradním hlasem či fungují jako „gate keepers“.
- **Terciální:** Členové AKA.

3. Jakým způsobem dosáhneme cílů u cílových skupin

Charakteristika komunikace na sociálních sítích

- Komunikace musí být aktivní a aktivizační. Jednosměrná komunikace, kterou uživatel jen pasivně konzumuje, není dostatečná.
- Jednotlivá sdělení musí být přesně cílená.
- Forma komunikace musí být moderní s „cool faktorem“. Cílovou skupinu musíme oslovit opakovaně prostřednictvím více platforem.
- Sdělení nesmí být suché a výhradně faktické. Musí mít i jistý sentiment a musí vyvolávat emoce.

Typy komunikace

- **Edukačně-osvětová**

Jednoduchou audio-vizuální formou ilustrovat rostoucí důležitost efektivního moderního marketingu v současném světě.

Ukázat na konkrétních příkladech z ČR a světa, jaké formy může kampaň mít. Chceme ukázat průřez od virálně-kreativních kampaní až po chytré kampaně využívající tradiční nástroje a témata a podívat se u nich i na efektivitu. Cílem je inspirovat cílové skupiny. Takto oslovíme ty, kteří se (i) nebojí „divokých“ nápadů a kteří (ii) se raději drží při zemi a spoléhají na osvědčené metody.

Ukázat konkrétní příklady kampaní, které reprezentují jednotlivé segmenty a přístupy (virální vs. tradiční) a jejich dopad. Využít kontaktů na straně firem k mluvenému slovu. Cílem je dodat sdělení větší kredibilitu.

Vytvořit dataset kampaní, kde se bude porovnávat investice a ROI s fokusem na dlouhodobou návratnost.

- **Best practices**

Ukázat konkrétní příklady kampaní, které reprezentují jednotlivé segmenty a přístupy (virální vs. tradiční) a jejich dopad. Využít kontaktů na straně firem k mluvenému slovu. Cílem je dodat sdělení větší kredibilitu.

Vytvořit dataset kampaní, kde se bude porovnávat investice a ROI s fokusem na dlouhodobou návratnost.

- **Projektová V2**

Zapojení členů AKA, klientů a samotné AKA do komplexního a koherentního průzkumu, který bude mapovat postoje a názory týkající se moderního marketingu. Budou se porovnávat výsledky kampaní z pohledu agentur a trhu (klientů).

Výsledky projektu jsou ideální pro vytvoření interaktivního obsahu na sociálních sítích. Je zde také mimořádně velký přesah do PR.



▪ **Aktivizační**

Spuštění mikrokampaně při příležitosti „call for entries“ soutěž Effies. Tato fáze má primární cílové skupině (TG) ukázat, že do soutěže se hlásí ti nejlepší a jedná se o prestižní záležitost. Sekundární TG má ukázat, že ocenění Effie je zásadní výhodou při ucházení se o zakázku. Klienti vnímají ocenění jako „známku kvality“.

▪ **Soutěž samotná**

Komunikace probíhající soutěž včetně všech jejích milestones. Využití názorů odborníků na současné a budoucí trendy. Cílem je vytvořit napětí ohledně průběhu a samozřejmě výsledků. Vytvořit video-teaser kampaň, která bude budit emoce a soustředit pozornost na slavnostní večer.

▪ **Vyhodnocovací**

Komunikace výsledků z hlediska kreativity, přínosu pro klienta či dopadu na společnost. Zapojení veřejnosti (cílových skupin) do diskuze týkající se letošního ročníku.

4. Komunikační platformy

K dosažení cílů využijeme tyto platformy, u kterých bude mít obsah následující formy.

▪ **Facebook**

- Videorozhovory (Pravidelný seriál (budou se střídát TOP čeští i zahraniční odborníci)
- Živé vysílání
- Dynamické infografiky
- Cinemagraphy
- Carousely
- Slideshows
- Facebook Stories
- Videoukázky kampaní
- Aktivizační soutěže na principu anket
- Microinfluencing (využití členů AKA k tvorbě obsahu)

▪ **Instagram**

- Živá vysílání (s obousměrnou komunikací)
- Instastories
- Carousely
- Kompozice
- Microinfluencing

▪ **LinkedIn**

- Autorské příspěvky
- Institucionální příspěvky
- Video
- Microinfluencing (zapojení členů AKA do šíření obsahu)

▪ **YouTube**



Další nástroj komunikaci již existujících videí. Díky YouTube je snazší šíření videoobsahu prostřednictvím třetích osob.

V rámci spolupráce:

- Vytvoříme ideový koncept kampaně
- Vytvoříme profil na Facebooku a připravíme 114 textových či grafických příspěvků (včetně stories)
- Vytvoříme profil na LinkedIn a připravíme 38 textových či grafických příspěvků
- Vytvoříme profil na Instagramu a připravíme 114 textových či grafických příspěvků včetně Instastories
- Připravíme 38 příspěvků na YouTube
- Provedeme vyhodnocení kampaně

POPIS ŘEŠITELSKÉHO TÝMU

Supervize: [REDAKCE], **role: strategické poradenství.**

Zkušenosti: přes 20 let zkušeností na straně novináře, agentury i klienta (Ogilvy a Dark Side).
Ředitel komunikace a marketingu, Account Director, tiskový mluvčí, poradce, editor, redaktor, šéfredaktor, držitel několika českých a zahraničních PR ocenění.

Account manažer: [REDAKCE] **role: řízení projektu.**

Zkušenosti: 7 let zkušeností v oblasti PR a 4 roky zkušeností v řízení social media projektů.
Certifikovaný odborník na social media komunikaci na platformách: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.
Certifikovaný odborník Asociace PR agentur. Držitel ceny za PR u klienta ALO diamonds.
V současné době zodpovídá za kombinovanou PR a Social media komunikaci u klientů GLS Czech republic, BMW Motorrad, Daikin Plzeň, Expobank CZ.

Online Specialist: [REDAKCE] **role: vytváření obsahu**

Zkušenosti: Správa firemních stránek na Facebooku, Instagramu, LinkedIn a Twitter a tvorba kampaní v Business Manageru a Campaign Manageru. Účast na odborných kurzech marketingu na sociálních sítích. Tvorba obsahu pro sociální sítě klientů GLS Czech republic, BMW Motorrad, Daikin Plzeň, Expobank CZ.

Tým bude dále obsahovat 2x interní grafiky a interního fotografa.

VÝSTUPY KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ



Výstupy:

- Ideový koncept kampaně
- *Facebook*: vytvořeno příspěvků včetně stories 114
- *LinkedIn*: vytvořeno příspěvků 38
- *Instagram*: vytvořeno příspěvků včetně Instastories 114
- *YouTube*: vytvořeno příspěvků 38

Harmonogram 2019						
	07	08	09	10	11	12
Ideový koncept kampaně	X					
Vytvoření profilu na Facebooku a příprava příspěvků	X	X	X	X	X	X
Vytvoření profilu na LinkedInu a příprava příspěvků	X	X	X	X	X	X
Vytvoření profilu na Instagramu a příprava příspěvků	X	X	X	X	X	X
Vytvoření profilu na Youtube a příprava příspěvků	X	X	X	X	X	X
Vyhodnocení kampaně						X

POLOŽKOVÝ ROZPOČET				
Název položky	Měrná jednotka	Počet jednotek	Cena za jednotku	Cena celkem
Ideový koncept kampaně	hodina	14	850 Kč	11 900 Kč
Vytvoření profilu na Facebooku a příprava příspěvků	hodina	154	850 Kč	130 900 Kč
Vytvoření profilu na LinkedInu a příprava příspěvků	hodina	76	850 Kč	64 600 Kč
Vytvoření profilu na Instagramu a příprava příspěvků	hodina	154	850 Kč	130 900 Kč
Vytvoření profilu na Youtube a příprava příspěvků	hodina	190	850 Kč	161 500 Kč
Vyhodnocení kampaně	hodina	0	850 Kč	0
CENA CELKEM (bez DPH)				499 800 Kč
CENA CELKEM (včetně DPH)*				604 758 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 26. 2. 2019



.....
podpis dodavatele služby – stat. zástupce / fyz. os.



PROJEKTOVÝ ZÁMĚR–PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

(Musí obsahovat všechny náležitosti dle tohoto vzoru. Uvádějte konkrétní, stručné a srozumitelné informace.)

Název žadatele	EFFIground s.r.o.
IČ	07704411

Popis požadovaných kreativních služeb	<p>Popis požadovaných služeb</p> <p>Obsahem projektu je spolupráce s dodavatelem Allmedia4U s.r.o. vytvoření ideového záměru a příprava komunikační kampaně pro soutěž EFFIE prostřednictvím sociálních sítí, a to v období bezprostředně předcházejícím a bezprostředně následujícím před a po vyhlášení cen EFFIE (listopad 2019) a to po dobu 6 kalendářních měsíců. Smyslem služby je uvést soutěž EFFIE do povědomí široké veřejnosti a dosáhnout tak vyššího impaktu projektu prostřednictvím sociálních sítí.</p> <p>Projekt bude koordinován interními zaměstnanci, kteří zajistí dohled na plynulým průběhem realizace projektu a realizaci jednotlivých aktivit realizovaných dodavatelem kreativních služeb.</p> <p>Dodavatel v rámci projektu zajistí:</p> <ul style="list-style-type: none">- vytvoření ideového koncept kampaně- vytvoření profilu na Facebooku a přípravu 114 textových či grafických příspěvků (včetně stories)- vytvoření profilu na LinkedIn a přípravu 38 textových či grafických příspěvků- vytvoření profilu na Instagramu a přípravu 114 textových či grafických příspěvků včetně Instastories- přípravu 38 příspěvků na YouTube- vyhodnocení kampaně na sociálních sítích <p>Cíl komunikace</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Primární: Oslovit cílové skupiny a informovat je, že komunikační kampaně jsou investicí a ne nákladem. Reason to Believe: Konkrétní ukázky kampaní s vysokou ROI a návratností investice.▪ Sekundární: Upevnit a dále rozšiřovat vnímání soutěže Effie jakožto nejdůležitější české soutěže hodnotící marketingové kampaně. Effie je zárukou objektivního posouzení přínosu komunikačních projektů a i zúčastnit se soutěže je prestižní. <p>Cílové skupiny</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Primární: Decision makers (CEO's, CFO's, marketingoví ředitelé a vedoucí oddělení, kteří rozhodují o realizaci a alokaci rozpočtů do
--	---



marketingu).

- **Sekundární:** Střední marketingový management, který sice rozpočty neschvaluje, ale působí na decision makery poradním hlasem či fungují jako „gate keepers“.
- **Terciální:** Členové AKA.

Očekávaný výstup

Kvalitativní výstupy:

- závěrečná zpráva obsahující vyhodnocení kampaně na sociálních sítích

Kvantitativní výstupy:

- Ideový koncept kampaně
- *Facebook*: vytvořeno příspěvků včetně stories 114
- *LinkedIn*: vytvořeno příspěvků 38
- *Instagram*: vytvořeno příspěvků včetně Instastories 114
- *YouTube*: vytvořeno příspěvků 38

Jak poskytnutá služba ovlivní kvalitu výrobků / služeb firmy

Realizace projektu významně pomůže ke zviditelnění platformy Effie, jak mezi subjekty, které se účastní soutěže Effie (komunikační agentury) tak i mezi subjekty, které platformu Effie mohou využít k posouzení kvality a efektivity práce jednotlivých komunikačních agentur a tudíž i při výběru vhodné komunikační agentury při své propagaci. Vyšší zájem soutěžících zvýší konkurenci a tudíž i kvalitu vybraných projektů a stane se tudíž i lepším nástrojem pro výběr vhodné komunikační agentury ze strany obchodních a výrobních subjektů. Což v konečném důsledku povede ke zvýšení prostředků plynoucích z organizace soutěže a umožní generovat prostředky pro další rozvoj platformy Effie a fungování společnosti EFFground.



**Rozvojový plán
žadatele**

Strategie dalšího rozvoje

EFFIground, s.r.o. byla založena za účelem rozvoje mezinárodního licencovaného projektu EFFIE. EFFIE je široce strukturovaná, globální platforma pro rozvíjení efektivity komerční komunikace. V České republice existuje už 21 let a její národní licenci drží profesní organizace AKA (Asociace komunikačních agentur).

V souvislosti s digitalizací oboru, důrazem na data a jejich ověřování a na celkovou efektivitu komunikačních aktivit dochází k zásadní proměně celého oboru komunikace. Na to v mezinárodním měřítku navazují změny a rozvoj platformy EFFIE, které zatím národní podoba projektu dostatečně nereflektovala. Zásadním problémem je malá znalost a využívání platformy ze strany obchodních a výrobních subjektů. Zatímco v zahraničí a zejména v USA je EFFIE standardně základním měřítkem efektivity komerční komunikace jak pro komunikační agentury, tak pro zadavatele, v tuzemských podmínkách je využívána nesymetricky ve prospěch agentur. AKA se proto rozhodla vyčlenit projekt EFFIE do samostatné společnosti EFFIground, s.r.o. tak, aby tento klíčový projekt transparentně ekonomicky fungoval, nebyl rozměňován dalšími činnostmi asociace a umožnil větší míru účasti a participace zadavatelů a oborových sdružení. Největší výzvou je zvýšit povědomí a prestiž u zadavatelské obce. AKA uzavřela s EFFIground smlouvu o dlouhodobé spolupráci.

Vize společnosti

Vizí společnosti je stát se do tří let klíčovým nástrojem při měření efektivity komerční komunikace a při výběru komunikačních agentur pro subjekty z oblasti obchodu i výroby na českém trhu.

Společnost si stanovila následující strategické cíle:

Krátkodobé cíle společnosti (2019 – 2020)

- zmapovat znalost a vnímání projektu českými subjekty,
- nalézt vhodné komunikační kanály k oslovení ekonomických subjektů,
- vytvořit novou strukturu ekonomiky celého projektu, která umožní generovat prostředky pro další progresivní rozvoj platformy a soutěže
- nastartovat dlouhodobě udržitelné a rostoucí ekonomické výkony,
- vytvořit argumentaci, mediální obraz a nastavit základní kanály na relevantních sociálních sítích,
- zajistit prezentaci výsledků soutěže zajímavou formou tak, aby byla zajímavá i pro další sdílení na sociálních sítích, v médiích a tisku a vedla k budování povědomí o soutěži Effie v rámci široké



veřejnosti

Dlouhodobé cíle společnosti (do roku 2025)

- rozšíření nabídky poskytovaných služeb v souvislosti se soutěží Effie a důraz na jejich inovaci
- udržení a rozvoj kvalitního manažerského týmu

Aktivitty vedoucí k naplňování cílů:

- kvalitní prezentace společnosti v médiích a tisku
- vytváření nových marketingových opatření na zlepšení propagace společnosti
- cílené oslovení cílové skupiny – využití sociálních sítí
- zlepšení prezentace společnosti při pořádaných akcích (vyhlášení výsledků soutěže Effie)
- rozvoj a vzdělávání zaměstnanců

Hlavní ekonomická akitvita

Společnost EFFIground je organizátorem soutěže o nejefektivnější reklamu a provozovatelem platformy www.effie.cz. V dvoukolovém rozhodování porota posuzuje měřitelné, prokazatelné výsledky kampaní ve vztahu k zadaným cílům a hodnotí účinnost kampaní v poměru k vynaloženým prostředkům. Kreativita, k níž se přihlíží ve druhém kole hodnocení, je zde chápána v širším slova smyslu: jako inspirativnost strategického řešení a nápaditost komunikačního mixu i jako účelnost a cílevědomost, s nimiž ztvárnění kampaně slouží zvolené strategii.

EFFIE překračuje hranice reklamy a tradičních médií, protože moderní marketing kombinuje různé komunikační disciplíny a využívá nová média. Podle mezinárodního průzkumu reklamy (GWA) je Effie nejprestižnější soutěží v oblasti komerčních komunikací. Koná se ve více jak třiceti vyspělých zemích světa a má i dva nadnárodní formáty: Euro Effie, evropskou soutěž o nejefektivnější kampaň, kde podmínkou účasti je úspěšné využití alespoň ve dvou zemích starého kontinentu, a Gopal Effie, kde je podmínkou využití aspoň v šesti zemích světa.

V České republice byl uspořádán první ročník v roce 1997, kdy AKA získala licenci od americké společnosti AMA N.Y. V prvním ročníku soutěžilo 23 kampaní.

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

Prostřednictvím připravené komunikační kampaně na sociálních sítích plánujeme zvýšit povědomí o soutěži Effie a platformě www.effie.cz, na které jsou prezentovány komunikační kampaně přihlášené do soutěže a hodnocena jejich efektivita. Realizace projektu významně pomůže ke



	<p>zviditelnění platformy Effie, jak mezi subjekty, které se účastní soutěže Effie (komunikační agentury) tak i mezi subjekty, které platformu Effie mohou využít k posouzení kvality a efektivity práce jednotlivých komunikačních agentur a tudíž i při výběru vhodné komunikační agentury při své propagaci. Vyšší zájem soutěžících zvýší konkurenci a tudíž i kvalitu vybraných projektů a stane se tudíž i lepším nástrojem pro výběr vhodné komunikační agentury ze strany obchodních a výrobních subjektů. Což v konečném důsledku povede ke zvýšení prostředků plynoucích z organizace soutěže a umožní generovat prostředky pro další rozvoj platformy Effie, rozvoj společnosti a tudíž i zvýšení konkurenceschopnosti.</p>
<p>Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele</p>	<p>Charakteristika podniku, historie a současnost, současnou finanční situace firmy a připravenost předfinancovat aktivity projektu</p> <p>Společnost Effiground je nově založená společnost, která vznikla za účelem rozvoje mezinárodního licencovaného projektu EFFIE. Asociace komunikačních agentur (AKA) organizovala soutěž EFFIE již od roku 1997, kdy získala licenci od americké společnosti AMA N.Y.</p> <p>V souvislosti s digitalizací oboru, důrazem na data a jejich ověřování a na celkovou efektivitu komunikačních aktivit dochází k zásadní proměně celého oboru komunikace. Na to v mezinárodním měřítku navazují změny a rozvoj platformy EFFIE, které zatím národní podoba projektu dostatečně nereflektovala. Zásadním problémem je malá znalost a využívání platformy ze strany obchodních a výrobních subjektů. Zatímco v zahraničí a zejména v USA je EFFIE standardně základním měřítkem efektivity komerční komunikace jak pro komunikační agentury, tak pro zadavatele, v tuzemských podmínkách je využívána nesymetricky ve prospěch agentur. V roce 2018 se tedy AKA rozhodla vyčlenit projekt EFFIE do samostatné společnosti Effiground, s.r.o. tak, aby tento klíčový projekt transparentně ekonomicky fungoval, nebyl rozměňován dalšími činnostmi asociace a umožnil větší míru účasti a participace zadavatelů a oborových sdružení. Největší výzvou je zvýšit povědomí a prestiž u zadavatelské obce. AKA uzavřela s Effiground smlouvu o dlouhodobé spolupráci.</p> <p>Společnost Effiground generuje své příjmy z následující činnosti:</p> <ul style="list-style-type: none">- poplatky za přihlášky do soutěže Effie při limitním počtu 150 přihlášek- poplatky za dodatečné přihlášky do speciálních oborových kategorií- příjmy ze vstupného oborových eventů- příjmy od komerčních partnerů Effie



	<p>Společnost Effiground má zajištěny vlastní prostředky na předfinancování a spolufinancování projektu.</p>
Řešitelský tým	<p>Řešitelský tým projektu</p> <p>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. Realizace projektu neklade zvýšené požadavky na vzdělávání zaměstnanců:</p> <p>Tým je složen z následujících interních zaměstnanců:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Projektový manažer – [REDACTED] Vzdělání: Fakulta žurnalistiky Univerzity Karlovy Praxe: Od ledna 2016 výkonný ředitel AKA (Asociace komunikačních agentur), předseda profesního sdružení odborníků PR Klub ČR (vytvoření soutěže Zlatý středník v oblasti firemní publikace), působil jako manažer komunikace ve společnostech Philip Morris, Citibank, ČEZ a Plzeňský Prazdroj. Popis pracovní náplně: koordinace řešitelského týmu, rozdělení kompetencí mezi členy týmu, komunikace s dodavatelem, kontrola plnění finančního a časového plánu projektu, komunikace s poskytovatelem.▪ Finanční manažer – [REDACTED] Vzdělání: středoškolské s maturitou - Obchodní akademie Hovorčovská, ukončeno v roce 1992 Praxe: 4 roky zaměstnán jako účetní, od roku 1996 živnostník v oboru účetnictví Popis pracovní náplně: dohled na dodržování finančního a časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik, zajištění potřebné administrace podkladů pro řízení projektu a informování poskytovatele dotace.▪ Koordinátor odborné části projektu – [REDACTED] Vzdělání: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy Praxe: 4 roky ve výzkumné agentuře, MEDIAN s.r.o., ředitel výzkumného projektu MML-TGI, account director, 10 let v mediální agentuře Universal McCann/Initiative Media, ředitel



oddělení výzkumu & insights, 4 roky v Asociaci mediálních agentur, výkonný ředitel. Pedagogická činnost na FSV UK, VŠFS, VŠKK. Člen odborných komisí Asociace televizních organizací, Unie vydavatelů atd.

Popis pracovní náplně: supervize dodavatelských řešení, poradenství a konzultace v oblasti marketingu a obchodu, řízení dodavatelských vztahů.

Členové týmu dodavatele:

- Supervize: [REDACTED] role: strategické poradenství.
Zkušenosti: přes 20 let zkušeností na straně novináře, agentury i klienta (Ogilvy a Dark Side). Ředitel komunikace a marketingu, Account Director, tiskový mluvčí, poradce, editor, redaktor, šéfredaktor, držitel několika českých a zahraničních PR ocenění.
- Account manažer: [REDACTED] role: řízení projektu.
Zkušenosti: 7 let zkušeností v oblasti PR a 4 roky zkušeností v řízení social media projektů. Certifikovaný odborník na social media komunikaci na platformách: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.
Certifikovaný odborník Asociace PR agentur. Držitel ceny za PR u klienta ALO diamonds.
V současné době zodpovídá za kombinovanou PR a Social media komunikaci u klientů GLS Czech republic, BMW Motorrad, Daikin Plzeň, Expobank CZ.
- Online Specialist: [REDACTED] role: vytváření a správa obsahu
Zkušenosti: Správa firemních stránek na Facebooku, Instagramu, LinkedIn a Twitter a tvorba kampaní v Business Manageru a Campaign Manageru. Účast na odborných kurzech marketingu na sociálních sítích. Tvorba obsahu pro sociální sítě klientů GLS Czech republic, BMW Motorrad, Daikin Plzeň, Expobank CZ.
- Tým bude dále obsahovat 2x interní grafiky a interního fotografa.

Žadatel

Jméno statutárního zástupce [REDACTED]

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

.....
podpis statutárního zástupce