

## Finanční a ekonomické hodnocení projektu

### 1. Identifikace projektu

|                                 |                                         |
|---------------------------------|-----------------------------------------|
| Název projektu                  | Propagace Centra zelených vědomostí     |
| Název žadatele                  | Eden centre, s.r.o.                     |
| Právní forma                    | právní osoba s účastí obce              |
| IČO                             | 29366313                                |
| Ulice, č.p.                     | Příční 405                              |
| Město                           | Bystřice nad Pernštejnem                |
| PSČ                             | 59301                                   |
| Kraj                            | Vysočina                                |
| Adresa/Místo realizace          | Bystřice nad Pernštejnem, Nový Dvůr 318 |
| Statutární zástupce             | Ing. Michal Burian, Ph.D.               |
| Statutární zástupce - funkce    | jednatel, vedoucí projektu              |
| Statutární zástupce - e-mail    | michal@edenfarma.cz                     |
| Statutární zástupce - telefon   | 603837063                               |
| Kontaktní osoba                 | Mgr. Pavel Pichler                      |
| Kontaktní osoba - funkce        | manažer projektu                        |
| Kontaktní osoba - e-mail        | pavel@edenfarma.cz                      |
| Kontaktní osoba - telefon       | 736112538                               |
| www stránky žadatele / projektu | www.edencentre.cz, www.edenfarma.cz     |
| Operační program                | ROP Jihovýchod                          |
| Prioritní osa                   | 2. Rozvoj udržitelného cestovního ruchu |
| Oblast podpory                  | 2.2 - Rozvoj služeb v cestovním ruchu   |
| Podoblast podpory               |                                         |
| Zahájení projektu               | 1 / 2013                                |
| Ukončení projektu               | 8 / 2015                                |
| Zahájení provozu                | 9 / 2015                                |
| Doba hodnocení [roky]:          | 7                                       |

## 2. Zdůvodnění projektu

### 2.1 Stručný popis projektu a cíle projektu

Předmětem projektu je příprava kompletní propagační strategie a její realizace pro investiční akci Centrum zelených vědomostí (CZV). Centrum je revitalizováno v rámci výzvy 2.1 jako strategický projekt kraje Vysočina v oblasti cestovního ruchu. Jeho realizátorem je město Bystřice nad Pernštejnem (více na [www.edencentre.cz](http://www.edencentre.cz)). Samotný investiční projekt neobsahuje marketing v rozsahu, který by umožnil dosáhnout plánované návštěvnosti na úrovni 50 000 - 55 000 osob/rok, CZV je na mapě cestovního ruchu prozatím prakticky neviditelné.

Dlouhodobé cíle projektu jsou:

- vytvořit mediální a marketingovou "tvář" pro Centrum zelených vědomostí (CZV, centrum Eden);
- založit komunitu "loajálních návštěvníků" s využitím všech dostupných možností včetně sociálních sítí a dalších nových médií
- vytvořit tak předpoklady pro dosažení návštěvnosti CZV na úrovni 50 - 55 000 osob /rok.

Krátkodobé (konkrétní) cíle projektu jsou:

- vytvořit základní kámen pro marketingovou a mediální komunikaci, strategický dokument Marketingová a mediální komunikace; ten podrobně určí budoucí limity, směry, způsoby, cesty a metody propagace a komunikace s cílovými skupinami a trhy a stanoví přesný mediální plán projektu (obsahový a časový)
- přenést výstupy strategického dokumentu do grafické podoby (grafický manuál)
- vytvořit sadu tištěných propagačních materiálů podle konkrétního účelu
- vytvořit sadu videoklipů a rozhlasových klipů podle konkrétního účelu
- realizovat jednotlivé kampaně v tisku, rozhlase, televizi, elektronických médiích s využitím výše popsaného
- vytvořit základní navigační infrastrukturu k CZV (dopravní značení, bannerovou navigaci) pro orientaci návštěvníků
- vytvořit základní informační a komunikační prvky CZV (multijazyčný web, facebookový a twitterový profil) a plnit je řízenými a profesionálními informacemi
- realizovat sérii kulturních akcí s masovou účastí a jejich prostřednictvím představit CZV jako vhodný budoucí cíl návštěv.

Cílové skupiny předkládaného projektu vycházejí z cílových skupin projektu CZV s přihlédnutím k charakteru jednotlivých aktivit (například publikum akce Slavnosti chřestu v Ivančicích v počtu cca 10 000 osob je žádoucí využít pro návštěvy např. Slavností brambor v CZV). Proto se farma Eden Slavností chřestu zúčastnila a bude se snažit tuto aktivitu opakovat. Přihlédnuto bylo také k reálnému průběhu přestavby CZV, proto došlo i k jinému časovému rozložení dopadů oproti původnímu projektu CZV. Na cílovou skupinu děti a mládež se pak soustředíme ve zvláštním projektu.

Předkladatelem projektu a jeho realizátorem je Eden centre, s.r.o., dceřinná společnost města, městem 100% vlastněná. Tato společnost je pravděpodobným budoucím provozovatelem CZV, v jejím zájmu je tedy co nejdokonalejší a nejefektivnější realizace předkládaného projektu. Projekt bude realizovat zkušený a sehraný tým, který získal zkušenosti jednak při realizaci akcí v mateřské společnosti, jednak při předchozích angažmá (viz zkušenosti členů týmu v Benefitu).

V projektu bude vytvořeno nejméně 0,25 pracovního místa. V provozní fázi bude předkladatel finančně zajištěn majitelem - městem, je tak garantována bezproblémová udržitelnost projektu.

### 2.2 Definice problému a způsob jeho odstranění

#### Problém, který je projektem řešen

a) Chybějící marketingová tvář Centra zelených vědomostí (CZV), neboli centra Eden, strategického projektu kraje Vysočina v oblasti cestovního ruchu; realizován městem Bystřice n.P. z titulu 2.1 ROP JV;

b) Rozpočet na přestavbu a dostavbu CZV neobsahuje relevantní rozpočet na propagaci v rozměru odpovídajícím potřebám projektu CZV;

c) Nulová známost CZV na poli cestovního ruchu, chybějící skupina loajálních návštěvníků a tudíž žádné předpoklady pro dosažení plánované návštěvnosti CZV na úrovni 50 000 osob/rok

## Způsob odstranění problému

ad a) Vytvoření strategického dokumentu Marketingová a mediální komunikace (co, kdy, kde, jak v oblasti komunikace) založená mj. na literárně-historickém průzkumu a vytvoření grafického manuálu, který bude určovat jednotnou vizuální podobu CZV

ad b) Předložení projektové žádosti a realizace projektu v jeho celé šíři;

ad c) Realizace série marketingových a mediálních akcí a opatření s kombinovaným účinkem po dobu realizace projektu, prakticky 2 let; jejich popis je uveden v příloze Benefit s názvem Rozpočet projektu - komentář, resp. Navigace - dopravní značení

## 2.3 Popis technického řešení projektu

Podrobné technické řešení projektu je popsáno v samostatné příloze Benefitu s názvem Rozpočet projektu - komentář a Navigace - dopravní značení.

## 2.4 Identifikace cílových skupin projektu

| Cílová skupina                                          | Počet osob      | Odhad dopadu, kvantifikace                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Děti a mládež (školy)                                   | 15 600 osob/rok | Tato cílová skupina je předkládaným projektem zasahována jenom okrajově. Důvodem je potřeba připravit specifické produkty, které je možné nasadit až poté, co bude CZV uvedeno do provozu. Připravujeme proto speciální projekt, který se bude tématy pro uvedenou cílovou skupinu zabývat, jeho součástí budou i nové metody interpretace, jako je například rozšířená (virtuální) realita apod. |
| Individuální návštěvníci a turisté včetně rodin s dětmi | 48 000 osob/rok | Na tuto cílovou skupinu se předkládaný projekt zaměřuje primárně, především prostřednictvím kulturních akcí. Dopad je vzhledem ke kapacitě akcí odhadován v letech 2013-14 na 50%, později na 75%.                                                                                                                                                                                                |
| Odborní návštěvníci                                     | 5 000 osob/rok  | Také tato cílová skupina je předkládaným projektem zasahována jenom okrajově, neboť stavba CZV není dokončena a hlavní důvod k návštěvě, tj. prohlídka a studium použitých technologií, ještě neexistuje; zájem cílové skupiny projekt probouzí, motivuje k návštěvě v budoucnu; dopad hodnotíme na úrovni 30%                                                                                    |
| Zájemci o gastronomii                                   | 20 000 osob/rok | Cílová skupina, která v původním projektu CZV nebyla uvedena; objevila se v posledních dvou letech v souvislosti s růstem zájmu o gastronomická témata; tuto skupinu projekt uspokojuje maximálně prostřednictvím kulturně-gastronomických akcí, dopad je hodnocen jako 75%.                                                                                                                      |

## 2.5 Způsob ovlivnění cílových skupin, multiplikační efekty

Předkládaný projekt je přímo určen pro propagaci Centra zelených vědomostí (CZV), investičního projektu města Bystřice n.P.; více na [www.edencentre.cz](http://www.edencentre.cz).

Metodika propagačních činností a aktivit a východiska jsou popsány v dokumentu Rozpočet projektu - komentář (samostatná příloha žádosti Benefit). Očekáváme, že realizace projektu vytvoří předpoklady pro úspěšný prodej kapacity CZV po uvedení do

provozu a bude tak dosaženo plánovaných ukazatelů (návštěvnost 50 - 55 000 osob/rok) v nejkratší možné době. To umožní provoz CZV bez větších ztrát.

## 2.6 Marketingový mix

| Produkt                                                                                                                                                                                                | Cena                                                             | Propagace                                                                                                                                                                                                                                             | Místo                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| videoklipy, vedlejším produktem jsou animované bannery; "plošný" klip je určen primárně pro kampaň před otevřením CZV po přestavbě, ostatní klipy jsou určeny k propagaci jednotlivých kulturních akcí | bezplatně                                                        | primárně virální marketing, tj. šíření mezi uživateli sociálních sítí a to včetně cizojazyčných mutací; přirozené šíření bude podpořeno nákupem specializované virální kampaně; bannery budou nasazeny do webových kampaní                            | internet                                    |
| rozhlasové klipy (plošný a pro kulturní akce)                                                                                                                                                          | bezplatně                                                        | nasazení v rádiích; centrální "plošný" klip bude nasazen v době otevírání CZV po přestavbě v celostátním rádiu, klipy pro kulturní akce pak primárně v krajských rádiích přibližně 2 - 3 týdny před konáním předmětné akce; klipy pouze v české verzi | rozhlasové vysílání                         |
| malý propagační leták; je určen primárně pro kampaň před otevřením CZV po přestavbě                                                                                                                    | bezplatně                                                        | plošná distribuce s využitím maskotů (maskovaných postav v podobě brambory, případně fíkového listu)                                                                                                                                                  | veletrhy, výstavy, návštěvy krajských měst; |
| tištěný průvodce centrem Eden (tj. CZV); určen pro informování návštěvníků CZV; možnost využití slevového kuponu na příští akce                                                                        | bezplatně                                                        | distribuce uvnitř CZV po jeho otevření                                                                                                                                                                                                                | pokladna CZV                                |
| billboardy, krátkodobé nasazení před otevřením CZV                                                                                                                                                     | bezplatně                                                        | výlep, instalace                                                                                                                                                                                                                                      | D1                                          |
| PR články; "plošné" a "pro kulturní akce"                                                                                                                                                              | bezplatně                                                        | zveřejnění v tištěných a elektronických periodikách; výběr je popsán v materiálu Rozpočet projektu - komentář                                                                                                                                         | tištěná a elektronická média                |
| Bannerová reklama                                                                                                                                                                                      | bezplatně                                                        | vybrané servery s definovaným zaměřením dle cílových skupin (rodin s dětmi, cestovatelé, vaření atd.); podrobně viz příloha Benefit Rozpočet projektu - komentář                                                                                      | internet                                    |
| Kontextová reklama                                                                                                                                                                                     | bezplatně                                                        | Systémy AdWords a Sklik; podrobně viz příloha Benefit Rozpočet projektu - komentář                                                                                                                                                                    | internet                                    |
| Reklamní předměty                                                                                                                                                                                      | bezplatně                                                        | součást ostatních akcí a aktivit                                                                                                                                                                                                                      | kulturní akce                               |
| Minipozvánka, leták s možností slevových kuponů                                                                                                                                                        | bezplatně                                                        | distribuce před příslušnou akcí prostřednictvím maskotů, distribuce mezi platící návštěvníky kulturních akcí                                                                                                                                          | pokladna CZV                                |
| Minikuchařka, určeno pro návštěvníky kulturních akcí                                                                                                                                                   | bezplatně                                                        | distribuce mezi platící návštěvníky kulturních akcí                                                                                                                                                                                                   | pokladna CZV                                |
| Kulturní akce v CZV                                                                                                                                                                                    | základní vstupné 100 Kč vč. DPH                                  | propagace za pomoci ostatních produktů                                                                                                                                                                                                                | pokladna CZV                                |
| Kulturní akce mimo CZV                                                                                                                                                                                 | základní vstupné 100 Kč vč. DPH, samotná propagace CZV bezplatně | propagace za pomoci ostatních produktů                                                                                                                                                                                                                | Ivančice, Slavnosti chřestu                 |
| Famtripy, zaměřené na tuzemské a zahraniční novináře                                                                                                                                                   | bezplatně                                                        | v současné době jsou jednání na začátku spolupráce s CzechTourism                                                                                                                                                                                     | CZV                                         |
| Tiskové zprávy                                                                                                                                                                                         | bezplatně                                                        | cílená rozesílka, pasivní vyvěšení na web do sekce "pro média"                                                                                                                                                                                        | internet                                    |
| Web, sociální sítě - novinky, spotřebitelské soutěže                                                                                                                                                   | bezplatně                                                        | bannerová a kontextová reklama                                                                                                                                                                                                                        | internet, telefon, tablet                   |

|                                     |           |                    |              |
|-------------------------------------|-----------|--------------------|--------------|
| Navigační dopravní značky a bannery | bezplatně | instalace v terénu | dopravní síť |
|-------------------------------------|-----------|--------------------|--------------|

### 3. Analýza konkurence

#### 3.1 Zájmové území projektu : NUTS II

Projekt je realizován především v sídle Centra zelených vědomostí ve městě Bystřice n.P., jeho dopad je plánován jako celostátní s mezinárodním přesahem. Přesah do zahraničí je plánován zejména v oblasti elektronických médií a prostřednictvím famtripů. Ty jsou v současné době předmětem jednání s CzechTourism a do rozpočtu projektu nevstupují. Dojde-li k dohodě, budou realizovány na vlastní náklady mimo rozpočet předkládaného projektu.

#### 3.2 Obdobná zařízení v regionu

| Název                                                                                                                                                                        | Kapacita, stručný popis | Cena | Lokalita | Vzdálenost [km] |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|----------|-----------------|
| nerrelevantní, neinvestiční projekt, propagace CZV se netýká žádný další projekt; propagované zařízení (CZV) nemá žádnou přímou konkurenci ani v blízkém ani v širokém okolí |                         |      |          |                 |
|                                                                                                                                                                              |                         |      |          |                 |
|                                                                                                                                                                              |                         |      |          |                 |

#### 3.3 Významné konkurenční výhody projektu

Za významnou výhodu projektu lze považovat skutečnost, že jej realizují osoby dceřinné firmy města, které mají pracovat na vedoucích místech přímo v CZV. Dokonalá realizace projektu je tedy v jejich osobním zájmu.

#### 3.4 Veřejná podpora : projekt nezakládá veřejnou podporu a generuje příjmy

Aktivity projektu

**Dotace je poskytnuta z veřejných prostředků : Splňuji**

Ano, dotace je poskytnuta z prostředků ROP JV.

**Poskytnutím podpory dochází ke zvýhodnění určitého podnikání nebo určitého odvětví výroby : Splňuji**

Ano, podpora se týká subjektu s budoucími komerčními aktivitami v oblasti cestovního ruchu (CZV). Z téhož důvodu je projekt veden v režimu de minimis.

**Poskytnutím podpory dochází k narušení či potenciálnímu ohrožení hospodářské soutěže : Nesplňuji**

Žadatel je dceřinnou společností ve 100% vlastnictví města. Provozuje hospodářskou činnost, která ale není v přímém vztahu k aktivitám projektu (provozování farmy). Do budoucna počítá majitel s tím, že žadatel bude provozovat Centrum zelených vědomostí (CZV), jehož propagace je předmětem projektu. Z téhož důvodu je projekt veden v režimu de minimis. Samotný projekt CZV (investiční projekt v rámci 2.1) bylo notifikován administrativou v Bruselu s tím, že jeho výstavbou a budoucím provozem nedochází k významnému ohrožení hospodářské soutěže z důvodu specifického charakteru aktivit CZV.

**Podpora ovlivní obchod mezi členskými státy (tzv. přeshraniční efekt podpory) : Nesplňuji**

V projektu se počítá s cizojazyčnými materiály, bez nich by nebylo možné obsloužit zákazníky, jejichž podíl je na celkovém plánovaném počtu návštěvníků malý. Podle vyjádření bruselské administrativy k projektu CZV, který je předmětem aktivit předkládaného projektu, se jedná spíše o lokální turistickou atrakci bez podstatného vlivu na obchod mezi členskými státy.

**4. Majetkoprávní vztahy**

| Katastrální území | List vlastnictví | Číslo parcely | Číslo popisné budovy | Vlastník            | Poznámka |
|-------------------|------------------|---------------|----------------------|---------------------|----------|
|                   |                  |               |                      | Eden centre, s.r.o. |          |
|                   |                  |               |                      | Eden centre, s.r.o. |          |

**Komentář k vlastnickým vztahům:**

Aktivity projektu budou realizovány v objektech města (objekty CZV) žadatelem, jenž je rovněž ve 100% vlastnictví města. O tom, že projekt předloží žadatel, rozhodl majitel v průběhu přípravy projektu. To vyplývá z vyjádření, které je připojeno jako zvláštní příloha žádosti Benefit.

Předmětem pronájmu jsou pozemky, které žadatel užívá k činnosti s předkládaným projektem nesouvisející (zemědělská činnost, tzv. orná půda, louky, pastviny). Proto nejsou nájemní vztahy v této kapitole dále specifikovány.

## 5. Identifikace položek pro finanční cash flow – fáze realizace projektu

### 5.1 Investiční výdaje projektu

| Název investice | Způsobilé výdaje | Odpisová skupina | Doba životnosti [roky] | 1.2013 [Kč] | 2014 [Kč] | 8.2015 [Kč] |
|-----------------|------------------|------------------|------------------------|-------------|-----------|-------------|
| <b>Celkem</b>   |                  |                  |                        | 0           | 0         | 0           |

Celková výše investice [Kč] 0  
 Vypočtená zbytková hodnota investice [Kč] 0  
 Zadaná zbytková hodnota investice [Kč] 0  
 Používat zadanou zbytkovou hodnotu investice Ne

### 5.2 Neinvestiční výdaje projektu

| Název výdaje          | Způsobilé výdaje | Celkem [Kč] | 2013 [Kč] | 2014 [Kč] | 2015 [Kč] |
|-----------------------|------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|
| výdaje na publicitu   | Ano              | 0           | 0         | 0         | 0         |
| mzdové výdaje         | Ano              | 876 000     | 111 000   | 468 000   | 297 000   |
| odvody zaměstnavatele | Ano              | 297 840     | 37 740    | 159 120   | 100 980   |
| projektová žádost     | Ano              | 60 000      | 60 000    | 0         | 0         |
| projektová žádost     | Ne               | 21 000      | 21 000    | 0         | 0         |
| nákup služeb          | Ano              | 3 772 160   | 772 160   | 1 500 000 | 1 500 000 |
| <b>Celkem</b>         |                  |             | 1 001 900 | 2 127 120 | 1 897 980 |

### 5.3 Příjmy z realizace projektu (jiné peněžní příjmy)

| Název výdaje      | Celkem [Kč] | 2013 [Kč] | 2014 [Kč] | 2015 [Kč] |
|-------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|
| příjmy z projektu | 0           | 0         | 0         | 0         |
| <b>Celkem</b>     |             | 0         | 0         | 0         |



## 6. Identifikace položek pro finanční cash flow – provozní fáze projektu

### 6.1 Příjmy a výdaje z produkce

| Název produktu             | kapacita/rok | jednotková cena [Kč] | koefficient výdajů [%] | 2015 [%] | 2016 [%] | 2017 [%] | 2018 [%] | 2019 [%] |
|----------------------------|--------------|----------------------|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Jednic. výdaje celkem [Kč] |              |                      |                        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Příjmy celkem [Kč]         |              |                      |                        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |

### 6.2 Počet zaměstnanců a mzdové výdaje

Průměrná hrubá mzda [Kč/měsíc] 30 000

|                           | 2015   | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    |
|---------------------------|--------|---------|---------|---------|---------|
| Přepočtený počet úvazků   | 0,25   | 0,25    | 0,25    | 0,25    | 0,25    |
| Mzdové výdaje celkem [Kč] | 40 200 | 120 600 | 120 600 | 120 600 | 120 600 |

### 6.3 Ostatní provozní výdaje

| Název výdaje                         | 2015 [Kč] | 2016 [Kč] | 2017 [Kč] | 2018 [Kč] | 2019 [Kč] |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| náklady na realizaci kulturních akcí | 660 000   | 660 000   | 660 000   | 660 000   | 660 000   |
| Ost. výdaje celkem [Kč]              | 660 000   | 660 000   | 660 000   | 660 000   | 660 000   |

### 6.4 Ostatní provozní příjmy

| Název příjmu                          | 2015 [Kč] | 2016 [Kč] | 2017 [Kč] | 2018 [Kč] | 2019 [Kč] |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| vstupné, Slavnosti brambor            | 280 000   | 280 000   | 280 000   | 280 000   | 280 000   |
| vstupné, Slavnosti moravského uzeného | 350 000   | 350 000   | 350 000   | 350 000   | 350 000   |
| Ost. příjmy celkem [Kč]               | 630 000   | 630 000   | 630 000   | 630 000   | 630 000   |

### 6.5 Komentář k provozu a udržitelnosti projektu

Náklady na realizaci kulturních akcí jsou kalkulovány dle reálného rozpočtu Slavností brambor pořádaných v září 2013 na farmě Eden (330 000,-). Kalkulovány jsou pouze přímé náklady vyvolané akcí (instalace pódíí, nájem zařízení, spotřeba médií, odměny externího personálu, spotřební materiál atd.). V roce 2013 je plánována 1 akce (Slavnosti brambor), v dalších letech dvě pravidelné akce (Slavnosti brambor, Slavnosti moravského uzeného). Příjmy ze vstupného na Slavnosti chřestu v Ivančicích zde nejsou uváděny, protože patří pořadateli (KIC + ECEAT), nikoliv žadateli. Pro jednoduchost zde nejsou uváděny ani náklady na tuto akci, jež je jinak součástí předkládaného projektu. Příjmy ze vstupného jsou kalkulovány podle předchozích zkušeností na průměrné úrovni 70 Kč/os. Částka vychází ze základní sazby ve výši 100 Kč vč. DPH, přičemž se v ní promítají i slevy pro děti, důchodce atd. Počet návštěvníků je přenesen z materiálu Rozpočet projektu - komentář (kap. Aktivita KA), který je samostatnou přílohou Benefitu.

Pro jednoduchost výpočtu byly pominuty rovněž plánované famtripy, neboť v současné době se vedou o jejich možné realizaci prvotní jednání z CzechTourismem, náklad nejsou známy.

## 7. Zajištění financování

### 7.1 Úvěrové financování

| Název úvěru        | Objem úvěru [Kč] | Typ úvěru | Úroková sazba (p.a.) [%] | Přijetí |
|--------------------|------------------|-----------|--------------------------|---------|
| <b>Celkem [Kč]</b> | 0                |           |                          |         |

| Název úvěru        | Splatnost [počet let] |
|--------------------|-----------------------|
| <b>Celkem [Kč]</b> |                       |

### 7.2 Dotace na způsobilé výdaje projektu z prostředků ROP

Míra podpory [%] 85,00

|                                                                          | Celkem    | 2013 [Kč] | 2014 [Kč] | 2015 [Kč] |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Přehled způsobilých výdajů projektu bez odečtení jiných peněžních příjmů | 5 006 000 | 980 900   | 2 127 120 | 1 897 980 |
| Přehled způsobilých výdajů projektu po odečtení jiných peněžních příjmů  | 5 006 000 | 980 900   | 2 127 120 | 1 897 980 |
| Nárok na podporu z ROP                                                   | 4 255 100 | 833 765   | 1 808 052 | 1 613 283 |

Nárok na podporu celkem [Kč] 4 255 100

Žádost o podporu [Kč] 4 255 100

Skutečná míra podpory [%] 85,00

### 7.3 Harmonogram žádostí o platby

| Pořadí žádosti o platbu | Částka [Kč] | Datum   |
|-------------------------|-------------|---------|
| 1. žádost o platbu      | 833 000     | 1/2014  |
| 2. žádost o platbu      | 1 800 000   | 10/2014 |
| 3. žádost o platbu      | 1 622 100   | 8/2015  |
| <b>Celkem [Kč]</b>      | 4 255 100   |         |

### 7.4 Komentář financování

Částka nezbytná pro předfinancování a spolufinancování projektu včetně financování nezpůsobilých výdajů bude uvolněna majitelem (městem) v případě, že bude projekt podpořen.

**8. Finanční cash flow projektu**

| všechny částky v [Kč]                    | 2013<br>[Kč] | 2014<br>[Kč] | 2015<br>[Kč] | 2016<br>[Kč] | 2017<br>[Kč] | 2018<br>[Kč] | 2019<br>[Kč] |
|------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Investiční výdaje                        | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Zbytková hodnota investice               | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Neinvestiční výdaje projektu             | 1 001 900    | 2 127 120    | 1 897 980    | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Příjmy z realizace projektu              | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Příjmy z produkce                        | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Jednicové výdaje                         | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Mzdové výdaje                            | 0            | 0            | 40 200       | 120 600      | 120 600      | 120 600      | 120 600      |
| Ost. provozní výdaje                     | 0            | 0            | 660 000      | 660 000      | 660 000      | 660 000      | 660 000      |
| Ost. provozní příjmy                     | 0            | 0            | 630 000      | 630 000      | 630 000      | 630 000      | 630 000      |
| Dotace z ROP                             | 0            | 833 000      | 3 422 100    | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Příjem z úvěrů                           | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Splátky úroků                            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Splátky jistin                           | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |
| Daň z příjmu                             | - 31 946     | - 60 623     | - 67 430     | - 28 614     | - 28 614     | - 28 614     | - 28 614     |
| Čisté cash flow (projektové)             | - 1 001 900  | - 2 127 120  | - 1 968 180  | - 150 600    | - 150 600    | - 150 600    | - 150 600    |
| cash flow pro ROP                        | - 1 001 900  | - 1 294 120  | 1 453 920    | - 150 600    | - 150 600    | - 150 600    | - 150 600    |
| Diskontované cash flow pro ROP (d.s.5%)  | - 1 001 900  | - 1 232 495  | 1 318 748    | - 130 094    | - 123 899    | - 117 999    | - 112 380    |
| Finanční cash flow                       | - 969 954    | - 1 233 497  | 1 521 350    | - 121 986    | - 121 986    | - 121 986    | - 121 986    |
| Diskontované finanční cash flow (d.s.5%) | - 969 954    | - 1 174 759  | 1 379 910    | - 105 376    | - 100 358    | - 95 579     | - 91 028     |
| Požadavky na vlastní financování         | 969 954      | 1 233 497    | 0            | 0            | 0            | 0            | 0            |

**9. Výsledky hodnocení efektivnosti projektu včetně dotace**

|                                        |               |
|----------------------------------------|---------------|
| Čistá současná hodnota (FNPV ROP) [Kč] | - 1 400 019   |
| Index rentability (FNPV ROP / I) [%]   | -29,48        |
| Vnitřní míra výnosnosti (FIRR ROP) [%] | ---           |
| Statická doba návratnosti [roky]       | není dosaženo |
| Dynamická doba návratnosti [roky]      | není dosaženo |

## 10. Socio-ekonomické dopady projektu

| Druh dopadu                                     | +/- | Míra dopadu |  | Počet dopadů                                      | 2015  |
|-------------------------------------------------|-----|-------------|--|---------------------------------------------------|-------|
| rozvoj zaměstnanosti v regionu                  | +   |             |  | počet nových pracovních míst z realizace projektu | 0,25  |
| přírůstek domácích jednodenních návštěvníků     | +   |             |  | přírůstek počtu osob za rok                       | 15000 |
| přírůstek zahraničních jednodenních návštěvníků | +   |             |  | přírůstek počtu osob za rok                       | 2000  |
| přírůstek přenocování domácích turistů          | +   |             |  | přírůstek počtu přenocování za rok                | 6000  |
| přírůstek přenocování zahraničních turistů      | +   |             |  | přírůstek počtu přenocování za rok                | 1000  |

| Druh dopadu                                     | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  |
|-------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| rozvoj zaměstnanosti v regionu                  | 0,25  | 0,25  | 0,25  | 0,25  |
| přírůstek domácích jednodenních návštěvníků     | 20000 | 35000 | 48000 | 55000 |
| přírůstek zahraničních jednodenních návštěvníků | 4000  | 7000  | 10400 | 13100 |
| přírůstek přenocování domácích turistů          | 10000 | 15000 | 22000 | 22000 |
| přírůstek přenocování zahraničních turistů      | 2500  | 3500  | 6000  | 8320  |

### Komentář

Dopady vycházejí z kvantifikace provedené pro investiční projekt Centrum zelených vědomostí, neboť předkládaný projekt je pro propagaci projektu CZV určen a má tudíž shodné cíle. Musí však dojít k posunu v čase s ohledem na reálný průběh stavební rekonstrukce CZV, zpracován je rovněž výhled návštěvnosti spojený s kulturními akcemi. Výjimkou je pak ukazatel rozvoj zaměstnanosti, kde v projektu CZV je uvedeno 5 pracovních míst, která ale nejsou spojena s marketingovým projektem.

## 11. Analýza rizik

| Druh rizika                                      | Závažnost    | Pravděpodobnost | Význam       | Předcházení/eliminace rizika                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------|--------------|-----------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| nedostatky v projektové dokumentaci              | nepřijatelné | výjimečně možné | přijatelné   | množství konzultací, pečlivá příprava, zkušený zpracovatel žádosti                                                                                             |
| dodatečné změny požadavků investora              | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | pokud by k dodatečným požadavkům ze strany investora (města) došlo, pak by byly nepochybně spojeny i s příslušným finančním krytím                             |
| nedostatečná koordinace stavebních prací         | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | nerelevantní                                                                                                                                                   |
| výběr nekvalitního dodavatele                    | drobné       | téměř nemožné   | zanedbatelné | zkušený mediální koordinátor, konzultace s externími odborníky                                                                                                 |
| nedodržení termínu výstavby                      | drobné       | výjimečně možné | zanedbatelné | pečlivý a permanentní dozor koordinátora projektu i mediálního koordinátora                                                                                    |
| živelné pohromy                                  | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | projekt není na tyto události citlivý, jediným rizikem je špatné počasí v případě venkovních kulturních akcí, které se projeví v nižších příjmech ze vstupného |
| navýšení cen vstupů                              | drobné       | téměř nemožné   | zanedbatelné | zkušený mediální koordinátor, dobrá příprava smluv, nákup po menších částkách, nikoliv služeb v jednom balíku                                                  |
| neobdržení dotace                                | významné     | běžně možné     | přijatelné   | projekt nebude realizován se všemi důsledky (nenaplnění ukazatelů návštěvnosti CZV)                                                                            |
| nedostatek finančních prostředků pro realizaci   | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | město je garantem projektu                                                                                                                                     |
| nedodržení podmínek OP                           | drobné       | výjimečně možné | zanedbatelné | množství průběžných konzultací s ÚRR při realizaci                                                                                                             |
| nedodržení právních norem ČR nebo EU             | drobné       | výjimečně možné | zanedbatelné | množství průběžných konzultací s ÚRR při realizaci, v případě potřeby konzultace s externími specialisty                                                       |
| nevyřešené vlastnické vztahy                     | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | nerelevantní, majitelem je město                                                                                                                               |
| nedostatečná poptávka                            | drobné       | běžně možné     | přijatelné   | riziko se týká pouze venkovních kulturních akcí, dosud jsme se s tímto problémem nesetkali; důvodem je kvalitní práce zkušeného mediálního manažera            |
| nedostupná vhodná pracovní síla                  | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | projekt má pracovní síly zajištěné                                                                                                                             |
| nedostatek finančních prostředků v provozní fázi | neznatelné   | téměř nemožné   | zanedbatelné | město je garantem projektu                                                                                                                                     |

**12. Rekapitulace výsledků**

|                                      |                                                                |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Nárok na podporu celkem [Kč]         | 4 255 100                                                      |
| Žádost o podporu [Kč]                | 4 255 100                                                      |
| Skutečná míra podpory [%]            | 85,00                                                          |
| Index rentability (FNPV ROP / I) [%] | -29,48                                                         |
| Finanční zdraví 2011, 2012           | 16,85 bodů    A - způsobilý žadatel o podporu z ROP Jihovýchod |

**Čestné prohlášení**

Žadatel tímto čestně prohlašuje, že disponuje dostatečným množstvím finančních prostředků tak, aby byla plně zajištěna finanční udržitelnost projektu po celé hodnotící období. Minimální požadovaná výše vlastních prostředků je zdola omezena výstupem „Požadavky na vlastní financování“ v tabulce „Finanční cash flow“ projektu.

Žadatel dále prohlašuje, že veškeré uvedené údaje jsou úplné a pravdivé a je si vědom případných právních následků nepravdivého prohlášení.

.....  
podpis statutárního zástupce žadatele

Datum finalizace: 2.8.2013