

Zmluva o zabezpečení účasti na start up podujatí v zahraničí

*uzatvorená v zmysle ust. § 269 ods. 2 zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník (ďalej len „Obchodný zákonník“) v znení neskorších predpisov
(ďalej len „Zmluva“)*

I. Zmluvné strany

Názov: **Slovak Business Agency**

Zápis: Záujmové združenie právnických osôb zapísané v registri vedenom Okresným úradom Bratislava pod číslom: OVVS/467/1997-Ta

Sídlo: Miletičova 23, 821 09 Bratislava, Slovenská republika

Zastúpená: Ing. Branislav Šafárik, generálny riaditeľ

IČO: 308 45 301

DIČ: 202 086 9279

Banka: VÚB, a. s.

Číslo účtu: 1332301656/0200

IBAN: SK81 0200 0000 001332301656

(ďalej len „**SBA**“)

a

Obchodné meno: **retail.bi s.r.o.**

Sídlo: Karpatská 5, 921 01 Banka

Zastúpená: Daniel Minárik, konateľ

Zápis: Obchodný register Okresného súdu Trnava, oddiel: Sto, vložka č. 27471/T

IČO: 46 167 692

DIČ: 202 326 11 08

Banka: Tatrabanka, a.s.

Číslo účtu: 2921859046/1100

IBAN: SK70 1100 0000 0029 2185 9046

(ďalej len „**Prijímateľ**“)

II. Úvodné ustanovenia

1. SBA je vykonávateľom schémy na podporu start upov (schéma pomoci de minimis) 07 K 02 1G Ministerstva hospodárstva SR v zmysle zákona č. 231/1999 Z. z. o štátnej pomoci v znení neskorších predpisov (ďalej len „**Zákon o štátnej pomoci**“) a ďalších dotknutých právnych predpisov SR a Európskej únie (ďalej len „**Schéma**“). Schéma bola uverejnená v Obchodnom vestníku č. 220/2014 zo dňa 18. 11. 2014.
2. Jednou z aktivít v rámci komponentu 1 Schémy je aj zabezpečenie účasti prijímateľov na start up podujatiach v zahraničí. V rámci týchto aktivít komponentu 1 bol Prijímateľ na základe ním podanej žiadosti o poskytnutie podpory vo forme poskytnutia informácií a poradenstva, vzdelávacích a ďalších podporných aktivít v rámci Schémy na podporu start upov a na základe uznesenia Komisie na výber prijímateľov pomoci – účastníkov zahraničných startup podujatí Programu a Schémy na podporu startupov (Komponent 1) vybraný ako prijímateľ pomoci.

III. Predmet zmluvy, práva a povinnosti zmluvných strán

1. Predmetom tejto Zmluvy je bezodplatné zabezpečenie a poskytnutie účasti na zahraničnom start up podujatí „**Retail Congress Asia Pacific**“, ktoré sa bude konať v dňoch 17. 03. 2015 – 19. 03. 2015 v Marina Bay Sands v Singapore (ďalej len „**Podujatie**“) zo strany SBA pre Prijímateľa. Podujatia sa zúčastnia nasledovní vyslaní zástupcovia Prijímateľa:

- a) Meno a priezvisko: Daniel Minárik
- b) Rodné priezvisko:
- c) Dátum narodenia:
- d) Rodné číslo:
- e) Trvalý pobyt:
- f) Číslo OP:
- g) Vzťah k Prijímateľovi: konateľ, spoločník

a

- a) Meno a priezvisko: Jozef Štefanka
- b) Rodné priezvisko:
- c) Dátum narodenia:
- d) Rodné číslo:
- e) Trvalý pobyt:
- f) Číslo OP:
- g) Vzťah k Prijímateľovi: konateľ, spoločník

Všetky práva, povinnosti a vyhlásenia Prijímateľa v zmysle tejto Zmluvy sa primerane považujú aj za práva, povinnosti a vyhlásenia vyslaných zástupcov Prijímateľa uvedených v tomto bode Zmluvy.

2. SBA a Prijímateľ sa zaväzujú spolupracovať pri plnení predmetu tejto Zmluvy.
3. Povinnosťou Prijímateľa je:
 - a) zabezpečiť, aby vyslaní zástupcovia Prijímateľa uvedení v bode 1. tohto článku Zmluvy absolvovali Podujatie v rozsahu 2 (dvoch) dní, t. j. od 17. 03. 2015 do 18. 03. 2015 a následne s ním spojené Retail Study Tour v rozsahu 1 (jeden) deň, a to 19. 03. 2015 v celom rozsahu v zmysle popisu programu Podujatia, ktorý tvorí prílohu č. 1 tejto Zmluvy,
 - b) zaslať poštou alebo osobne do 10 (desiatich) kalendárnych dní po návrate zo zahraničného start up podujatia, t. j. **do 30. 03. 2015**, originály dokumentov potvrdzujúce účasť vyslaných zástupcov Prijímateľa na start up podujatí v zahraničí (najmä, nie však výlučne, letenky, vstupenky na Podujatie, potvrdenie o ubytovaní a pod.) na adresu SBA uvedenú v článku I. tejto Zmluvy,
 - c) vyplniť a doručiť elektronickou formou na emailové adresy: pohlova@sbagency.sk a szilvasova@sbagency.sk a zároveň poštou alebo osobne na adresu SBA uvedenú v článku I. tejto Zmluvy Prijímateľom vypracovanú a podpísanú správu o účasti na Podujatí najneskôr do 10 (desiatich) kalendárnych dní po návrate z Podujatia, t. j. **do 30. 03. 2015**. Vzor správy o účasti na Podujatí tvorí prílohu č. 2 tejto Zmluvy,
 - d) uhradiť neoprávnené výdavky spojené s účasťou vyslaných zástupcov Prijímateľa na Podujatí vo vlastnej réžii, t. j. uhradiť všetky výdavky, ktoré im vzniknú a ktoré nie sú uvedené v prílohe č. 3 tejto Zmluvy. Prijímateľ je povinný zaobstarať víza alebo iné potrebné povolenie vstupu do krajiny, kde sa má Podujatie konať, pre ním vyslaných zástupcov a zabezpečiť im stravovanie spojené s účasťou na Podujatí v plnom rozsahu, pričom Prijímateľ zároveň znáša všetky náklady s tým spojené,
 - e) v prípade neúčasti vyslaných zástupcov Prijímateľa, resp. ktoréhokoľvek z nich na Podujatí v rozsahu uvedenom v písm. a) tohto bodu článku III. Zmluvy uhradiť SBA zmluvnú pokutu vo výške ceny vstupenky, resp. vstupeniek na Podujatie a tiež všetkých nákladov spojených s účasťou vyslaných zástupcov Prijímateľa na Podujatí v zmysle ustanovenia bodu 4 písm. a) tohto článku Zmluvy, s výnimkou neúčasti, ktorá predstavuje následok vyššej moci, t. j.

neúčast', ktorá nemohla byť zo strany Prijímateľa a/alebo jeho vyslaných zástupcov predvídateľná alebo ju nebolo možné zo strany Prijímateľa a/alebo jeho vyslaných zástupcov odvrátiť; existenciu týchto okolností je Prijímateľ povinný SBA preukázať a, ak je to možné, podložiť potrebnými dokladmi. Zmluvná pokuta je splatná do 15 (pätnástich) dní odo dňa doručenia výzvy na jej úhradu zo strany SBA Prijímateľovi,

- f) v prípade porušenia povinností Prijímateľa uvedených v písm. b) a/alebo c) tohto bodu Zmluvy, uhradiť SBA zmluvnú pokutu vo výške 12 000,- EUR (slovom: dvanásťtisíc eur). Zmluvná pokuta je splatná do 15 (pätnástich) dní odo dňa doručenia výzvy na jej úhradu zo strany SBA Prijímateľovi. Zaplatením zmluvnej pokuty v zmysle tohto ustanovenia zmluvy nezaniká povinnosť Prijímateľa stanovená v písm. b) a/alebo písm. c) tohto bodu Zmluvy,
 - g) oznámiť podľa ustanovenia § 22 Zákona o štátnej pomoci Ministerstvu financií SR prijatie pomoci podľa tejto Zmluvy, a to najneskôr do 30 (tridsiatich) dní po uplynutí štvrtého roka, v ktorom pomoc prijal. Formulár na oznámenie prijatia pomoci tvorí prílohu č. 4 tejto Zmluvy. Vyplnený formulár je Prijímateľ povinný zaslať vo vyššie uvedenej lehote na kontaktnú adresu: Ministerstvo financií Slovenskej republiky, Štefanovičová 5, 817 82 Bratislava. Dňom poskytnutia pomoci v rámci komponentu 1 Schémy sa rozumie deň schválenia žiadosti o poskytnutie konkrétnej formy pomoci zo strany SBA, t. j. 05. 03. 2015,
 - h) vytvoriť zamestnancom subjektov finančnej kontroly a vnútorného auditu, vykonávajúcim kontrolu, a to konkrétne: Útvaru kontroly Ministerstva hospodárstva SR a Ministerstva financií SR, Najvyššiemu kontrolnému úradu Slovenskej republiky, príslušnej Správe finančnej kontroly, Útvaru vnútorného auditu Ministerstva hospodárstva SR a Ministerstva financií SR a Odboru kontroly SBA primerané podmienky na riadne a včasné vykonanie kontroly a poskytnúť im potrebnú súčinnosť a všetky vyžiadané informácie a listiny týkajúce sa najmä realizácie účasti na zahraničnom start up podujatí a použitia pomoci; v prípade porušenia tejto povinnosti môžu byť prijímateľovi uložené pokuty v súlade so zákonom č. 502/2001 Z. z. o finančnej kontrole a vnútornom audite a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „**Zákon o finančnej kontrole a vnútornom audite**“),
 - i) v prípade, ak sa preukáže nepravdivosť akejkoľvek z informácií uvedených v žiadosti a jej prílohách podpísaných a predložených zo strany Prijímateľa, nahradiť všetky náklady uvedené v bode 4. písm. a) tohto článku Zmluvy, ktoré SBA za účelom poskytnutia podpory Prijímateľovi vynaložila, do 15 (pätnástich) dní odo dňa doručenia písomnej výzvy SBA na náhradu nákladov v zmysle tohto ustanovenia Zmluvy, a to vo výške a za podmienok uvedených v tejto výzve,
 - j) vrátiť poskytnutú pomoc alebo jej neoprávnene použitú časť v zmysle príslušných ustanovení Zákona o štátnej pomoci alebo iných osobitných predpisov, ak Prijímateľ nedodrží podmienky, za ktorých sa pomoc podľa tejto Zmluvy poskytnula.
4. Povinnosťou SBA je:
- a) zabezpečiť Prijímateľovi, resp. jeho vyslaným zástupcom účasť na Podujatí a v tejto súvislosti uhradiť vopred všetky účelné a oprávnené náklady s tým spojené, t. j. 2 (dve) vstupenky na Podujatie, náklady na dopravu na miesto Podujatia, t. j. 2 (dve) spätočné letenky z Viedne do Singapuru (s dátumom odletu, t. j. odchodu na Podujatie: 15. 03. 2015 a s dátumom priletu, návratu z Podujatia: 20. 03. 2015) a ubytovanie pre 2 (dve) osoby od 16. 03. 2015 do 20. 03. 2015 pre účely účasti na Podujatí,
 - b) informovať Prijímateľa o skutočnej výške pomoci poskytnutej v zmysle tejto Zmluvy do 10 (desať) dní po termíne uvedenom v bode 3. písm. b) tohto článku Zmluvy,
 - c) včas informovať Prijímateľa o akýchkoľvek zmenách v rámci Schémy.
5. SBA je oprávnená:
- a) spolu s Ministerstvom hospodárstva SR a ostatnými orgánmi štátnej správy vykonať kontrolu vynaložených verejných prostriedkov v súlade so Zákom o finančnej kontrole a vnútornom audite a zákonom č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „**Zákon o rozpočtových pravidlách**“),
 - b) spolu s Ministerstvom hospodárstva SR kontrolovať dodržiavanie podmienok, za ktorých sa pomoc prijímateľovi poskytla, ako aj ostatné skutočnosti, ktoré by mohli mať vplyv na správnosť a účelovosť poskytnutej pomoci. Ministerstvo hospodárstva SR a SBA kontrolujú predovšetkým hospodárnosť a účelnosť použitia poskytnutej pomoci a dodržiavanie

zmluvných podmienok a podmienok programu; za týmto účelom sú oprávnení vykonať kontrolu priamo u Prijímateľa.

6. Prijímateľ vyhlasuje, že:

- a) bol písomne informovaný o tom, že pomoc poskytovaná v zmysle tejto Zmluvy je minimálnou pomocou v zmysle Nariadenia Komisie (EÚ) č. 1407/2013 z 18. decembra 2013 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc de minimis, Úradný vestník Európskej únie, L 352, 24. december 2013,
- b) bol písomne informovaný o predpokladanej výške minimálnej pomoci vyjadrenej ako ekvivalent hrubého grantu,
- c) bol písomne informovaný o tom, že je prijímateľom pomoci de minimis v zmysle Zákona o štátnej pomoci, z čoho mu vyplýva povinnosť štvrťročne oznamovať Ministerstvu financií SR prijatie tejto minimálnej pomoci, a to do 30 dní po uplynutí štvrťroku, v ktorom minimálnu pomoc prijal,
- d) sa oboznámil so všetkými všeobecne záväznými právnymi predpismi, ktoré sa vzťahujú na prijímanú pomoc, resp. podporu v zmysle Schémy, najmä, nie však výlučne so Zákomom o štátnej pomoci ako aj so samotnou Schémou, je oboznámený so všetkými povinnosťami, ktoré pre neho z týchto predpisov a Schémy vyplývajú a zaväzuje sa ich dodržiavať,
- e) všetky údaje a informácie, ktoré SBA na účely plnenia tejto Zmluvy poskytol, sú správne a úplné,
- f) si je vedomý skutočnosti, že náklady na víza alebo iné potrebné povolenia pre vstup do krajiny, kde sa bude Podujatie konať, ako aj náklady na cestovné poistenie zahŕňajúce všetky jeho komponenty vrátane poistenia zodpovednosti za škodu znáša Prijímateľ v celom rozsahu a výlučne sám,
- g) je výlučne zodpovedný za to, že ním vyslaní zástupcovia disponujú potrebným druhom cestovného dokladu pre vstup do krajiny, kde sa Podujatie má konať. V prípade, ak sa vyslaní zástupcovia Prijímateľa alebo ktorýkoľvek z nich, nezúčastnia Podujatia z dôvodu, že pre vstup do krajiny, kde sa Podujatie má konať, nedisponoval, resp. nedisponovali potrebným druhom cestovného dokladu, je Prijímateľ povinný nahradiť SBA všetky náklady, ktoré na zabezpečenie účasti vyslaného zástupcu, resp. vyslaných zástupcov na Podujatí v zmysle bodu 4. písm. a) tohto článku Zmluvy vynaložila, a to do 15 (pätnástich) dní odo dňa doručenia písomnej výzvy SBA na ich náhradu,
- h) SBA nezodpovedá za udalosti vyššej moci, v dôsledku ktorých bude vyslaným zástupcom Prijímateľa znemožnená účasť na Podujatí vrátane okolnosti, že vyslaným zástupcom Prijímateľa alebo niektorým z nich nebudú príslušnými orgánmi udelené víza alebo iné potrebné povolenia pre vstup do krajiny, kde sa Podujatie bude konať. V prípade, ak k neudeleniu víz alebo iného potrebného povolenia pre vstup do krajiny dôjde z dôvodu, ktorý je na strane Prijímateľa alebo ním vyslaných zástupcov, resp. ktoréhokoľvek z nich, je Prijímateľ povinný nahradiť SBA všetky náklady, ktoré na zabezpečenie účasti vyslaného zástupcu, resp. vyslaných zástupcov na Podujatí v zmysle bodu 4. písm. a) tohto článku Zmluvy vynaložila, a to do 15 (pätnástich) dní odo dňa doručenia písomnej výzvy SBA na ich náhradu,
- i) celková výška pomoci poskytnutá Prijímateľovi pomoci (vrátane všetkých členov skupiny podnikov, ktoré so žiadateľom tvoria jediný podnik podľa článku 2 ods. 2 Nariadenia Komisie (EÚ) č. 1407/2013) nepresiahne 200 000,- EUR v priebehu obdobia 3 (troch) fiškálnych rokov, a to aj od iných poskytovateľov, alebo v rámci iných schém pomoci de minimis v čase predloženia žiadosti. Celková výška pomoci de minimis poskytnutá jedinému podniku vykonávajúcemu cestnú nákladnú dopravu v prenájme alebo za úhradu, nepresiahne 100 000,- EUR v priebehu obdobia 3 (troch) fiškálnych rokov. Trojročné obdobie v súvislosti s poskytovaním minimálnej pomoci sa považuje obdobie prebiehajúceho fiškálneho roku a 2 (dvoch) predchádzajúcich fiškálnych rokov, a určuje sa na základe účtovného obdobia prijímateľa. Podľa zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov je účtovným obdobím kalendárny alebo hospodársky rok, a to podľa rozhodnutia podnikateľa.

IV. Kumulácia pomoci

1. Prijímateľ berie na vedomie, že:
 - a) kumulácia pomoci je vždy viazaná na konkrétneho prijímateľa (vrátane všetkých členov skupiny podnikov, ktoré so žiadateľom tvoria jediný podnik podľa článku 2 ods. 2 Nariadenia Komisie (EÚ) č. 1407/2013),
 - b) pomoc *de minimis* sa nekumuluje so štátnou pomocou vo vzťahu k rovnakým oprávneným nákladom alebo štátnou pomocou na to isté opatrenie rizikového financovania, ak by takáto kumulácia presahovala najvyššiu príslušnú intenzitu pomoci alebo výšku pomoci stanovenú v závislosti od osobitných okolností jednotlivých prípadov v nariadení alebo rozhodnutí o skupinovej výnimke prijatých komisiou. Pomoc *de minimis*, ktorá sa neposkytuje na konkrétne oprávnené náklady, ani sa k nim nedá priradiť, možno kumulovať s inou štátnou pomocou poskytnutou na základe nariadenia o skupinovej výnimke alebo rozhodnutí prijatých komisiou,
 - c) pomoc *de minimis* poskytnutá v súlade s Nariadením Komisie (EÚ) č. 1407/2013 sa môže kumulovať s pomocou *de minimis* poskytnutou v súlade s nariadením Komisie (EÚ) č. 360/2012 z 25. apríla 2012 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc *de minimis* v prospech podnikov poskytujúcich služby všeobecného hospodárskeho záujmu (Ú. v. EÚ L 114, 26. 4. 2012, s. 8) až do výšky stropu stanoveného v uvedenom nariadení. Môže byť kumulovaná s pomocou *de minimis* poskytnutou v súlade s inými predpismi o pomoci *de minimis* až do výšky príslušného stropu stanoveného v článku 3 ods. 2 Nariadenia Komisie (EÚ) č. 1407/2013.

V. Platnosť a účinnosť zmluvy a jej ukončenie

1. Táto Zmluva sa uzatvára na dobu určitú, a to na 10 (desať) rokov odo dňa nadobudnutia účinnosti tejto Zmluvy.
2. Táto Zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpísania oboma zmluvnými stranami. Táto Zmluva je povinne zverejňovanou zmluvou v zmysle ustanovenia § 5a ods. 4 zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorá v zmysle ustanovenia § 47a Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej zverejnenia v Centrálnom registri zmlúv (link: www.crz.gov.sk).
3. Túto Zmluvu je možné ukončiť:
 - a) uplynutím doby, na ktorú bola uzavretá,
 - b) písomnou dohodou zmluvných strán,
 - c) okamžitým odstúpením od Zmluvy zo strany SBA, ak Prijímateľ, resp. jeho vyslaní zástupcovia pred nástupom Podujatie neposkytuje SBA súčinnosť potrebnú k riadnemu plneniu povinností oboch strán v zmysle tejto Zmluvy alebo ak zo správania Prijímateľa, resp. jeho vyslaných zástupcov pred nástupom na Podujatie môže SBA dôvodne predpokladať, že dôjde k porušeniu povinností Prijímateľa stanovených touto Zmluvou. Právo na zaplatenie zmluvnej pokuty a/alebo na náhradu škody v zmysle tejto Zmluvy nie je odstúpením SBA od tejto Zmluvy nijako dotknuté.

VI. Záverečné ustanovenia

1. Písomnosť v zmysle tejto Zmluvy sa bude považovať za doručení aj vtedy, ak nebude prevzatá stranou Zmluvy, ktorej bola adresovaná, a to dňom, kedy bola uložená na pošte po neúspešnom pokuse pošty o doručenie písomnosti určenej strane Zmluvy ako adresátovi.
2. Všetky zmeny a doplnenia tejto Zmluvy je možné vykonať len vo forme písomných a číslovaných dodatkov podpísaných oboma zmluvnými stranami.
3. Zmluva sa vyhotovuje v 3 (troch) vyhotoveniach v rozsahu 18 (osemnásť) strán (vrátane príloh), s určením 2 (dve) vyhotovenia pre SBA a 1 (jedno) vyhotovenie pre Prijímateľa.
4. Vzájomné vzťahy zmluvných strán, ktoré nie sú výslovne dohodnuté v tejto Zmluve, sa riadia príslušnými ustanoveniami všeobecne záväzných právnych predpisov platných na území

Slovenskej republiky, a to najmä ustanoveniami Obchodného zákonníka a Zákona o štátnej pomoci.

5. Zmluvné strany vyhlasujú, že ich zmluvná voľnosť nie je ničím obmedzená, svoju vôľu prejavili slobodne, vážne, zrozumiteľne a určito, Zmluvu neuzavreli v tiesni či nápadne nevýhodných podmienok, jej obsahu porozumeli bez výhrad a na znak súhlasu ju podpisujú.
6. Prílohami tejto Zmluvy sú:
 - Príloha č. 1: Program podujatia Retail Congress Asia Pacific
 - Príloha č. 2: Správa o účasti na zahraničnom startup podujatí
 - Príloha č. 3: Oprávnené výdavky
 - Príloha č. 4: Oznámenie o prijatí minimálnej pomoci

V Bratislave dňa

V dňa

Slovak Business Agency
Ing. Branislav Šafárik
generálny riaditeľ

retail.bi s.r.o.
Daniel Minárik
konateľ

Príloha č. 1: Program podujatia Retail Congress Asia Pacific 2015

Retail Congress Asia Pacific 2015

Retail Congress Asia Pacific 2015 Day One: Tuesday 17 March 2015			
The world's new retail hub: Is the Asian consumer revolution a driving force for innovation?			
07:45	<i>Registration and morning refreshments</i>		
09:00	World Retail Congress Asia Pacific – Welcome Address Juliana Liu, BBC Correspondent, BBC		
09:10	What's next for Asia? Retail leaders' big predictions Three forward thinking retail leaders of some of Asia's largest home grown retailers join together on stage to share their opinions on the key trends shaping retail over the next five years. Where do they see the opportunities for growth? How do they see the offline and online worlds merging and developing? What new characteristics can we expect from generation Y and how should retail respond to these? <i>Moderator:</i> Terry O'Connor, Group Chief Executive Officer, Courts Asia <i>Speakers:</i> Masaya Ueno, Director, Rakuten Asia Pte Ltd Jose Gomez, Senior Vice President, Business Development, Mango Head of APAC BD, Tmall Global, Alibaba Group		
10:00	Navigating the new retail landscape: What it looks like and how to be successful in it The retail industry globally is in the early stages of a new era of radical and tumultuous change which forces all leaders to re-examine the very fundamentals of their businesses and even raises the question of what retailing is any more. No-where in the world is the transformation of retailing happening more quickly than in Asia. In this session the speaker will offer his view on the defining features of the new landscape of retail and what businesses and business leaders will need to do if they are to be successful. Dr Alan Treadgold, Global Retail Advisor, Advisory Board Member of the Oxford Institute of Retail Management, The University of Oxford		
10:40	The power of brands: what is the future for luxury brands in Asia? Luxury brands were the first to recognise the opportunity presented by Asia's exciting new retail markets. But can luxury continue to prosper as Asian consumer tastes change, new international and domestic brands emerge and economic growth rates slow? One of the world's leading names in luxury brands, Daniel Piette, Chairman of LVMH Investments gives a personal perspective on the strengths of true luxury and how it can build on its heritage whilst adapting to the future. Daniel Piette, Chairman, LVMH Investment Funds		
11:00	<i>Morning refreshment break in the Exhibition and Networking Hall</i>		
	Stream Room A	Stream Room B	Stream Room C
11:45	<i>Driving Retail Growth</i>	<i>Bricks and Clicks</i>	<i>Growth Market Opportunities</i>
	Driving international growth: What to consider when assessing new markets? As domestic and international retailers alike seek growth across they are tasked with the development of a stable and realistic growth strategy and strong execution infrastructure. Faced with very individual and complex markets in the region, each requires a unique focus. In this session we bring together a panel of retailers and business development experts to consider how retailers should	Let's get Phygital: The synergy of digital and physical retail: How is it set to evolve? Whilst the blurring of the digital and physical worlds is nothing new, retail is still only on the cusp of fully embracing this phenomenon. Ecommerce has by no means killed the physical retail scene, it has weeded out old school thinking and bad, slow customer. Physical retailers now need to think how the physical and digital worlds can be best merged. As one of the quickest regional markets to	Perspectives on international expansion in India: Challenges and growth opportunities India has been a notoriously difficult market for international retailers to succeed in owing to strict regulations on entry models and the challenge of winning brand engagement with local consumers. This panel of retailers and market experts join to discuss some of the pitfalls retailers have experienced and overcome, considering:

assess growth opportunities. To what extent should growth be data driven or intuitive, gut feeling? What kind of systematic framework needs to be set up internally? How should you consider balancing short term gains vs long term growth?	engage with a mobile first philosophy, retailers in Asia now have a huge opportunity to think creatively about how they can increase engagement and improve service both online and in-store via digital mediums – be it through the power of mobile, social channels or in-store technology. This	- Partnership and hybrid models – Building a mutually beneficial relationship - Marketing communication in tune with consumer perceptions - Distribution models – establishing an effective supply
--	--	--

Retail Congress Asia Pacific 2015

	<i>Moderator:</i> Carl Miller, Managing Director, Global Retail Insights Network <i>Speakers:</i> Bart Denolf Bruyneel, International Director, Pepe Jeans Karen Eidsvik, Regional Director Asia, Subway Jake Shepherd, Regional Retail World Director, APAC, GfK Vaidyanath Swamy, Chief Operating Officer, N-Vision Consulting, Former Managing Director, P&G Asia	panel of experts comes together to consider how physical and digital worlds will continue to collide. <i>Moderator:</i> Brian Elliott, Chief Executive Officer, Periscope, a McKinsey Solution <i>Speakers:</i> Michele Ferrario, Managing Director, Zalora eto eter Director and Co-Founder, Edit Suits Co Todd Kurie, Vice President, Marketing, RedMart Daniel Lee, Senior Director, Digital Experience Lead APMEA, McDonald's	chain - Product offering – Integrating local tastes into product development <i>Moderator:</i> Sachin Marya, President, Franchise India Holdings <i>Speakers:</i> Ponnu Subramanian, Chief Operating Officer, Max Hypermarkets, SPAR India Sunil Chainani, Board Member, FabIndia Nissan Joseph, Managing Director, Crocs India Dheeraj Gupta, Managing Director, Jumboking Foods
12:45	Lunch Break		
	Stream Room A	Stream Room B	Stream Room C
14:00	Driving Retail Growth	Satisfying the Customer	Growth Market Opportunities
	Workshop: Leadership challenges and the agenda for retailers from South East Asia in "New Normal" Competitive position and financial success are equally dependent on the ability of a business to adapt. Business managers and leaders everywhere are finding themselves facing increasingly complex, dynamic and global environment and are having to take key decisions on the structures, strategies and performance of their organisations going forward against ever changing backdrop. This pace of change is driving the new leadership agenda. This interactive workshop will explore : - What makes an effective leader in today's fast moving business world? - Who are the new leaders of the 21st century? - What are the new competencies required for the "New Normal" in Retail Asia? Dr Nitin Sanghavi, Professor of Retail Marketing and Strategy, The University of Manchester	Satisfying the experience hunters: creating retail-tainment The future of shops will be increasingly defined by experiential spaces offering personalized service, integrated online and offline value propositions, and pop-up stores to satisfy demands for immediacy and surprise. This session considers some of the key practices that retailers are employing to create entertainment in the retail space and the balance of brand engagement vs real ROI including: - Merchandising initiatives to allow product 'Story-telling' and interaction - Hospitality services including personal shopping, food and beverage choices and VIP lounges - In-store events and retail-tainment to attract new customer segments <i>Moderator:</i> Ben Flintoff, National Operations Manager, Palm Oasis Ventures for Baskin-Robbins Australia <i>Speakers:</i> Geoff Poon, Co-Founder, Amenpapa Matteo Sutto, Director & Co-Founder, Tate & Tonic	Establishing and profitably growing a modern retail business in India Despite the challenging operating environment for retail in India, there are many retailers who have developed successful business models that are allowing them to grow strongly and achieve profitability. The session will bring some of these successful retail businesses' leaders to share their learning and offer their advice to new entrants. <i>Moderator:</i> Arvind Singhal, Chairman, Technopak <i>Speakers:</i> Anupam Yog, Director, VR Asset Management, Virtuous Retail Vasanth Kumar, Executive Director, Max Fashions, Landmark Group Ajit Joshi, Chief Executive Officer, Infiniti Retail, Tata Group Himanshu Chakrawarti, Chief Executive Officer, The Mobile Store

		Bob Neville, Global Retail Creative Director and Head of Retail, New Balance	
14:55	<i>Driving Retail Growth</i>	<i>Innovating Business Culture</i>	<i>Growth Market Opportunities</i>
	Making a name in retail: What makes a successful brand in the Asia Pacific region? As domestic and international retailers seek to grow in the Asia Pacific region, each faces the challenge of adapting to	Creative business culture: What is needed from Asia's new retail leaders? A millennial, cross cultural workforce and digital retail developments have all had significant impact on business	A view to China: The trends shaping the future retail landscape Even though China's economic growth is no longer at the rate of the lucky 8% it still remains the most interesting

Retail Congress Asia Pacific 2015

	diverse cultural preferences and languages to win the hearts and minds of the Asia Pacific customer. This session we hear from one of the region's most successful retailers on their own brand building exercise as they expanded throughout the region. They demonstrate how they have responded to the expanding marketing ecosystem where technology now provides a myriad of touch points for consumers to engage with a brand and consider what retailers will need to consider for the future to deliver a first class brand experience. Bob Neville, Global Retail Creative Director and Head of Retail, New Balance	culture and organisational set up. The skill set required by retail leaders across the C-suite functions continues to see huge change as companies re-organise, consolidate and re-structure to ensure that strategic vision can be effectively executed. This session will consider: - CDOs, CIOs and Innovation officers, leaders- The new skill sets and roles needed to respond to modern retail - Empowering a workforce from ground level up – Responding to the expectations of a millennial workforce - Institutionalize a culture that would thrive in ambiguity and exponential growth Ganesh Subramanian, Head of New Initiatives, Former Chief Operating Office, Myntra.com	market for retailers considering expansion in the Asia Pacific and a huge opportunity for domestic retailers. With labour costs and real estate prices increasing, how will China's retail landscape evolve over the next few years? As the trade restrictions loosen and access to this superpower nation becomes easier, what opportunities does this present for international retailers? Bringing together some of China's key retail leaders and experts this session will consider some of the key trends that are defining China's retail industry development. <i>Moderator:</i> Carl Miller, Managing Director, Global Retail Insights Network <i>Speakers:</i> Yoep Man, Commercial and Marketing Director, SPAR China
15.45	<i>Afternoon refreshment break in the Exhibition Hall</i>		
16:30	Growing in Asia - Integrating tried and tested international retail formats to the diversity of Asia From destination SPAR hypermarkets in community malls to premium lifestyle supermarkets to the growth of convenience and online retail. Tobias Wasmuht, Managing Director, SPAR China		
17:00	A vision of the modern retail store: What to consider? This in-depth and visual session will provide examples of the way in which physical store retailers have devised and developed their version of the modern retail store. How they have visually manifested the brands core values? What key features have been used to drive customer engagement with product? What role does technology play in the store? Tim Kobe, Founder and Chief Executive Officer, Eight Inc		
17:30	Recognition of Excellence: Lifetime Achievement Award presentation The World Retail Award for Lifetime Achievement celebrates pioneers in best practice and innovation from Asia's dynamic retail market. recipients are those that have demonstrated outstanding vision and inspiration throughout their long and distinguished careers – motivating others to embrace originality and change. In 2015 the Lifetime Achievement Award will be presented to Dr Seung-Han Lee, Former Chairman and Chief Executive Officer, Tesco Homeplus Korea		
18:00	<i>Drinks Reception in the Exhibition and Networking Hall</i>		

Retail Congress Asia Pacific 2015

Congress day two: Wednesday 18 March 2015	
Made in Asia: Re-defining modern retail	
09:00	Engaging Retail Customers in a digitally connected world The Asian consumer is “always on”. For many “if it is not worth sharing it is not worth doing”. The rules of engagement are changing and retailers must understand the new order to successfully connect with a generation of digital consumers. This session aims to provide an in-depth look into how a retail brand like Pizza Hut is listening, influencing and transacting with customers and practising its mantra of “Thinking Big Starting Small Scaling up Fast”. Pankaj Batra, Chief Marketing Officer, Pizza Hut – Asia
09:30	Perspectives from retail’s revolutionaries: Taking a new approach to retail business Whilst the super brands and big retailers continue their growth in the Asia Pacific market place, a new generation of entrepreneurs and retail leaders are creating the next generation of retail and brand concepts. Fully embracing the evolutions in digital technology and well versed in new consumer instincts, they have successfully carved out their own niche in the market, taking a different tact in their evolution within the retail space. Here they share their unique views on today’s consumer their own entrepreneurial approach to retail and the future outlook on the industry. Roger Egan III, Co-Founder and Chief Executive Officer, RedMart
10:00	Rethinking Asian retail: Building e-commerce ecosystems With some of the most dynamic demographic groups, tech savvy consumers and complex supply chain systems around the world, retailers need to understand what innovative solutions will help them reach and retain these consumers. As one of the co-founders of akuten Inc. Masatada Kobayashi will discuss akuten’s unique model that offers merchants and consumers around the world more opportunities to connect akuten’s dedication to empowering people and society through the internet that is part of the company’s DNA and how this is an integral part of akuten’s vision to be a truly global company. Masatada Kobayashi, Managing Director and Chief Executive Officer, Rakuten Asia Pte Ltd
10:30	<i>Morning refreshment break in the Exhibition Hall</i>
11:00	The battle for assets: Asia’s real estate evolution and its influence on the growth of modern retail Retail investment in Asia has reached record levels over the last few years as investors and retail companies alike bid to have their share the of the prime real estate locations that the market has to offer. Home to some of the world’s largest and most impressive malls these retail developments are often setting the agenda for the way in which modern retail trade and infrastructure evolves. Joining together on stage, retail developers, mall operators and retailers will share their thoughts on the growth and development of physical retail and its impact on modern retail trade in the region
11:30	Asia’s new perception of luxury The Asian consumer has historically had an insatiable appetite for luxury goods with Asia providing the world largest luxury market. However a shift is being seen in the way that luxury goods are perceived and consumed in the Asia Pacific retail market. The growth of the middle classes has brought a new group of consumers into the mainstream luxury market that are more discerning about their brand choices, demonstrating an appetite for both high end luxury and affordable luxury. The same clientele are now looking for digital-inspired experiences, expecting the same kind of elite service across the physical and virtual worlds. So what does this mean for luxury brands retailing in the Asia Pacific market? This leading luxury retailer will offer their thoughts on the state of play in the luxury retail market and their perceptions on what the luxury consumer of today is expecting of luxury brands. <i>Moderator:</i> Amrita Banta, Managing Director, Agility Research & Strategy <i>Speakers:</i> Ravi Thakran, Chairman, LVMH South, South East Asia and Middle East
12:00	The Rise Of The Rest – Making Retail Affordable Allard Sjollema, Chief Executive Officer, New Markets, Courts Asia
12:30	<i>Lunch and networking in the Exhibition and Networking Hall</i>

14:00	Stream Room A	Stream Room B	Stream Room C
	<i>Driving Retail Growth</i>	<i>Bricks and Clicks</i>	<i>Growth Market Opportunities</i>

Retail Congress Asia Pacific 2015

Developing e-Commerce market entry strategies in APAC
The Asian e-Commerce market has caught global attention following its unprecedented growth rate over the last few years. This panel session will bring together prominent information and local insights about the markets across the highly diverse region. It identifies the region's key characteristics while pointing out the trends to watch for, the potentials for business and the possible strategies that brands and retailers should adopt in order to take full advantage of the growth potential of APAC. The big questions being asked are how this transforming e-Commerce market will affect physical retail and the omnichannel strategies going forward? Is the growth sustainable and will consumers continue to seek online shopping options? What kind of investment should physical retailers with an online presence be looking to make in the next few years?

Moderator: Marc Gagne, Vice President, Asia Pacific and Japan, Demandware
Speakers: Marcelo Wessler, Chief Executive Officer, SingPost eCommerce
Allan Vincentz, Group Digital Manager, Norbreeze Group & COCOMI
Vikram Idnani, Head - IT, Trent - Tata Group

Personal and profitable: Managing supply chain to grow revenue across channels

Modern consumers demand retailers to deliver seamless service across all channels. At the centre of matching these expectations is effective management of supply chain: How can you drive additional sales by harnessing the power of your supply chain? How do you make your offering personal whilst ensuring profitability for your business? With growing sales and the pace of retail, how can retailers make sure that inventory is available at the right moment and in the right place? This session will explore strategies that reduce online shopping cart abandonment, boost in-store sales and make customers come back to your retail outlet time after time.

Moderator: Raghav Sibal, Managing Director, Australia and New Zealand, Manhattan Associates
Speakers: Pawoot Pongvitayapanu, Managing Director and Founder, Rakuten TARAD.com (Thailand)
Kiren Tanna, co-CEO, Asia Pacific Internet Group
Vikram Rupani, Co-Founder and Chief Financial Officer, RedMart
Maximilian Bittner, Chief Executive Officer, Lazada Group (tbc)

Emerging markets on the horizon: What opportunities will Myanmar present in the future?

Though still deemed relatively small retail market, this country demonstrates huge potential for retailers in the next five years and beyond. These two presentations will provide an offer view of this country's markets assessing:

- Current, medium and long term growth potential of the market
- Level of consumerism and brand engagement
- Internet growth penetration and consumer engagement with online services
- How traditional retail habits can inform the growth of the modern retail

Moderator: Hasham Mehmood, Investment Officer, International Finance Corporation
Speakers: Win Win Tint, Founder, City Mart

14:45	<i>Innovating Business Culture</i>	<i>Satisfying the Customer</i>	<i>Growth Markets Stream</i>
	The war on talent: How can retail attract and develop a motivated workforce With the growth of the emerging middle classes, a greater number of young people are receiving a university education and choosing to go into professional services. Retail has to compete for its share of talent and expertise and consider how they can attract and retain talent in their workforce. In this session, retailers offer their thoughts on: - Prioritising effective practice within HR divisions	A new era of fulfilment: The race to the finish line Customer experience and satisfaction in the final mile of fulfilment is one of the most critical factors for retailers today. Providing the delivery service on the customers' terms is now the new norm – be it in store, via home delivery or click and collect. To achieve this, retailers need to re-evaluate every portion of the value chain to better improve their delivery options. Simultaneously, at the customer facing end, a consistent brand experience must	Growth markets focus: The Philippines – Developing a localised viewpoint to ensure future retail growth The Philippines has seen a surge in retail-oriented construction activity of late as economic growth buoys the disposable incomes of the growing middle class. This session provides an in-depth discussion on the growth of retail trade in the market, considering: - Consumer activity and buying behaviour - Mall mania – The consumer appetite for mega-mall



	- How you empower ground level employees? - Successful training initiatives to nurture talent - Top down practices to strengthen employees engagement with company ethos and practices <i>Moderator:</i> Chee Nian Tze, Group General Manager –	be provided seamlessly across the different channels. This panel of retailers and logistics providers consider the most viable transformations that retailers can make to achieve this near impossible task? What assets can be leveraged to deliver on the promise to the customer?	retailing - Viable retail formats - Domestic retailers' perspectives on the future growth of the market <i>Moderator:</i> Christina Rosen, Associate Analyst, Planet
--	--	---	---

Retail Congress Asia Pacific 2015

	Human Resources, Robinsons & RSH Group of Companies <i>Speakers:</i> Jonathan Yabut, Chief to Staff, AirAsia Anthony Rose, Chairman and CEO, House of Rose Professional, Former Head of Corporate Affairs function, Walmart Asia Vaidyanath Swamy, Chief Operating Officer, N-Vision Consulting, Former Managing Director, P&G Asia	<i>Moderator:</i> Sarah Young O'Donnell, Chief Executive Officer, Seibu Enterprises <i>Speakers:</i> Anil Konidena, Chief Operating Officer, Royal Sporting House Ronan Hurley, Chief Operating Officer, Luxola Naresh Ahuja, Chairman & CEO, ETP Group Susie Sugden, Co-founder and Joint MD, Vela	Retail <i>Speakers:</i> Pascale Vermeerbergen imene VP Business Development, SM Retail Joseph Lim Bon Huan, President and Chief Operating Officer, Expressions Stationery Shop
15:45	<i>Afternoon refreshment break in the Exhibition Hall</i>		
16:30	Macro trends: Understanding a New Global Consumer Asia is undoubtedly an enormous consumer powerhouse, where breakneck development has seen swift growth of an emerging middle class, with a new found confidence often against a back drop of ever enlarging megacities. This keynote will serve to highlight some of the key global macro trends that are influencing the region's development and will provide an analysis of how behaviour and preferences of the new global consumer will impact the retail environment in the future both in Asia and internationally Jose Gomez, Senior Vice President, Business Development, Mango		
17:00	Future outlook - the new retail adventure in Asia: Where could we go now? Asia now has a population of 4.2 billion, moving from global manufacturer to become a tumultuous consumer force, boasting the highest concentration of high net worth individuals and connected individuals. The appetite for a diverse mix of consumer brands, next level of convenience and experiences that broach the physical and virtual worlds will see retailers embark on pioneering initiatives to take consumers on a new adventure. In this closing session the speaker will offer his unique view on the journey forward for the industry and what new adventures are on the horizon for this vast and dynamic region.		
17:30	<i>Close of the Congress</i>		

Retail Study Tour

Store visits include:

NTUC Warehouse Club

NTUC Fairprice, Singapore's leading supermarket, has created a new wholesale format store as an expansion of their business model. Understand how the store layout and interior has been carefully designed to reflect and enhance the promotional offerings, carrying an air of industrial chic – a first of its kind store in Singapore.

SPACE Furniture Store

Discover how this upmarket furniture store has carefully crafted a contemporary retail showroom with expanded lifestyle facilities that retain the old-world charm of its heritage stature.

Under Armour, Orchard Gateway

Experience the dynamic, vibrant setting of this fast growing American sportswear brand presenting a colourful, fresh and engaging environment for its customers

The Hour Glass Malmaison Store

Upmarket Luxury watch retailer the Hour Glass has created a one of a kind store using ornate and unusual décor to evoke the splendour of its namesake; Chateau de Malmaison – the home of Josephine and Napoleon Bonaparte. Spread over two opulent floors, the store is a beautiful example of how retailers can think outside the box to create an attractive environment that extends beyond just the visual senses.

PACT

Be inspired by this destination emporium which has reinvented the traditional retail norms to develop a cooperative network of spaces. With a creative use of space see how the individual business have aligned to provide an all-encompassing shopping, service, food and beverage evoking a cool, hip vibe that resonates with their target customers.

Market Place by Jason's

See first-hand how, with its marketplace interior, this gourmet grocer has created an animated, welcoming environment for its customers. A refreshing backdrop that complements the fine foods, wines and niche, epicurean brands from around the world sold in store.

Tangs Department Store

Tangs has long been heralded as one of Singapore's finest department stores, a mecca for Shoppers and Tourists alike. Having undergone a substantial transformation the newly re-furnished store boasts an impressive array of international brands. The architects have carefully thought out every aspect of the customers experience and the store interiors provide a magnificent backdrop to showcase the diverse range of men's and women's apparel, accessories, grooming must-haves and home essentials.

Candylicious

Explore the vibrant, colourful world of Candylicious combining sweets and the world of imagination to create a hip and fashion-forward Candy Store.

Príloha č. 2: Správa o účasti na zahraničnom start up podujatí

Meno, priezvisko alebo názov:	
IČO:	
Meno a priezvisko zástupcov Prijímateľa, ktorí sa podujatia zúčastnili:	
Názov podujatia:	
Miesto konania podujatia:	Termín konania:
<u>Popíšte priebeh cesty na start up podujatie v zahraničí (dátum príchodu, odchodu, navštívené prednášky, podujatia, absolvované stretnutia s investormi atď.): *</u>	
<u>Boli ste spokojný s kvalitou daného podujatia (obsah alebo forma)? *</u> <u>1 2 3 4 5</u> <u>Najmenšia spokojnosť Najvyššia spokojnosť</u>	
<u>Uveďte odôvodnenie Vašej predchádzajúcej odpovede:</u>	
<u>V čom Vám najviac pomohla účasť na danom podujatí? *</u>	
<u>Naplnili sa Vaše očakávania alebo ciele od účasti na danom podujatí? *</u> <u>Ano nie</u>	
<u>Uveďte prečo áno a prečo nie alebo Vaše odporúčania na zmenu.</u>	
* povinný údaj	
Dátum :	dd.mm.rrrr
	Podpis prijímateľa

Príloha č. 3: Oprávnené výdavky

Oprávnené výdavky sú v zmysle tejto Zmluvy:

- a) cestovné náklady, t.j. spätočná letenka pre dve osoby Viedeň – Singapur, v termíne 15. 03. 2015 – 20. 03. 2015,
- b) výdavky na ubytovanie v rozsahu 16. 03. 2015 – 20. 03. 2015 pre dve osoby,
- c) účastnícke poplatky za vstup na Podujatie a na Retail Study Tour pre dve osoby.

Príloha č. 4: Oznámenie o prijatí minimálnej pomoci

Ministerstvo financií SR
Odbor štátnej pomoci
Štefanovičova 5
817 82 Bratislava

OZNÁMENIE O PRIJATÍ MINIMÁLNEJ POMOCI

podľa § 22 ods. 2 zákona č. 231/1999 Z. z. o štátnej pomoci v znení neskorších predpisov

☐ NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 1407/2013 z 18. decembra 2013 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc *de minimis* (účinné od 1.1.2014) (do 31.12.2013 účinné: NARIADENIE KOMISIE (ES) č. 1998/2006 z 15. decembra 2006 o uplatňovaní článkov 87 a 88 Zmluvy o založení EÚ na pomoc *de minimis*)

☐ NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 360/2012 z 25. apríla 2012 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc *de minimis* v prospech podnikov poskytujúcich služby všeobecného hospodárskeho záujmu

1. Meno a priezvisko / obchodné meno príjemcu:.....

2. Adresa

miesta podnikania:

sídla príjemcu:

3. IČO / DIČ príjemcu:..... 4. Typ podniku:

5. Poskytovateľ (Názov a sídlo):

6. Schéma minimálnej pomoci:

7. Odvetvie, v ktorom príjemca podniká (SK NACE Rev. 2):

8. Účel: 9. Forma pomoci:

10. Fiškálny rok príjemcu: oddo.....

11. Údaje o poskytnutej (schválenej) minimálnej pomoci:

Výška minimálnej pomoci v EUR	Dátum poskytnutia

12. Údaje o prijatej minimálnej pomoci

Výška minimálnej pomoci v EUR	Dátum prijatia

13. Iná doteraz prijatá minimálna pomoc

Poskytovateľ (názov a sídlo)	Výška minimálnej pomoci v EUR	Dátum prijatia

Súhlasím so zverejnením údajov uvedených v tomto oznámení na účely získania prehľadu o poskytnutí minimálnej pomoci v zmysle NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 1407/2013 z 18. decembra 2013 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc *de minimis* (účinné od 1.1.2014) (do 31.12.2013 účinné: NARIADENIE KOMISIE (ES) č. 1998/2006 z 15. decembra 2006 o uplatňovaní článkov 87 a 88 Zmluvy o založení EÚ na pomoc *de minimis*) a v súlade so zákonom č. 122/2013 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

V..... dňa

Meno a priezvisko, podpis štatutárneho zástupcu príjemcu minimálnej pomoci a odtlačok pečiatky príjemcu.....

Poučenie pre príjemcov minimálnej pomoci:

Príjemcovia minimálnej pomoci sú podľa § 22 zákona č. 231/1999 Z. z. o štátnej pomoci v znení neskorších predpisov povinní štvrťročne oznamovať Ministerstvu financií SR prijatie tejto pomoci, a to do 30 dní po uplynutí kalendárneho štvrťroku, v ktorom minimálnu pomoc prijali (na formulári uverejnenom na webovom sídle MF SR:

<http://www.finance.gov.sk/Default.aspx?CatID=5232>)

Pokyny na vyplnenie formulára pre oznámenie o prijatí minimálnej pomoci:

Bod:

☐ NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 1407/2013 z 18. decembra 2013 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc de minimis (účinné od 1.1.2014) (do 31.12.2013 účinné: NARIADENIE KOMISIE (ES) č. 1998/2006 z 15. decembra 2006 o uplatňovaní článkov 87 a 88 Zmluvy o založení EÚ na pomoc de minimis)

☐ NARIADENIE KOMISIE (EÚ) č. 360/2012 z 25. apríla 2012 o uplatňovaní článkov 107 a 108 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na pomoc de minimis v prospech podnikov poskytujúcich služby všeobecného hospodárskeho záujmu – **označí sa „X“ podľa ktorého nariadenia Komisie bola minimálna pomoc poskytnutá.**

1. Uvedie sa obchodné meno príjemcu tak, ako je zapísané v Obchodnom registri.

2. Uvedie sa miesto podnikania príjemcu v prípade prijatia minimálnej pomoci fyzickou osobou – podnikateľom. Adresa sídla príjemcu sa uvádza v prípade prijatia minimálnej pomoci právnickou osobou.

3. Ak príjemcovi nebolo pridelené IČO, uvádza sa DIČ.

4. Uvedie sa, či príjemca fyzická osoba je **podnikateľ**, alebo vykonáva prácu **na základe dohody**. Okrem toho sa uvedie jeden z nasledujúcich typov podnikov: **mikropodnik, malý podnik, stredný podnik**, alebo **veľký podnik**, a to podľa prílohy I k nariadeniu Komisie (ES) č. 364/2004 z 25. februára 2004, ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie (ES) č. 70/2001 vzhľadom na rozšírenie jeho pôsobnosti na výskum a vývoj (Ú.v. ES L 63, 28.2.2004, s. 22). Podľa predmetnej prílohy sa podniky členia nasledovne:

Kategóriu mikropodnikov, malých a stredne veľkých podnikov (ďalej len „MSP“) tvoria podniky, ktoré zamestnávajú menej ako 250 osôb a ktoré majú ročný obrat nepresahujúci 50 mil. EUR a/alebo celkovú ročnú hodnotu aktív nepresahujúcu 43 mil. EUR. V rámci kategórie MSP je malý podnik definovaný ako podnik, ktorý zamestnáva menej ako 50 osôb a ktorého ročný obrat a/alebo celková ročná hodnota aktív nepresahuje 10 mil. EUR.

V rámci kategórie MSP je mikropodnik definovaný ako podnik, ktorý zamestnáva menej ako 10 osôb a ktorého ročný obrat a/alebo celková ročná hodnota aktív nepresahuje 2 mil. EUR.

Pri výpočte počtu pracovníkov a finančných súm sa zohľadňujú podniky, ktoré sú definované v čl. 3 prílohy uvedeného nariadenia, pričom je potrebné postupovať podľa čl. 4 až 6 prílohy.

6. Ak bola prijatá minimálna pomoc podľa schémy minimálnej pomoci, uvedie sa názov schémy.

7. Uvedie sa odvetvie, a to v zmysle Odvetvovej klasifikácie ekonomických činností (OKEČ), ktorá je súčasťou vyhlášky Štatistického úradu Slovenskej republiky č. 306/2007 Z. z. z 18. júna 2007, ktorou sa

vydáva Štatistická klasifikácia ekonomických činností. Uvedie sa hlavná sekcia a príslušná divízia, napríklad: C.10, D.35, G.45.

8. Uvedie sa napríklad zamestnanosť, vzdelávanie, regionálny rozvoj, ochrana životného prostredia, výskum a vývoj, kultúra a pod, resp. ak je účel (cieľ) minimálnej pomoci uvedený v schéme minimálnej pomoci, podľa ktorej bola poskytnutá minimálna pomoc, uvedie sa účel (cieľ) uvedený v schéme.

9. Formy pomoci príkladmo uvádza § 5 zákona č. 231/1999 Z. z. o štátnej pomoci v znení neskorších predpisov (napríklad dotácia, príspevok, grant, úhrada úrokov alebo časti úrokov z úveru poskytnutého podnikateľovi, úhrada časti úveru, návratná finančná výpomoc, prevzatie štátnej záruky alebo bankovej záruky; poskytnutie úľavy na dani alebo penále, pokute, úroku alebo na iných sankciách, predaj nehnuteľného majetku štátu, obce alebo vyššieho územného celku za cenu nižšiu ako je tržobná cena, poskytovanie poradenských služieb bezplatne alebo za čiastočnú úhradu, odklad platenia dane alebo povolenie zaplatenia dane v splátkach).

10. Uvedie sa účtovné obdobie príjemcu podľa § 3 zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov. Uvádza sa len v prípade, ak účtovným obdobím príjemcu nie je kalendárny rok ale hospodársky rok.

11. Podľa nariadenia Komisie (ES) č. 1407/2013 o pomoci de minimis sa minimálna pomoc považuje za poskytnutú v okamihu, kedy sa príjemcovi prizná právny nárok prijať pomoc podľa uplatniteľných vnútroštátnych právnych predpisov (napr. deň nadobudnutia právoplatnosti rozhodnutia poskytovateľa o poskytnutí minimálnej pomoci, deň podpísania zmluvy, resp. dohody).

12. Ak príjemca neprijal minimálnu pomoc jednorazovo, ale v jednotlivých platbách uvedú sa konkrétne dátumy a sumy jednotlivých platieb, ktoré príjemca prijal v konkrétnom kalendárnom štvrťroku.

13. Iná doteraz prijatá minimálna pomoc – uvedie sa pomoc poskytnutá príjemcovi len počas prebiehajúceho fiškálneho roku a predchádzajúcich dvoch fiškálnych rokov, vrátane pomoci poskytnutej právnomu predchodcovi príjemcu; ak je potrebné, použije sa osobitná príloha.

www.finance.gov.sk

