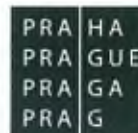




EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Praha – pól růstu ČR



PID: **MHMPXPDHTEIH**

Číslo smlouvy: **DOT/53/03/000773/2020**

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

FB Decoration s.r.o.

se sídlem:

Za kovárnu 422/17, 111 01 Praha 10

zastoupená:

IČO:

07480237

společnost je plátcem DPH:

ANO

číslo účtu:

5516181319/0800

účet veden u:

Česká spořitelna, a.s.

zapsaná:

C 301722 vedená u soudu Městský soud v Praze

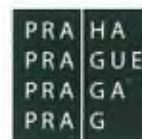
(dále jen „Příjemce“)

(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“).



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



II.

Předmět této Smlouvy

1. Za podmínek stanovených touto Smlouvou poskytne Poskytovatel dotace Příjemci částku ve výši odpovídající skutečně vzniklým, odůvodněným a prokázaným způsobilým výdajům, maximálně však do výše 420 920,00 Kč (slovy: čtyři sta dvacet tisíc devět set dvacet 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.prazskyvoucher.cz/> (dále jen „**Aplikace**“). Podpisem této Smlouvy Příjemce stvrzuje, že je mu obsah Manuálu a Všeobecných podmínek znám, vzal je na vědomí a zavazuje se povinnosti v nich stanovené dodržovat. Ve vztahu k Příjemci je Dotace poskytována na individualizovaný projekt s názvem „Branding a PR“, popsáný v Žádosti o poskytnutí voucheru (dále jen „**Žádost**“), která tvoří přílohu č. 1 této Smlouvy a její nedílnou součástí (dále jen „**Projekt**“). Program je realizován v rámci Výzvy č. 11 – Vznik a rozvoj kapacit poskytujících progresivní služby pro podnikatele, spolufinancovaný z Operačního programu Praha – pól růstu ČR (dále jen „**Výzva**“).
2. Dotace je poskytována v režimu de minimis ve smyslu Nařízení Komise (ES) č. 1407/2013 ze dne 18. prosince 2013, o použití článků 107 a 108 Smlouvy o fungování EU na podporu de minimis, vyhlášeném v Úředním věstníku EU dne 24. 12. 2013.
3. V souladu s ustanovením zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů, tímto Poskytovatel dotace potvrzuje, že uzavření této Smlouvy bylo schváleno usnesením Rady hl. města Prahy č. 1888 ze dne 31. 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 proplacení vouchery (Dotace). Za nepodstatné změny se považuje:
 - a) změna kontaktní osoby Projektu (včetně změny kontaktních údajů) či adresy pro doručení písemností;
 - b) změna v osobách vykonávajících funkci statutárního orgánu Příjemce;
 - c) změna adresy realizace; touto změnou však musí být zachováno místo dopadu realizace Projektu na území hl. m. Prahy;
 - d) změna sídla či provozovny Příjemce, pokud nové sídlo či provozovna budou umístěny na území hl. m. Prahy;
 - e) změna harmonogramu realizace Projektu, která neovlivní cíle, výstupy Projektu, rozpočet Projektu a celkovou délku realizace Projektu;



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

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

4. Příjemce má právo na poskytnutí Dotace po ukončení Projektů (ex-post) na základě řádně vyplněné Žádosti o proplacení voucheru, a to na účet Příjemce uvedený v Žádosti o proplacení voucheru a této Smlouvě, který musí být bankovním účtem vedeným u tuzemského poskytovatele platebních služeb a zveřejněným způsobem umožňujícím dálkový přístup dle § 96 odst. 2 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Příjemce nemá právo na poskytnutí Dotace, pokud nebyly dodrženy všechny podmínky stanovené právními předpisy, touto Smlouvou včetně Žádosti či Manuálem a Všeobecnými podmínkami.
5. Příjemce je povinen uveřejnit povinnou publicitu Projektů dle podmínek uvedených v Manuálu. Poskytovatel dotace souhlasí s publikací svého loga a dalších grafických prvků pro prokázání publicity dle požadavků Manuálu.
6. Příjemce je povinen řádně uchovávat originál této Smlouvy, veškeré originály účetních dokladů a originály dalších dokumentů souvisejících s realizací Projektů po dobu 10 let počínaje prvním dnem roku následujícího po roce, kdy mu byla uhrazena Dotace dle čl. IV této Smlouvy.
7. Příjemce je povinen spolupracovat s Poskytovatelem dotace nebo jím určeným subjektem při vyhodnocování efektů a úspěšnosti Projektů, např. účastí na dotazníkovém šetření nebo evaluačním interview, poskytnutím informací o další spolupráci, a to po dobu 5 let od proplacení Dotace, přičemž Poskytovatel dotace nebo jím určený subjekt může uplatnit tento požadavek nejvýše jednou ročně.



8. Příjemce podpisem této Smlouvy čestně prohlašuje, že případná získaná Dotace nebude použita na krytí stejných způsobilých nákladů Projektu financovaného zcela nebo zčásti z jiných veřejných dotačních titulů. Další podmínky způsobilosti, resp. nezpůsobilosti výdajů jsou uvedeny v Manuálu.
9. Příjemce je též povinen dodržovat závazné termíny stanovené v Manuálu, a to zejména termíny předkládání zpráv, povinných dokumentů a je povinen plnit další povinnosti uvedené v Manuálu.
10. Příjemce je povinen podat Poskytovateli dotace Žádost o proplacení vouchery prostřednictvím Aplikace bez vad nejpozději v den ukončení doby realizace Projektu. Jestliže Žádost o proplacení vouchery byla podána včas, zůstává tato lhůta zachována i v případě postupu podle čl. IV. odst. 1 této Smlouvy. Veškerá čestná prohlášení učiněná Příjemcem v průběhu spolupráce s Poskytovatelem dotace, počínaje podáním Žádostí, se považují za opětovně učiněná Příjemcem při podání Žádosti o proplacení vouchery. V případě, že by taková čestná prohlášení byla v době předložení Žádosti o proplacení vouchery nepravdivá, nesprávná či neúplná, považuje se neoznámení změn, resp. neuvedení správných a pravdivých prohlášení, za podstatné porušení této Smlouvy, jež opravňuje Poskytovatele dotace v souladu s ustanovením článku V. této Smlouvy Smlouvu vypovědět.
11. Příjemce je povinen ve lhůtě do devadesáti (90) dnů od podpisu této Smlouvy uzavřít smlouvy či objednávky s vybranými dodavateli služeb, a to v písemné formě, v souladu s čl. 4.2. Manuálu. Obsah spolupráce musí být realizován vždy až po účinnosti příslušné smlouvy nebo objednávky.

IV.

Povinnosti Poskytovatele dotace

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



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

V.

Ukončení Smlouvy a navrácení Dotace

1. Vztah založený touto Smlouvou lze ukončit na základě písemné dohody obou Smluvních stran nebo výpovědí této Smlouvy Poskytovatelem dotace.
2. Dohoda o ukončení této Smlouvy musí být písemná a musí v ní být uvedeny důvody, které vedly k ukončení této Smlouvy, včetně způsobu vzájemného vypořádání práv a povinností Smluvních stran.
3. V případě neplnění či porušení povinností vyplývajících z této Smlouvy pro Příjemce, má Poskytovatel dotace právo písemně vypovědět tuto Smlouvu. Toto právo má Poskytovatel dotace zejména, pokud ze strany Příjemce dojde k závažnému porušení této Smlouvy. Závažným porušením se rozumí zejména:
 - a) realizace Projektu v rozporu s právními předpisy, touto Smlouvou, Žádostí, Manuálem a Všeobecnými podmínkami;
 - b) použití Dotace (případně její části) v rozporu s účelem, který je stanoven touto Smlouvou;
 - c) neumožnění provedení kontroly Poskytovatelem dotace dle čl. II. odst. 5 této Smlouvy;
 - d) uvedení nepravdivých, nesprávných či neúplných údajů Příjemcem v Žádosti, Žádosti o proplacení voucheru, v této Smlouvě či v jakémkoli dalším dokumentu se Smlouvou souvisejícím;
 - e) realizace spolupráce mezi Příjemcem a dodavatelem služby (resp. 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.



4. Písemnou výpověď této Smlouvy Poskytovatelem dotace zaniká nárok na proplacení Dotace. V případě, že k proplacení Dotace došlo již před doručením výpovědi Příjemci, je Příjemce povinen provést vyúčtování Dotace a vrátit na bankovní účet Poskytovatele dotace uvedený v záhlaví této Smlouvy dosud poskytnuté peněžní prostředky bez zbytečného odkladu, nejpozději však do třiceti (30) dnů od uplynutí výpovědní lhůty. Výpovědní lhůta činí sedm (7) dní ode dne doručení výpovědi Příjemci. Pokud Příjemce ve stanovené lhůtě poskytnutou Dotaci nevrátí, považují se finanční prostředky z Dotace za zadržené ve smyslu zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon č. 250/2000 Sb.“).
5. V případě, že Příjemce poruší jakoukoli povinnost stanovenou mu v souvislosti s realizací Projektu právními předpisy, touto Smlouvou a dokumenty v ní uvedenými, nebo se jeho prohlášení uvedená v Žádosti, Žádosti o proplacení 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.



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 vouchery podaná Příjemcem včetně jejích příloh

V Praze dne: 7.10.2020

Poskytovatel dotace

Hlavní město Praha

Mgr. Aneta Šubrtová
projektová manažerka

V Praze dne: 7.10.2020

Příjemce

FB Decoration s.r.o.

Jméno jednatele/zastupující osoby



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

Jitka
Zárubová



Digitálně podepsal
Jitka Zárubová
Datum: 2020.07.14
13:18:29 +02'00'

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

BRANDING A PR



Identifikace žadatele a prohlášení:

1. Údaje o společnosti:

Společnost:	FB Decoration s.r.o.
Zapsaná:	C 301722 vedená u soudu Městský soud v Praze
Jednající/zastoupená:	
Datum vzniku společnosti:	20. 9. 2018
IČO:	07480237

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

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

Adresa sídla:

Ulice:	Za kovárnou
Číslo popisné:	422
Číslo orientační:	17
PSC:	11101
Město:	Praha

Kontaktní údaje:

Adresa datové schránky:	xhgj72z
Číslo účtu:	5516181319/0800
Webová stránka:	

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):

Společnost FB Decoration s.r.o. je pražská firma zabývající se prodejem a pronájmem umělých květin a dekorací. Zaměřuje se na celkový, realizaci interiérů, které následně udržuje. Do interiérů dodává umělé květiny a dekorace. Svoji nabídku směřuje k obchodním centrům, hotelům a korporacím, stejně jako k nejrůznějším eventům a v neposlední řadě k individuálním zákazníkům. Významným segmentem jsou zákazníci, kteří vyžadují pravidelnou automatizovanou správu portfolia jejich obchodních partnerů, rodiny, známých apod.

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

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.



- n) statutární orgán Žadatele či jeho člen a osoby v pracovním či obdobném poměru k Žadateli nejsou zároveň v pracovním či obdobném poměru či nejsou členem žádného orgánu dodavatelů služeb. V opačném případě je to důvodem pro vyloučení Žádosti o poskytnutí vouchery z výběrového procesu,
- o) dotace nesmí být použita na krytí stejných způsobilých nákladů projektu financovaného zcela nebo zčásti z jiných veřejných prostředků,
- p) podpora se musí týkat přímo ekonomické činnosti Žadatele,
- q) předložená Žádost o poskytnutí vouchery je v souladu s Regionální inovační strategií hl. m. Prahy⁵,
- r) podniku (žadateli) byly přiděleny následující (dříve poskytnuté) podpory *de minimis*:

Datum poskytnutí	Poskytovatel	Částka v Kč
		0,00 Kč

Podniky⁶ propojené s žadatelem o podporu

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

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

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



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

Žadatel prohlašuje, že jako účetní období používá:

Kalendářní rok.

Začátek:

Konec:

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

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

⁸ Viz § 61 zákona č. 125/2008 Sb.



Obchodní jméno podniku	Sídlo	IČ

Výše uvedené změny spočívající ve spojení či nabytí podniků:

Žadatel ve vztahu k režimu *de minimis*:

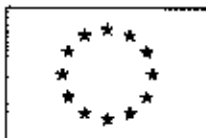
- potvrzuje, že výše uvedené údaje jsou přesné a pravdivé a jsou poskytovány dobrovolně;
- se zavazuje k tomu, že v případě změny předmětných údajů v průběhu administrativního procesu poskytnutí podpory *de minimis* bude neprodleně informovat poskytovatele dané podpory o změnách, které u něj nastaly.

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

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

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

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



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

ANO

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

ANO

Popis spolupráce

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

8. Název projektu žadatele:

Branding a PR

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.

Branding

- o logo a CI manuál
- o definici užití loga (konstrukce, ochranný prostor, minimální rozměry, příklady povoleného a chybného užití loga vč. užití značky v textu, ve slovní podobě, umístování na síti apod.)
- o barevnost loga
- o typografie (základní písmo společnosti, principy sazby)
- o merkantilní tiskoviny (vizitky, hlavičkový papír, obálka, razítka)
- o elektronická komunikace (grafika záhlaví pro e-mailové zprávy, podpis e-mailové zprávy)
- o klíčový vizuál
- o zpráva z focus group
- o adaptace klíčového vizuálu do angličtiny



- o aplikace pro offline nástroje (print, brožura, infografika a board)
 - o aplikace pro online nástroje
- PR kampaň
- o zpráva o analýze PR aktivit konkurence
 - o ideový koncept – ppt prezentace
 - o implementační plán pilotního PR projektu – xls tabulka
 - o PR materiály zhotovené pro pilotní PR projekt v délce 3 měsíce
 - o závěrečná zpráva z pilotního projektu PR

10. Popis výchozí situace - max. 2000 znaků:

Společnost FB Decoration s.r.o. je pražská firma zabývající se prodejem a pronájmem umělých květin a dekorací. Zaměřuje se na celkový, realizaci interiérů, které následně udržuje. Do interiérů dodává umělé květiny a dekorace. Svoji nabídku směřuje k obchodním centrům, hotelům a korporacím, stejně jako k nejrůznějším eventům a v neposlední řadě k individuálním zákazníkům. Významným segmentem jsou zákazníci, kteří vyžadují pravidelnou automatizovanou správu portfolia jejich obchodních partnerů, rodiny, známých apod. Společnost dosud nemá vytvořený branding a nerealizovala dosud žádná marketingová opatření na podporu prodeje. Vzhledem k tomu, že management společnosti nemá dostatek odborných ani časových kapacit k nastartování marketingových aktivit, je pro ně Pražský voucher na kreativní služby vítanou možností, jak získat profesionálně vytvořený branding a know how k PR komunikaci, což jsou marketingové nástroje nezbytné k rychlejšímu rozvoji podnikatelského záměru.

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

Obsah služby:	Branding a PR
Název dodavatele:	REMMARK, a.s.
IČ:	25652869
DIČ:	CZ25652869
Sídlo společnosti:	Křemencova 178, 110 00 Praha 1
Plátce DPH:	ano
Statutární orgán:	
Kontaktní osoba:	
Telefon/mobil:	
E-mail:	
Webová stránka:	
Bankovní spojení:	



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

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

- o Branding (logo, manuálu korporátní vizuální identity, klíčový vizuál, aplikace klíčového vizuálu do media typů a formátů)
- o Vytvoření PR kampaně (analýza současných PR výstupů konkurence, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní PR kampaň)

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

Vzhledem k tomu, že jednatel ani zaměstnanci nemají dostatek odborných ani časových kapacit k nastartování marketingových aktivit, je pro ně Pražský voucher na kreativní služby vítanou možností, jak získat profesionálně zpracované logo, manuál vizuální identity, klíčový vizuál komunikace a vyzkoušet si spolupráci v oblasti public relations.

14. Popis realizačního týmu - max. 2000 znaků:

Předmětem projektu je vytvoření uceleného obsahu marketingových aktivit za účelem oslovení skupiny cílových zákazníků. Jedná se o následující aktivity:

- Branding
- PR

Na realizaci projektu se budou podílet členové realizačního týmu, který je podrobně popsán v Projektovém záměru a je složen z interních zaměstnanců žadatele a z řešitelského týmu dodavatele – společnosti REMMARK, a.s. Společnost zajistí komplexní dodávku výše popsaných služeb. Interní zaměstnanci zajistí kontrolu a dohled nad realizací projektu.

15. Vyberte režim podpory:

De minimis (85 %)

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

Celková cena projektu	495 200,00 Kč
Procentní sazba dotace (vyberte)	85 %
Výše dotace (celková cena projektu x procentní sazba dotace)	420 920,00 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



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



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: Praha



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

pro: **FB Decoration s.r.o.**

téma: **Branding a PR**



NABÍDKA POSKYTNUTÍ SLUŽEB

ŽADATEL O POSKYTNUTÍ VOUCHERU	
Název žadatele	FB Decoration s.r.o.
IČO / DIČ	07480237 / CZ 07480237
Plátce DPH	<input checked="" type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE
Sídlo žadatele	
Statutární zástupce žadatele	Za kovárnou 422/17, Dolní Měcholupy, 111 01 Praha 10

DODAVATEL SLUŽBY	
Název dodavatele / jméno, příjmení fyz. os.	REMMARK, a.s.
IČO / DIČ	25652869 / CZ25652869
Plátce DPH	<input checked="" type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE
Sídlo dodavatele / fyz. os.	Praha 1, Křemencova 178, PSČ 11000
Statutární zástupce dodavatele	
Zpracovatel nabídky (jméno, telefon, email)	
Kontaktní osoba (jméno, telefon, email)	



POPIS NABÍZENÝCH SLUŽEB - PŘEDMĚT

Společnost FB Decoration s.r.o. je pražská firma zabývající se prodejem a pronájmem umělých květin a dekorací. Zaměřuje se na celkový, realizaci interiérů, které následně udržuje. Do interiérů dodává umělé květiny a dekorace. Svoji nabídku směřuje k obchodním centrům, hotelům a korporacím, stejně jako k nejrůznějším eventům a v neposlední řadě k individuálním zákazníkům. Významným segmentem jsou zákazníci, kteří vyžadují pravidelnou automatizovanou správu portfolia jejich obchodních partnerů, rodiny, známých apod.

Vzhledem k tomu, že jednatel ani zaměstnanci nemají dostatek odborných ani časových kapacit k nastartování marketingových aktivit, je pro ně Pražský voucher na kreativní služby vítanou možností, jak získat profesionálně zpracované logo, manuál vizuální identity, klíčový vizuál komunikace a vyzkoušet si spolupráci v oblasti public relations.

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

- Branding (logo, manuál korporátní vizuální identity, klíčový vizuál, aplikace klíčového vizuálu do media typů a formátů)
- Vytvoření PR kampaně (analýza současných PR výstupů konkurence, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní PR kampaň)

Branding

Logo

Základem kvalitně zpracovaného loga je podrobná analýza společnosti z hlediska jejího zaměření, cílové skupiny klientů a sdělení, které chce společnost prezentovat. Na základě uvedených poznatků navrhne vhodné logo. Logotyp, graficky znázorněný název společnosti/služby/produktu, bude obsahovat charakteristický řez (font) písma, výtvarně upravený, aby se tak odlišil od konkurence a mohl být předmětem copyrightu. V logu se bude odrážet charakter značky, kterou bude prezentovat. Důsledně používaný logotyp ve spojení s dalšími propagačními prvky se stane důležitou součástí propagačního stylu firmy. Ten bude zpracovaný v rámci CI manuálu.

Průběh prací:

- konzultace s klientem, vytvoření cca 3 grafických návrhů
- výběr vhodné typografie a symbolu loga, korektury barevnosti a symbolů
- dokončení vybraného návrhu do finálního stavu
- vytvoření barevné varianty / černobílé varianty

export a výstupní formát loga do formátu - ai, pdf, eps, png, jpg, gif

Manuál vizuální identity (CI manuál)

shrnuje a popisuje použití jednotlivých firemních prvků a jejich aplikaci v praxi. Základem jednotné vizuální identity je definice barevnosti a grafického motivu, který se promítá do všech firemních a reklamních částí firemní komunikace. Správné používání loga a korporátní vizuální identity je důležitým předpokladem jednotného působení společnosti na zákazníky i zaměstnance a pomáhá vytvářet profesionální image a důvěryhodnost služeb i produktů. Cílem je:

- snadná identifikace společnosti a jejich produktů
- zajištění jednotné interní komunikace i prezentace vůči cílovým skupinám
- nástroj (závazná norma) pro management a marketing, jehož dodržování může být snadno požadováno a kontrolováno

Obsahem CI manuálu budou pravidla pro práci s logem (logo manuál), definice základních firemních barev, firemní písmo, vzory firemních tiskovin, dokumentů a materiálů vč. pravidel a zásad, ale také pravidla pro značení firemních prostor, vozidel, reklamních předmětů atd. CI manuál bude zpracován v jednom jazyce (čeština nebo angličtina).

Průběh prací

- vytvoření grafických návrhů (vizitka, dopisní papír, obálka, obaly, leták, inzerce)
- popis tvorby firemních tiskovin a aplikování grafiky
- pravidla pro užívání korporátní vizuální identity
- definice barevnosti CMYK, Pantone, RGB
- popis e-mailové zprávy včetně html
- vzor pro označení reklamních předmětů, návrh potisku CD-ROM, Flash USB
- korektury grafických návrhů a dokončení do finálního stavu
- export a předání tiskových dat



Klíčový vizuál

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

Aplikace klíčového vizuálu pro různá užití

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

Offline – leták, inzerce, brožura, board

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

Příprava PR kampaně

Situační analýza – provedeme monitoring online i offline médií za účelem identifikace konkurence, jejich aktivit a vyznění komunikace.

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

Pilotní PR projekt

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

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

Public relations služby jsou omezeny kapacitou nabídky 180 h, tj. průměrně 60 h./měsíc a netýkají se správy sociálních sítí, přípravy textů pro webové stránky, nákupu inzerce, pořádání vlastních akcí a zajišťování tiskových konferencí.

POPIS ŘEŠITELSKÉHO TÝMU

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



VÝSTUPY KVALITATIVNÍ A KVANTITATIVNÍ

Branding

- logo a CI manuál (v elektronickém formátu pdf, v rozsahu min. 15 stran)
 - definici užití loga (konstrukce, ochranný prostor, minimální rozměry, příklady povoleného a chybného užití loga vč. užití značky v textu, ve slovní podobě, umístování na síti apod.)
 - barevnost loga (specifikace barev ve škále CMYK, RGB, jednobarevná varianta, černobílá varianta, negativní podoba, použití na podkladové ploše, příklady povoleného/chybného užití)
 - typografie (základní písmo společnosti, principy sazby)
 - merkantilní tiskoviny (vizitky, hlavičkový papír, obálka, razítko)
 - elektronická komunikace (grafika záhlaví pro e-mailové zprávy, podpis e-mailové zprávy)
- klíčový vizuál (CZ ver, adaptace do angličtiny a aplikace do 12 formátů)
 - klíčový vizuál
 - zpráva z focus group
 - adaptace klíčového vizuálu do angličtiny
 - aplikace pro offline nástroje (print, brožura, infografika a board)
 - aplikace pro online nástroje (RCT, MB, WS, BS, IC, HB, VB, SS)

PR kampaň

- zpráva o analýze PR aktivit konkurence
- ideový koncept – ppt prezentace
- implementační plán pilotního PR projektu – xls tabulka
- PR materiály zhotovené pro pilotní PR projekt v délce 3 měsíce
- závěrečná zpráva z pilotního projektu PR

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

Předběžný harmonogram: 1.7.2019 -31.12.2019

Harmonogram						
	1. měsíc	2.měsíc	3.měsíc	4. měsíc	5. měsíc	6. měsíc
Branding						
Logo a CI manuál (min. 15 stran)	X					
Klíčový vizuál komunikace		X				
Focus Group (kvalitativní ověření loga a klíčového vizuálu na cílové skupině)		X				
Aplikace klíčového vizuálu do formátů		X				
Adaptace do jednoho cizího jazyka		X				
PR kampaň						
Analýza PR aktivit konkurenčního prostředí a definice cílů PR komunikace		X				
Vytvoření ideového konceptu		X				
Příprava pilotního PR projektu			X	X	X	
Dokumentace projektu						
Závěrečná zpráva a administrace						X



Položkový rozpočet				
Název položky	Měrná jednotka	Počet jednotek	Cena za jednotku (bez DPH)	Cena celkem (bez DPH)
Branding				
Logo	ks	1	45 000 Kč	45 000 Kč
CI manuál (min. 15 stran)	hodina	60	1 200 Kč	72 000 Kč
Klíčový vizuál komunikace	hodina	35	1 200 Kč	42 000 Kč
Focus Group (kvalitativní průzkum ověření loga a klíčového vizuálu na cílové skupině)	ks	1	35 000 Kč	35 000 Kč
Aplikace klíčového vizuálu do formátů (formáty 12 ks viz popis)	ks	12	2 000 Kč	24 000 Kč
Adaptace do cizího jazyka (AJ)	ks	1	12 000 Kč	12 000 Kč
PR kampaň				
Analýza PR konkurenčního prostředí, definice cílů PR kampaně	hodina	16	1 200 Kč	19 200 Kč
Vytvoření ideového konceptu a implementačního plánu pilotního PR	ks	1	30 000 Kč	30 000 Kč
Pilotní public relations projekt (3 měsíce x průměrně 60h/měsíc)	hodina	180	1 200 Kč	216 000 Kč
CENA CELKEM (bez DPH)			495 200 Kč	
CENA CELKEM (včetně DPH)			599 192 Kč	

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

Nabídka je povinnou přílohou Žádosti o poskytnutí vouchera. 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 15.03.2019

.....
podpis statutárního zástupce dodavatele služby



PROJEKTOVÝ ZÁMĚR – PRAŽSKÝ VOUCHER NA KREATIVNÍ SLUŽBY

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

Název žadatele	FB Decoration s.r.o.
IČ	07480237

Popis požadovaných kreativních služeb	<p><i>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?</i></p> <p>Předmětem nabídky je vytvoření uceleného obsahu marketingových aktivit za účelem oslovení široké skupiny cílových zákazníků. Jedná se o následující aktivity:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Branding (logo, manuálu korporátní vizuální identity, klíčový vizuál, aplikace klíčového vizuálu do media typů a formátů)○ Vytvoření PR kampaně (analýza současných PR výstupů konkurence, vytvoření ideového konceptu kampaně, pilotní PR kampaň) <p>Branding</p> <p>Logo</p> <p>Základem kvalitně zpracovaného loga je podrobná analýza společnosti z hlediska jejího zaměření, cílové skupiny klientů a sdělení, které chce společnost prezentovat. Na základě uvedených poznatků navrhne vhodné logo. Logotyp, graficky znázorněný název společnosti/služby/produktu, bude obsahovat charakteristický řez (font) písma, výtvarně upravený, aby se tak odlišil od konkurence a mohl být předmětem copyrightu. V logu se bude odrážet charakter značky, kterou bude prezentovat. Důsledně používaný logotyp ve spojení s dalšími propagačními prvky se stane důležitou součástí propagačního stylu firmy. Ten bude zpracovaný v rámci CI manuálu.</p> <p>Průběh prací:</p> <ul style="list-style-type: none">○ konzultace s klientem, vytvoření cca 3 grafických návrhů○ výběr vhodné typografie a symbolu loga, korektury barevnosti a symbolů○ dokončení vybraného návrhu do finálního stavu○ vytvoření barevné varianty / černobílé varianty <p>export a výstupní formát loga do formátu - ai, pdf, eps, png, jpg, gif</p> <p>Manuál vizuální identity (CI manuál)</p> <p>shrnuje a popisuje použití jednotlivých firemních prvků a jejich aplikací v praxi.</p>
--	---



Základem jednotné vizuální identity je definice barevnosti a grafického motivu, který se promítá do všech firemních a reklamních částí firemní komunikace. Správné používání loga a korporátní vizuální identity je důležitým předpokladem jednotného působení společnosti na zákazníky i zaměstnance a pomáhá vytvářet profesionální image a důvěryhodnost služeb i produktů. Cílem je:

- o snadná identifikace společnosti a jejich produktů
- o zajištění jednotné interní komunikace i prezentace vůči cílovým skupinám
- o nástroj (závazná norma) pro management a marketing, jehož dodržování může být snadno požadováno a kontrolováno

Obsahem CI manuálu budou pravidla pro práci s logem (logo manuál), definice základních firemních barev, firemní písmo, vzory firemních tiskovin, dokumentů a materiálů vč. pravidel a zásad, ale také pravidla pro značení firemních prostor, vozidel, reklamních předmětů atd. CI manuál bude zpracován v jednom jazyce (čeština nebo angličtina).

Průběh prací

- o vytvoření grafických návrhů (vizitka, dopisní papír, obálka, obaly, leták, inzerce)
- o popis tvorby firemních tiskovin a aplikování grafiky
- o pravidla pro užívání korporátní vizuální identity
- o definice barevnosti CMYK, Pantone, RGB
- o popis e-mailové zprávy včetně html
- o vzor pro označení reklamních předmětů, návrh potisku CD-ROM, Flash USB
- o korektury grafických návrhů a dokončení do finálního stavu
- o export a předání tiskových dat

Klíčový vizuál

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

Aplikace klíčového vizuálu pro různá užití

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

Offline – leták, inzerce, brožura, board

Online – rectangle (RCT, 300x250px), megaboard (MB, 900x210px), wide square (WS, 480x300px), big square (BS, 300x300px), icon (IC, 88x31px), vertical banner



(VB, 120x300px), skyscraper (SS, 120x600px), half banner (HB, 234x60px)

Příprava PR kampaně

Situační analýza – provedeme monitoring online i offline médií za účelem identifikace konkurence, jejich aktivit a vyznění komunikace.

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

Pilotní PR projekt

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

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

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

public relations budou patřit

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

Public relations služby jsou omezeny kapacitou nabídky 180 h, tj. průměrně 60 h./měsíc

a netýkají se správy sociálních sítí, přípravy textů pro webové stránky, nákupu inzerce, pořádání vlastních akcí a zajišťování tiskových konferencí.

Očekávaný výstup:

Branding

- o logo a CI manuál (v elektronickém formátu pdf, v rozsahu min. 15 stran)
 - o definici užití loga (konstrukce, ochranný prostor, minimální rozměry, příklady povoleného a chybného užití loga vč. užití značky v textu, ve slovní podobě, umístování na síti apod.)
 - o barevnost loga (specifikace barev ve škále CMYK, RGB, jednobarevná varianta, černobílá varianta, negativní podoba, použití na podkladové ploše, příklady povoleného/chybného užití)
 - o typografie (základní písmo společnosti, principy sazby)
 - o merkantilní tiskoviny (vizitky, hlavičkový papír, obálka, razítko)
 - o elektronická komunikace (grafika záhlaví pro e-mailové zprávy, podpis e-mailové zprávy)
- o klíčový vizuál (CZ ver, adaptace do angličtiny a aplikace do 12 formátů)
 - o klíčový vizuál



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

PR kampaň

- zpráva o analýze PR aktivit konkurence
- ideový koncept – ppt prezentace
- implementační plán pilotního PR projektu – xls tabulka
- PR materiály zhotovené pro pilotní PR projekt v délce 3 měsíce
- závěrečná zpráva z pilotního projektu PR

Jak poskytnutá služba ovlivní kvalitu výrobků / služeb firmy?

Vytvořením uceleného brandingů a komunikačního konceptu je nezbytným předpokladem pro další úspěšné etablování společnosti na trhu v oblasti provozování. Vytvoření brandingů a kvalitní PR komunikace společnosti je klíčovým faktorem pro rozjezd hlavních ekonomických aktivit společnosti. Připravená kampaň na sociálních sítích umožní profesionální prezentaci cílovým skupinám, kterým efektivní a názornou formou představí produkty či služby poskytované společností. Cílové skupiny pak získají ucelený přehled o produktech a službách

Díky brandingů a PR umožní úspěšné představení služeb a produktů společnosti originálním a osobitým způsobem s přesným zaměřením na cílovou skupinu. Profesionální a jedinečné zavedení společnosti na trh a představení celkového konceptu projektu je nezbytným předpokladem pro úspěšný další rozvoj společnosti a vytvoření jedinečného obrazu o společnosti v podvědomí cílových skupin. Koncept současně napomůže k naplnění jednotlivých stanovených strategických cílů společnosti.

Kvalitně graficky zpracovaná prezentace umožní vytvořit odpovídající image společnosti, které bude reflektovat vysokou kvalitu nabízených aktivit projektu a současně důvěryhodnost a smysluplnost celkové vize a zázemí společnosti. Výsledky těchto aktivit budou využívány při další prezentaci a komunikaci společnosti s veřejností.



**Rozvojový plán
žadatele**

1. *Strategie dalšího rozvoje podniku.*
2. *Hlavní ekonomická aktivita firmy.*
3. *Jaký bude vliv a přínos poskytnutých služeb na další rozvoj a konkurenceschopnost firmy?*

Strategie dalšího rozvoje podniku

Společnost FB Decoration s.r.o. je pražská firma zabývající se prodejem a pronájmem umělých květín a dekorací. Zaměřuje se na celkový, realizaci interiérů, které následně udržuje. Do interiérů dodává umělé květiny a dekorace. Svoji nabídku směřuje k obchodním centrům, hotelům a korporacím, stejně jako k nejrůznějším eventům a v neposlední řadě k individuálním zákazníkům.

Cíle společnosti

Společnost si na období let 2019–2020 stanovila následující strategické cíle:

Krátkodobé cíle společnosti

- Vytvoření brandingu společnosti
- Kvalitní PR komunikace
- Vytvořit korporátní identitu společnosti
- Zahájit prezentaci společnosti na trhu
- Získat minimálně 50 nových zákazníků (ČR) – termín 12/2020
- Rozšířit poskytované služby a jejich kvalitu

Dlouhodobé cíle společnosti

- rozšíření nabídky poskytovaných služeb a důraz na jejich inovaci
- zajištění péče o zákazníky na nejvyšší úrovni – okamžitá reakce na potřeby zákazníků
- udržení kvalitního manažerského týmu

Aktivita vedoucí k naplňování cílů:

- rozvoj a vzdělávání zaměstnanců
- vytvoření brandingu a profesionální vizuální prezentace společnosti
- vytváření nových marketingových opatření na zlepšení propagace společnosti na trhu
- cílené oslovení zákazníků – prostřednictvím PR kampaně a kampaně na sociálních sítích
- rozvoj poskytovaných služeb

Projekt je plně v souladu se strategií společnosti a pomáhá k jejímu naplňování.

Hlavní ekonomická aktivita firmy

Hlavní ekonomickou aktivitou firmy je prodej a pronájem umělých květín a dekorací.

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

Jaký bude vliv a přínos poskytnutých služeb na další rozvoj a



konkurenceschopnost firmy?

Pro další rozvoj jednotlivých projektů společnosti je nezbytné, aby společnost měla vytvořenu profesionálně zpracovanou prezentaci, která cílovým skupinám bude schopna přenést hlavní sdělení a vizi projektu, jenž bude lehce identifikovatelná v oblasti sociálních sítí a komunit. Vedení společnosti vyhodnotilo, že pro úspěch uvedeného projektu aktivit je nezbytná práce profesionálních kreativních služeb, tak aby nabízené služby, aktivit a jednotlivé projekty byly pro potenciální členy projektu především:

- důvěryhodné
- lehce zapamatovatelné
- jednoznačně identifikovatelné
- ve společnosti pozitivně vnímané

Vytvoření brandingů a zahájení PR komunikace je klíčovým faktorem pro rozjezd hlavních ekonomických aktivit společnosti. Připravená kampaň umožní profesionální prezentaci cílovým skupinám, kterým efektivní a názornou formou představí produkty či služby poskytované společností. Cílové skupiny pak získají ucelený přehled o produktech a službách.

Uvedený rozsah kreativních služeb byl definován na základě specifik jednotlivých cílových skupin a velikosti trhu a potenciálu daného trhu. Společnost si definovala nutné strategické body v oblasti své prezentace a prezentace svých služeb, z kterého vyplývají zejména nutné kroky v oblasti kvalitně a originálně zpracované prezentace firmy, podpořené kampaní na sociálních sítích. Z tohoto důvodu chce žadatel uskutečnit předkládaný projekt, jehož prostřednictvím dosáhne vytvoření originálního a lehce zapamatovatelného profilu společnosti, což společnosti umožní snadné a originální představení nabízených aktivit.

Společnost v rámci připravovaného projektu využije specializovaných kreativních služeb, které pomohou k jejímu rozvoji, a tím dosažení výše stanovených cílů společnosti.

Podpora společností žadatele získaná v rámci předkládaného projektu využívá profesionálních kreativců s cílem zlepšení služeb společnosti.

Očekáváme následující přínosy realizovaného projektu:

- Získání pozice na trhu v ČR – realizace projektu umožní cíleně a vhodnou formou oslovit nové zákazníky a prezentovat jim výhody využití služeb společnosti
- Rozvoj obchodních aktivit společnosti – realizace projektu umožní oslovit nové zákazníky, přesvědčit je o kvalitě nabízených služeb a získání vyšší počtu nových zakázek
- Zvýšení objemu tržeb v důsledku vyššího počtu realizovaných zakázek
- Zvýšení konkurenceschopnosti – vzhledem k profesionální prezentaci a cílenému oslovení zákazníků bude moci společnost akcentovat přednosti svých služeb a umožní jí to vymezit se vůči konkurenčním



	<p>společnostem</p> <ul style="list-style-type: none">- Zvýšení profesionality vlastních zaměstnanců prostřednictvím spolupráce s profesionály v oboru kreativních služeb
Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele	<p><i>Popište stručně charakteristiku podniku, historii a současnost, současnou finanční situaci firmy, připravenost předfinancovat aktivitu projektu.</i></p> <p>Stručná charakteristika firmy</p> <p>Společnost FB Decoration s.r.o. je pražská firma zabývající se prodejem a pronájmem umělých květin a dekorací. Zaměřuje se na celkový, realizaci interiérů, které následně udržuje. Do interiérů dodává umělé květiny a dekorace. Svoji nabídku směřuje k obchodním centrům, hotelům a korporacím, stejně jako k nejrůznějším eventům a v neposlední řadě k individuálním zákazníkům. Významným segmentem jsou zákazníci, kteří vyžadují pravidelnou automatizovanou správu portfolia jejich obchodních partnerů, rodiny, známých apod.</p> <p>Společnost je velmi mladá, své aktivity financuje z vlastního kapitálu a cílem této podpory je interakce s odborníky, se kterými by se díky omezenému rozpočtu jinak nedostala do kontaktu. Účelem je vytvoření komplexního souboru marketingových nástrojů a aktivit, ale také díky odborným radám vytvořit dlouhodobou strategickou cestu, díky které se bude společnost dlouhodobě rozvíjet.</p> <p>Finanční situace společnosti (předfinancování aktivity)</p> <p>Společnost ve svém rozpočtu vyčlenila potřebné finanční prostředky, jak na spolufinancování, tak na předfinancování připravovaného projektu.</p>
Řešitelský tým	<p><i>Popište řešitelský tým projektu – seznam členů týmu, vzdělání, praxe, popis pracovní náplně, případně nároky na vzdělávání zaměstnanců v souvislosti s realizací projektu.</i></p> <p>Realizační tým projektu byl sestaven již při přípravě projektového záměru a jeho</p>



členové se podíleli, jak na definování cílů projektového záměru, tak na definici konkrétních činností vedoucích k jejich dosažení. Členové týmu disponují potřebnými odbornými i profesními zkušenostmi. Tým je složen ze dvou interních členů na pozicích – projektový a finanční manažer a z řešitelského týmu dodavatele kreativních služeb.

Projektový a finanční manažer [REDACTED]

Náplň práce: koordinace řešitelského týmu, rozdělení kompetencí mezi členy týmu, komunikace s dodavatelem, dohled nad dodržování časového harmonogramu, řešení krizových situací, řízení rizik, zajištění potřebné administrace podkladů pro řízení projektu a informování poskytovatele dotace.

Odborný garant: [REDACTED]

Náplň práce: odborný dohled nad dodavatelem služeb, komunikace s dodavatelem

Členové realizačního týmu dodavatele jsou popsáni v nabídce dodavatele.

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 17.3.2019

Digitálně podepsal [REDACTED]

Datum: 2019.03.18
02:06:30 +01'00'

.....
podpis statutárního zástupce



