

VZDĚLÁVACÍ CENTRUM PRAŽSKÉHO VOUCHERU



Jak na KREATIVNÍ VOUCHER

1. Úvod do vouchery

1.1. Výklad pojmů

1. KREATIVNÍ VOUCHER je v doslovném „překladu“ TVOŘIVÁ POUKÁZKA.

Přesnější by bylo označení POUKÁZKA NA KREATIVNÍ SLUŽBY (podobně jako POUKÁZKA NA NÁKUPY).

U nákupní poukázky (vouchery) ovšem také nikdo nepochybuje o jejím účelu, tak proč ne KREATIVNÍ VOUCHER.

Nic sice nevytvoří, ale zaplatí za nás těm, u nichž si TVORBU objednáme.

KREATIVNÍ SLUŽBY jsou TVOŘIVÉ služby. Nejde o obchod, pře prodej ap. Něco chceme a dodavatel to pro nás má VYMYSLET a VYTVOŘIT.

- Z obecného hlediska nám může dodat kreativní službu i vynálezce nového trakaře, odlévač trpaslíků na zahrádku, designér jachty či architekt příbytku.

- Z hlediska PRAŽSKÉHO VOUCHERU jde o kreativní služby spjaté s reklamou, propagací, zviditelňováním a popularizací firmy a jejích produktů. S KOMUNIKACÍ FIRMY se spotřebiteli.

Poznámka: Většina reklamních agentur se přejmenovala na KOMUNIKAČNÍ, protože se s rozvojem digitálního světa začal pojem „reklamní“ jevit jako příliš úzký. Nelze do něj tak úplně zařadit např. „spontánní“ diskuze o produktu na sociálních sítích, marketingové nástroje ovlivňování podvědomí spotřebitelů a další finty.)

Příklady:

- Za DODAVATELE KREATIVNÍCH SLUŽEB nelze například považovat tiskárnu, které předáte tiskové podklady k letáku - a ona je jen šoupne do mašiny. KREATIVNÍ je v daném případě studio/grafik/agentura, která navrhne, jak bude leták vypadat, co na něm bude napsáno a jakými cestami se dostane k cílovému spotřebiteli.

- Je dodavatelem kreativních služeb produkce, které dodáte detailní scénář spotu, aby ho JEN natočila? Ano! Scénář je vždy jen polotovar. K jeho proměně ve spot je potřeba tvořivého přínosu režiséra, kameramana, zvukařů atd.

KREATIVNÍ VOUCHER vznikl, protože ani vy nemůžete umět všechno. I když se možná domníváte, že propagaci zvládnete vlastními silami, věřte, že se vám to nemusí podařit.

Omyly vás přijdou draho.

Marketingová komunikace je už dnes labyrint, do kterého bez zkušeného průvodce neradno vstupovat.

1.2. O CO JDE?

1. Podpořit propagaci produktů a služeb malých a středních firem.

Podporovány jsou služby, u kterých není finančně výhodné, aby si firmy na jejich zajištění platily vlastní zaměstnance.

2. Propojení pražských firem s firmami zabývajícími se reklamou.

Smyslem kreativního vouchery je také navázat spolupráci mezi firmami a subjekty podnikajícími v oblasti reklamy a všeho, co se kolem ní točí. Externí dodavatel komunikačních služeb musí být kvalitní. My jsme vám takové předvybrali. Pokud už kvalitního dodavatele máte, lze jej zapojit. Více v kapitole *Kdo může být dodavatelem služeb*.

1.3. KDY je možné žádat?

1. Pouze v čase aktivních výzev.

- Žádost o kreativní voucher není možné předložit kdykoli, ale pouze v době, kdy jsou vyhlášeny VÝZVY. Každá výzva má svá pravidla, která stanovují, kam, jak a kdy můžete projekty předkládat.

- Projekt Pražský voucher plánuje dvě výzvy, aktuálně je vyhlášena již 2. výzva.

- Upozorňujeme, že další výzva již vyhlášena pravděpodobně nebude. Zájem žadatelů byl v první výzvě tak velký, že budou finanční prostředky v druhé výzvě nejspíš vyčerpány.

1.4. KDO je oprávněn žádat?

1. Právnícká osoba.

Akceptované právní formy (jiné nejsou možné):

- společnost s ručením omezeným;
- akciová společnost;
- veřejná obchodní společnost;
- komanditní společnost;
- evropská společnost;
- evropské hospodářské zájmové sdružení;
- družstvo;
- evropská družstevní společnost.

2. Počet zaměstnanců < 250, obrat < 50 milionů EUR.

Definice malého a středního podniku vyplývá z evropské legislativy. Do počtu zaměstnanců se zahrnují i ti se zkráceným úvazkem a dále zaměstnanci partnerských

(25–50 % vlastnictví) a propojených (více než 50% vlastnictví) firem.

Příklad:

Žadatel má 50 zaměstnanců. Partnerský podnik, který vlastní ze 40 %, má 20 zaměstnanců. Druhý podnik, který žadatel vlastní z 80 %, má 15 zaměstnanců.

Kolik má tedy dohromady žadatel zaměstnanců?

50 (za žadatele) + 40 % z 20 (za partnerský podnik) + 15 (za propojený podnik) = 50 + 8 + 15 = 73

- Obrat: výše finančních prostředků (bez daní) přijatých za kalendářní rok (poslední uzavřené zdaňovací období).
- K době podání žádosti o kreativní voucher nesmí obrat přesáhnout 50 milionů EUR (v přepočtu 1 314 500 000 korun za rok 2017/jednotný kurz pro 2017 = 26,29 Kč/euro).
- **Nově** založené firmy, jejichž účty dosud nebyly uzavřeny, použijí hodnoty odvozené z odhadů učiněných v dobré víře v průběhu účetního období.
- Výjimka: Pokud výše ročního obrátu přesahuje 50 milionů EUR, je šance stát se oprávněným žadatelem, pokud bilanční suma roční rozvahy (výše aktiv) nepřesahuje 43 milionů EUR (v přepočtu 1 130 470 000 korun za rok 2017).

3. Historie firmy: maximálně 3 roky.

Firma žádající o kreativní voucher nesmí být ke dni podání žádosti starší 3 let. „Datum narození“ je den, kdy byla zapsána do veřejného rejstříku. Firmy dosud nezapsané žádat nemohou.

4. Má sídlo či zapsanou provozovnu v Praze.

Sídlo nebo alespoň jedna z provozoven firmy ucházející se o kreativní voucher musejí být zapsány v Praze v živnostenském rejstříku (dle Živnostenského zákona). Projekt financovaný Pražským voucherem musí mít dopad na území Prahy.

5. Není v likvidaci, konkurzu, úpadku, nebyl pravomocně odsouzen za trestný čin a nemá nedoplatky.

Žadatel nesmí být v likvidaci ani úpadku, na jeho majetek soud nevyhlásil konkurz, má splacené závazky vůči zaměstnancům, státu, krajům, obcím, zdravotním pojišťovnám nebo České správě sociálního zabezpečení. Nemá nedoplatky vůči poskytovatelům dotací z fondů EU.

Zároveň nebyl pravomocně odsouzen pro trestný čin související s předmětem jeho podnikání nebo pro trestný čin hospodářský či trestný čin proti majetku. To platí i pro členy jeho statutárního či jiných orgánů.

6. Zaměstnanci žadatele nejsou v pracovním nebo obdobném poměru vůči dodavateli služeb.

Statutární orgán žadatele či jeho člen a osoby v pracovním poměru k žadateli nejsou zároveň v pracovním poměru či nejsou členem žádného orgánu dodavatelů služeb. V opačném případě je to důvodem pro vyloučení žádosti z výběrového procesu.

2. Žádost o voucher

2.1. O CO je možné žádat?

1. Pouze o finance na aktivity uvedené v seznamu Pražského voucheru.

Aktivity v seznamu jsou různorodé, některé se ale překrývají. Nelze je oddělit čistým řezem. Nebo si pod uvedeným pojmem může kdokoli představit cokoli. Máme proto pro vás stručný „výkladový slovníček“.

CO JE CO pro Pražský voucher

- **Animace** = tvorba animovaného videa, které zviditelní vaši značku nebo produkt.
- **Architektura** = vylepšení interiérového vzhledu např. restaurace nebo kavárny.
- **Branding a design** (produktový a průmyslový design) = tvorba loga, logomanuálu, manuálu vizuální identity, vizuálního stylu produktu apod.
- **Fotografie, hudba, zvuk a video** = např. nafocení produktů pro katalog, vytvoření fot pro propagační účely, hudební a zvuková nahrávky (znělka nebo např. podkresová hudba do spotu), video jak pro sebepropagaci (prezentační), tak propagaci produktu (spot, teleshopping ap.). Více o spotech v aktivitě viz produkce a reklama.
- **Ilustrace** = reklamní ilustrace (kresby, malby) pro animaci, produktů, návodů, ...
- **Multimediální prezentace vč. webových stránek** = tvorba webových stránek a všeho, co k nim patří (tzn. informační architektura, grafika, UX design, licence na redakční systém, kódovací a jiné programátorské práce apod.).
- **Mobilní aplikace** = softwarová aplikace např. pro váš e-shop, která funguje nejen na PC, ale také na mobilech, tabletech a další elektronice.
- **Online marketing** = příprava obsahu pro internetové využití (např. bannerové reklamy ve všech možných formátech).
- **Public relations** = aktivity, které informují o firmě či jejích produktech, ale nemají charakter klasické reklamy. Komunikace prostřednictvím médií (novináři, redaktori, publicisté).
- **Zábavní software a 3D aplikace** = hry, jejichž účelem je nejen bavit, ale také popularizovat firmu či její produkty. Aplikace 3D - prezentace produktů, jejich vlastností, demonstrace návodů k použití, ...
- **Produkce a reklama** = reklamní obsah komunikovaný prostřednictvím tradičních médií (tištěná inzerce, rozhlasový spot, TV spot, venkovní reklama apod.).
- **Řemesla** = např. vyhotovení vzorku, modelu nějakého produktu (truhlář/švadlena/cukrář/modelář vyrobí vzorek produktu, který firma plánuje vyrábět).
- **Vydavatelství** = vytvoření tiskovin (brožury, katalogy atp.) včetně zajištění tisku a

distribuce.

Jeden žadatel může předložit více žádostí o kreativní voucher, aktivity však musejí být odlišné. Není možné, aby například předložil dva projekty na tvorbu webových stránek.

2. Nelze nakoupit reklamní prostor, vzdělávání zaměstnanců, vybavení interiéru ani autorská práva k uměleckým dílům.

Kreativním voucher vám nezaplatí:

- vzdělání a nábor zaměstnanců,
- překlady s reklamou nesouvisejících materiálů,
- vybavení interiéru,
- již vytvořená uměleckého díla,
- team-building,
- instruktážní hry, testy ap. sloužící ke zlepšení procesů uvnitř firmy,
- mediální prostor.

3. Pokud je žadatel plátcem DPH a má nárok na její odpočet, daň se do rozpočtu nezapočítává. V opačném případě ano.

V případě, že žadatel není plátcem DPH, ale dodavatel služeb ano, vyúčtuje žadateli náklady za služby i s DPH. Daň (DPH) je v takovém případě považována za způsobilou (vztahuje se k nákladům na podporované propagační aktivity) a je voucherem též pokryta.

2.2. JAK ŽÁDAT?

1. Žádost podejte přes webovou aplikaci prazskyvoucher.cz/podejprojekt. Více se o aplikaci dozvíte v lekci Jak pracovat s informačním systémem Podej projekt?

- Žádost musí být opatřena elektronickým podpisem statutárního zástupce firmy (nebo jiné osoby zplnomocněné statutárním orgánem firmy). Bez elektronického podpisu bude žádost vyloučena bez možnosti opravy.

- Uznávaný CERTIFIKÁT pro elektronické podpisy vydávají tzv. kvalifikované certifikační autority. Jejich seznam najdete zde: <http://www.mvcr.cz/clanek/prehled-kvalifikovanych-poskytovatelu-certifikacnich-sluzeb-a-jejich-kvalifikovanych-sluzeb.aspx>.

2. Žádost musí obsahovat minimálně 3 dokumenty.

Povinné dokumenty nemusíte vypisovat, ve všech výzvách jsou k dispozici formuláře, které jednoduše vyplníte. Do formulářů (ke stažení na www.prazskyvoucher.cz) není možno jakkoliv zasahovat. Jakýkoliv zásah do předepsaného formuláře bude považován za nesplnění formálních kritérií a žádost bude vyřazena. Je vítána stručnost a výstižnost. Rozsah uváděných informací je v každé kolonce/sekci pevně stanoven počtem znaků.

· Žádost má tyto kolonky:

SEKCE O VÁS:

- o Bodové informace **o žadateli**, tj. o vás.
- o Stručný text o **zaměření firmy**, oblast a obor podnikání, tj. čím se firma zabývá (max. 750 znaků).
- o **Stav úrovně propagace** firmy (max. 2000 znaků).
- o **Popis projektu**, tj. zvolených propagačních aktivit a způsobu jejich využití (max. 2000 znaků).
- o **Zdůvodnění potřeby** realizace projektu, tj. naplnění cílů vouchery (viz kapitola 1), a další důvody, proč si projekt zaslouží podporu; popis potenciálního přínosu pro podnikání (max. 2000 znaků).
- o **Realizační tým** - jmenný seznam členů týmu žadatele, minimální počet není stanoven (max. 2000 znaků). Poznámka: členové týmu dodavatele budou uvedeni v jeho nabídce.

SEKCE ADMINISTRATIVA:

o **Režim podpory** - výběr mezi de minimis nebo blokovou výjimkou. Termíny jsou složité, vysvětlení jednoduché.

- Pokud o financování z fondů EU žádáte poprvé, zaškrtněte de minimis, tedy režim s nižší spoluúčastí. Nejste si jisti, zda už jste tento režim někdy nevyužili? Nejste si jisti, zda už jste tento režim někdy nevyužili? Výši čerpané podpory de minimis si žadatelé mohou ověřit v Registru de minimis, musí mít ovšem registraci u Ministerstva zemědělství (od konce května nelze zjistit podpory anonymně kvůli ochraně dat (GDPR). Žadatelé nesmí být poskytnuta podpora de minimis v případě, že by součet všech podpor de minimis příjemce činil v současném a ve dvou předchozích účetních obdobích (spolu s touto podporou) částku vyšší než 200 000 EUR.

- V případě režimu **de minimis** je minimální výše rozpočtu projektu 100 000 Kč, rozpočet nesmí dosáhnout 500 000 Kč. Výše podpory je fixně 85 % (spoluúčast 15 %), výše dotace se tedy pohybuje od 85 000 Kč do 424 999 Kč.

- V případě **blokové výjimky** je minimální výše rozpočtu projektu 170 000 Kč, rozpočet nesmí dosáhnout 500 000 Kč. Výše podpory je fixně 50 % (spoluúčast 50 %),

výše dotace se tedy pohybuje od 85 000 Kč do 249 999 Kč.

- o **CZ NACE projektu** - uvedení. Kde najdete CZ NACE svého projektu?
- Kompletní přehled CZ NACE kódů je jednou z příloh VÝZVY.

SEKCE ČAS a MÍSTO:

- o **Předpokládané termíny** zahájení a ukončení realizace projektu.
- o **Místo realizace** - není nutné v Praze (v Praze musí být dopad aktivit).

.....

· Příloha s **NABÍDKOU DODAVATELE** má tyto kolonky:

- o **Informace o dodavateli** (v bodech).
- o **Nabízené služby** - měly by korespondovat s projektem uvedeným v žádosti.
- o **Řešitelský tým** - jmenný seznam řešitelů služby na straně dodavatele.
- o **Výstupy** - výčet veškerých výstupů projektu a jejich počet (např. 1 webová stránka, 50 fotografií a 3 animace).
- o **Harmonogram** - předpokládané termíny realizace aktivit.
- o **Položkový rozpočet** - pokud je v projektu více aktivit, ideálně na každou zvlášť.

· Příloha s **PROJEKTOVÝM ZÁMĚREM** má tyto kolonky:

o **Požadované kreativní služby**

Vycházejte z nabídky dodavatele služeb. Měli byste chtít to, co vám dodavatel nabízí, a dodavatel nabízet to, co chcete. Zároveň zodpovězte otázku: **Jak projekt ovlivní odbytnost/známost mých výrobků/ služeb?**

o **Rozvojový plán žadatele**

V bodech stručná vize dalšího rozvoje firmy, hlavní ekonomická aktivity, vliv projektu na zvýšení konkurenceschopnosti.

o **Stupeň vyspělosti a připravenosti žadatele**

Stručně svou firmu charakterizujte: historie, současnost, aktuální finanční situace, připravenost předfinancovat aktivity projektu.

Řešitelské týmy

Blíže informujte o osobách v řešitelských týmech (jak svém, tak dodavatele projektu).

V bodech uveďte jejich vzdělání, praxi, popis pracovní náplně. (Členové týmů musejí být identičtí s členy uvedenými v ŽÁDOSTI a NABÍDCE DODAVATELE.)

2.3. KDO může být DODAVATEL SLUŽEB?

1. Dodavatele služeb si musíte vybrat ze seznamu dodavatelů, tzv. white-listu.

Seznam dodavatelů propagačních aktivit není uzavřený. Lze se do něj kdykoli přihlásit. Na white-list může být zapsána fyzická i právnická osoba (např. (např. freelancer i agentura).

Uchazeč musí:

- Vyplnit krátký formulář a vybrat ze seznamu aktivit kreativního vouchery ty, jimž se prokazatelně věnuje minimálně 3 roky.
- Každou oblast/aktivitu doložit 5 ukázkami prací. (Stačí odkazy na webové stránky, fotodokumentace nebo grafické práce).
- Připojit alespoň 3 reference klientů (firma, jméno klienta, jeho funkce, stručný popis zakázky, hodnocení spolupráce).
- Uvést odkaz na svůj profesní profil (ideálně LinkedIn) nebo webové stránky (kvůli prezentaci potenciálním žadatelům).

Po kontrole přihlášky bude uchazeč připsán na white-list na webových stránkách Pražského vouchery. Viz <http://prazskylvoucher.cz/kreativita/#white-list>.

- ŽADATEL o voucher zde kromě loga dodavatele uvidí: kontaktní informace, odkaz na profil nebo webové stránky.
- ŽÁDAT o voucher na služby konkrétního dodavatele je možné až od okamžiku jeho připsání na white-list.
- V žádosti může být VÍCE DODAVATELŮ propagačních aktivit.

2.4. Projektové SCHÉMA

1. PŘÍPRAVA ŽÁDOSTI o kreativní voucher.



- | | | |
|--|--|--------------------------------------|
| ● 1 Poptávkové řízení mezi žadatelem a dodavatelem (včetně přípravy nabídky). | ● 4 Smlouva o poskytnutí služeb mezi žadatelem a dodavatelem služeb. | ● 7 Předložení žádosti o proplacení. |
| ● 2 Předložení žádosti o voucher. | ● 5 Realizace aktivit. | ● 8 Platba na účet žadatele. |
| ● 3 Smlouva o poskytnutí vouchery mezi poskytovatelem a žadatelem (od okamžiku zveřejnění v registru smluv na https://smlouvy.gov.cz/ je možné zahájit projekt). | ● 6 Platba za realizaci aktivit (žadatel dodavatel). | ● 9 Případná kontrola projektu. |

3. Schvalovací proces a čerpání finančních prostředků

3.1. FÁZE HODNOCENÍ

1. Kontrola formálních náležitostí projektů.

- Při nesplnění jedné či více povinností spadajících do kategorie **NAPRAVITELNÉ**, vás požádáme o doplnění. Oprava formálních náležitostí je možná nejvýše 2x. Termín nápravy: maximálně 5 kalendářních dnů. V případě, že žadatel neodpoví na 2. výzvu ve lhůtě 5 kalendářních dní od doručení výzvy, bude Žádost o voucher 6. den od doručení výzvy zamítnuta. Zároveň pokud se po 1. vyzvání změní cena projektu, je žádost automaticky zamítnuta. Pokud žadatel nepošle zpět opravu po 1. vyzvání 5 dnů od doručení, je žádost zamítnuta.

- V případě, že kontrola odhalí nesplnění jedné či více povinností spadajících do kategorie **NENAPRAVITELNÉ**, je žádost vyřazena.

NAPRAVITELNÉ chyby:

- V žádosti chybí některé povinné údaje.
- V žádosti chybí povinné přílohy, tj. nabídka dodavatele služeb či projektový záměr.
- Některé údaje uvedené v žádosti nesouhlasí s údaji ve veřejném rejstříku.
- Některé údaje uvedené v žádosti nejsou v souladu s údaji v nabídce dodavatele

služeb, projektovém záměru, případně v dalších přílohách.

· Nabídka dodavatele služeb neobsahuje některé formální náležitosti (např. identifikaci žadatele, tj. komu je nabídka určena / kdo zakázku zrealizuje / konkrétní a srozumitelný popis prací / předpokládané výstupy / harmonogram projektu / předpokládaný položkový rozpočet / celkovou cenu zakázky bez a s DPH / podpis osoby oprávněné jednat za dodavatele).

NENAPRAVITELNÉ chyby:

ŽÁDOST:

1. Není opatřena elektronickým podpisem.
2. Byla odeslána v době po termínu stanoveném výzvou.

ŽADATEL:

3. Je ve stavu insolvence, konkurzu, likvidace, úpadku apod.

DÁLE:

4. Nabídka služeb je vystavena dodavatelem, který není na seznamu dodavatelů (white-listu).
5. Předpokládaná realizace projektu trvá déle než 6 měsíců.

Například při uvedení délky projektu od 15.9.2018 - 15.3.2019 dojde k vyřazení žádosti z důvodu porušení tohoto nenapravitelného kritéria.

2. Hodnocení přijatelnosti projektu.

Všechny body hodnocení přijatelnosti jsou NEOPRAVITELNÉ. Nesplněním i jen jediného z nich je projekt vyřazen. Hodnotitelé uvádějí pouze ANO, nebo NE.

KRITÉRIA:

Cíle:

1. Projekt je v souladu s cíli Pražského vouchery.
 - Zajistí viditelnost produktů a služeb malých a středních firem.
 - Propojí žadatelské firmy s firmami zabývajícími se reklamou.
2. Ekonomické přínosy projektu cílí na Prahu.

Žadatel:

3. Je právnickou osobou (do 3 let věku firmy ke dni podání žádosti).
4. Splňuje definici malého a středního podniku, tj.:
 - Má méně než 250 zaměstnanců.
 - Maximálně 50 milionů EUR ročního obratu.
- 5• Má sídlo či zapsanou provozovnu v Praze.
6. Dostatečně popsal způsob využití a přínos poskytnuté služby/služeb pro své podnikání (viz popis projektu a zdůvodnění potřeby realizace v žádosti).

Projekt:

7. V den předložení žádosti ještě nebyl zahájen.
8. Je v souladu s pražskými/národními doménami specializace (viz - <http://www.rishmp.cz/jnp/cz/specializace/index.html>).
9. Je v souladu s hlavními podnikatelskými aktivitami žadatele uvedenými v žádosti nebo projektovém záměru.
10. Respektuje minimální a maximální výši rozpočtu v závislosti na režimu podpory (podpora 85 % nebo 50 %).

Projektový záměr:

11. Obsahuje v popisu kreativních služeb pouze propagační aktivity, které jsou kreativním voucherelem financovány (jsou v seznamu).
12. Popisuje požadované kreativní služby dostatečně konkrétně a srozumitelně.
13. Koresponduje s nabídkou dodavatele služeb (propagačních aktivit).

Finance:

14. Výše vlastních zdrojů žadatele je v souladu s potřebnou spoluúčastí (podle režimu podpory) = žadatel má k dispozici dost peněz.
15. Zvolený režim podpory de minimis (= výše podpory 85 %) byl zvolen podle podmínek stanovených výzvou a oprávněnost jeho volby doložena žadatelovým čestným prohlášením = žadatel skutečně nečerpal finanční prostředky za více než 200 000 EUR za poslední 3 účetní období.
16. Rozpočet projektu je přiměřený obsahu zakázky na propagační aktivity = není „přepálený“.
17. Ceny jednotlivých položek rozpočtu projektu odpovídají cenám obvyklým = nejsou předražené.
18. Cenová kalkulace nabídky dodavatele služeb (propagačních aktivit) odpovídá předmětu žádosti = nevnučuje něco jiného, než o co byl požádán.

3. Schválení žádosti o kreativní voucher.

Schválení úspěšně vyhodnocených žádostí provádějí Rada a Zastupitelstvo hlavního města Prahy. Následně je možné přistoupit k podpisu *smlouvy o poskytnutí vouchery*. V případě, že výše dotací úspěšně vyhodnocených projektů převyší celkovou výši finančních prostředků ve výzvě, rozhodnou datum a čas předložení žádosti.

3.2. PRAVIDLA ČERPÁNÍ

1. Finanční prostředky dorazí na účet žadatele až po ukončení projektu, a to na základě schválení žádosti o proplacení vouchery.

Práce na projektu nesmějí trvat **déle než 6 měsíců**. Do této doby je nutné:

- Finančně vypořádat s dodavatelem propagačních aktivit realizaci zakázky = zaplatit dodavateli.
- Elektronicky podat přes webovou aplikaci prazskyvoucher.cz/podejprojekt žádost o proplacení vouchery včetně všech povinných příloh. (Ke všem přílohám, v nichž je potřeba vyplňovat údaje, jsou v dokumentaci výzvy k dispozici předtištěné formuláře. Ostatní přílohy jsou účetní doklady.)

Kolony **ŽÁDOSTI O PROPLACENÍ VOUCHERU:**

- o Identifikace žadatele = kdo jste.
- o Krátký text k předmětu žádosti (nutno dopsat) = o co jste žádali.
- o Datum a podpis žadatele (oprávněná osoba - viz žádost o kreativní voucher).
- o Výpis příloh:
 1. kopie faktur dodavatele propagačních aktivit,
 2. výpisy z účtu (případně pokladní doklady) prokazující zaplacení faktur (výpis je potřeba elektronicky podepsat oprávněnou osobou, viz elektronické podpisy v žádosti o kreativní voucher),
 3. kopie smlouvy/smluv s dodavatelem nebo dodavateli propagačních aktivit projektu,
 4. **předávací protokol** mezi žadatelem a dodavatelem propagačních služeb,
 5. **hodnotící zpráva.**
 - **Předávací protokol** obsahuje:
 - o Identifikaci žadatele a dodavatele = kdo s kým.
 - o Specifikaci předmětu předání (uveden ve smlouvě mezi žadatelem a dodavatelem) = co jste převzali.
 - **Hodnotící zpráva** obsahuje:
 - o Identifikaci žadatele a dodavatele = kdo je kdo.
 - o Předmět vyplývající ze smlouvy o poskytnutí voucheru = co se dělalo.
 - o Finanční hodnotu zakázky = kolik to celé stálo.
 - o Výstup zakázky (nutno doplnit stručný popis) = co vzniklo.
 - o Využití výstupu a jeho přínos pro žadatele (nutno doplnit stručný popis) = jak bude výstup použit a co z toho žadatel bude mít.
- Zhodnocení spolupráce s dodavatelem (forma odpovědí na otázky).