



Kongresové centrum Praha, a.s.

Vyhlašuje

Poptávkové řízení

na zakázku pod názvem „Vytvoření video spotu pro Kongresové centrum Praha, a.s.“

ZADÁVACÍ PODMÍNKY

1. Zadavatel

Kongresové centrum Praha, a.s.

Sídlo: 5. května 1640/65, Nusle, Praha 4, PSČ 140 00

Zapsaná: v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl B, vložka č. 3275

IČ: 630 80 249

DIČ: CZ63080249

(dále jen „zadavatel“)

O Kongresovém centru Praha

Kongresové centrum Praha (KCP) je jedním z nejvýznamnějších kongresových a kulturních prostorů v Evropě. Má velmi bohatou a pestrou historii. Budova byla dokončena roku 1981 jako jedno z největších a nejmodernějších společenských center Evropy.

Od revolučního roku 1989 se KCP stalo uznávaným místem, kde se organizuje mnoho velkých mezinárodních kongresů a konferencí a zároveň nepřeborné množství kulturních, společenských či sportovních akcí.

Na podzim roku 1992 byla budova převedena do majetku hlavního města Prahy jako příspěvková organizace, která byla v roce 1995 transformována do nově založené akciové společnosti Kongresové centrum Praha, a.s.

V současné době je KCP akciovou společností, ve které je majoritním vlastníkem Ministerstvo financí a minoritním Magistrát hlavního města Praha. Jedním z ekonomických pilířů KCP je hotel Holiday Inn Prague, který byl otevřen na jaře roku 2001.

Poslední rekonstrukce proběhla v roce 2017 a dotkla se technického zázemí, AV techniky, Wi-Fi infrastruktury, digitálního navigačního systému, ale i samotných prostor od položení nových kobereců, přes nový mobiliář až po modernizaci toalet či šaten.

Současně došlo ke změně korporátní identity a následně koncem roku 2023 nastavení nové komunikační linky, která symbolizuje transformaci v otevřené, přátelské a inspirativní místo - „**Kde na okamžicích záleží**“.

VIZE

Kongresové centrum Praha prošlo v posledních letech výraznými změnami, díky kterým drží pevný krok se stále se vyvíjejícími technologickými novinkami, které jsou pro pořádání akcí světové úrovně nezbytné. Naší dlouhodobou vizí je patřit mezi TOP 10 kongresových center v rámci Evropy a udržet si pozici jedničky mezi kongresovými centry v ČR.

MISE

vytváříme místo pro jedinečné okamžiky

Naší misí je vytvářet moderní a přátelské místo pro inspirativní vědecká, lékařská, obchodní i politická setkání, která budou napomáhat vzniku projektů pro lepší svět. Kongresové centrum Praha je inovativní, efektivní, příjemná, bezpečná, společensky zodpovědná a technologicky vespělá společnost s prvotřídními službami a ekologickým provozem.

2. Cíl poptávkového řízení

Cílem poptávkového řízení je „Vytvoření video spotu pro Kongresové centrum Praha, a.s.“

Cíle

B2B komunikace – Představit Prahu a KCP jako prémiové místo pro pořádání mezinárodních kongresů, konferencí a firemních akcí.

Klíčové sdělení: KCP je ideální partner pro organizátory eventů díky své lokalitě, kvalitě služeb, důrazu na udržitelnost a širokému spektru poskytovaných služeb.

B2C komunikace – Zlepšit povědomí a vnímání KCP u široké veřejnosti jako moderního, atraktivního a kulturně bohatého místa.

Klíčové sdělení: KCP je více než jen konferenční prostor – je to místo s dlouhou historií, kulturní hodnotou a budoucností zaměřenou na udržitelnost. A především místem, kde na okamžicích záleží! Místem, kde vznikají zárodky vědecké a profesionální spolupráce, emoce, osobní kontakty a často i přátelství.

3. Předmět poptávkového řízení, informace důležité pro vypracování

Předmětem poptávkového řízení je „Vytvoření video spotu pro Kongresové centrum Praha, a.s.“.

Cílem video spotu je podpořit naši B2B komunikaci zaměřenou na organizátory kongresů, konferencí, firemních i kulturních akcí, a současně zlepšit vnímání KCP v očích široké veřejnosti (B2C). Spot by měl být emocionálně silný, autentický a měl by mít **potenciál stát se virálním**, protože plánujeme jeho šíření převážně přes online kanály.

Obsah a příběh

Spot by měl vyprávět příběh, který propojí emocionální a racionální důvody, proč si vybrat právě Prahu a KCP. Emocionální náboj by měl být klíčovým prvkem – inspirativní zážitek, který zachytí důležitost

prostoru, profesionalitu týmu a jedinečné prvky KCP, jako je jeho umělecké dědictví zastoupené uměleckými díly, blízkost k historickému centru Prahy, dostupnost a udržitelné přístupy. Alternativně může obsahovat humor a nadsázku. Důležité je propojení s Prahou, kdy organizátoři v první řadě vybírají z evropských metropolí a hned následně místo konání eventu. Vzniká zde rozdíl mezi B2B a B2C (především tuzemskou) cílovou skupinou.

Benefity KCP

Lokalita: KCP má jedinečné panoramatické výhledy na starou Prahu, nachází se v blízkosti historického centra Prahy a má vynikající dopravní dostupnost (stanice metra přímo u budovy), blízkost hlavního nádraží, letiště atd.

Prémiovost a kvalita: Prémiové služby a dlouholeté zkušenosti s pořádáním velkých akcí na mezinárodní úrovni.

Udržitelnost: Důraz na ekologická řešení, zelené technologie a udržitelné přístupy.

Umění a kultura: KCP je domovem významných uměleckých děl (přes 200), což přispívá k jeho jedinečné atmosféře. Příklady uměleckých děl: <https://www.praguecc.cz/cs/umelecka-dila-v-kongresovem-centru-praha> a <https://www.facebook.com/praguecongresscentre>

Flexibilita a kapacita: Moderní a multifunkční prostory přizpůsobitelné jakýmkoliv typům akcí – od kongresů přes výstavní akce až po kulturní a společenské události

Tradice: Přes 40 let zkušeností.

Styl a forma

Délka: hlavní video – 2,5 min. až 3 min, kratší verze 45 sec až 1 min.

Formát: Online video, které bude snadno sdíleno na sociálních sítích, webových stránkách, oborových médiích a zároveň poslouží jako PROMO video pro business účely

Tón: Inspirativní, moderní, s emocionálním nábojem / alternativně s prvky humoru a nadsázky

Jazyk: čeština a angličtina

Hudba: Měla by podpořit dynamiku spotu, přidat emocionální rozměr a podtrhnout prémiový dojem.

Cílová skupina:

- Primární cílová skupina (B2B): Mezinárodní organizátoři kongresů, konferencí, ambasadoři (většinou z tuzemských akademických a vědeckých kruhů), firemních a kulturně-spoolečenských akcí.
- Sekundární cílová skupina (B2C):
 - Široká tuzemská veřejnost (často chodí za kulturou do KCP), která by měla začít vnímat KCP jako místo nejen pro profesionální, ale i kulturní a společenské zážitky. Dlouhodobé budování značky vůči široké veřejnosti.
 - Vlastní delegáti kongresů s konferencí – tuzemští a zahraniční

Distribuce

Spot bude využíván především na:

- Sociálních sítích (LinkedIn, YouTube, Instagram)
- Webových stránkách KCP
- Oborových médiích zaměřených na kongresovou turistiku – placená reklama
- Mezinárodních veletrzích a akcích souvisejících s kongresovou turistikou

Klíčové požadavky

Emoce a příběh: Spot by měl obsahovat silný příběh, který zaujme a přinese emocionální zážitek. Alternativně může obsahovat humor a nadsázku.

Vizuální kvalita: Spot musí reflektovat prémiovost naší značky a kvalitu prostor KCP.

Viralita: Spot by měl mít potenciál pro organické šíření (s důrazem na kreativitu, originalitu a atraktivitu).

3.1. Podrobná specifikace předmětu poptávky

Předmětem poptávkového řízení je vyhledání dodavatele k natáčení video spotu pro KCP. Zadavatel má na plnění zakázky stanovený maximální **rozpočet 1.000.000 Kč bez DPH**, přičemž by měl kreativní návrhy přizpůsobit našemu limitovanému rozpočtu na podporu šíření spotu, jelikož neplánujeme masivní mediální nákup. Část rozpočtu by byla čerpána do konce roku 2024 (za návrh, story boardy, natáčení v interiérech). Druhá část rozpočtu by byla proplacena v roce 2025 za natáčení v exteriérech a další dokončovací práce a služby, po finálním schválení spotu.

Poptávkové řízení je vyhlášováno jako neformální a vícekritériální. Organizaci poptávkového řízení zajišťuje administrátor a vyhodnocuje ustanovená výběrová komise.

Při vícekritériálním poptávkovém řízení musí účastníci současně prokázat splnění všech vyhlášených podmínek a kritérií. Výběrová komise se může rozhodnout, zda řízení proběhne ve více kolech, při nichž vybraní účastníci své návrhy upřesní.

Účastníci poptávkového řízení mají možnost podávat dotazy přes systém Proebiz.

Zadavatel si vyhrazuje právo v zájmu výběru optimálního dodavatele poptávkové řízení přerušit, opakovat nebo rozšířit, případně zrušit (viz další body těchto zadávacích podmínek).

Veškeré informace, které uvádí účastník v nabídce, a při jakékoli komunikaci se zadavatelem (zejména vysvětlení nabídky), musí odpovídat skutečnosti. V případě, že tento požadavek zadavatele nebude dodržen, bude nabídka, která tyto požadavky nesplňuje, vyřazena. Za tímto účelem si zadavatel vyhrazuje právo jakoukoli informaci uvedenou účastníkem v nabídce, popř. jeho dodatečném vysvětlení ověřit.

3.2. Struktura a obsah podání nabídky

Předmětnou nabídku předloží účastník poptávkového řízení ve struktuře:

3.2.1. Požadavky na obsah:

Scénář (v ceně vytvoření návrhu) - storyboardy a zjednodušený návrh video spotu (například vytvořený pomocí AI).

Děj, kdy dojde k propojení Prahy a budovy KCP.

Záběry exteriéru a interiéru, statické i pohyblivé, využití dronu.

Lidé ve spotu – záleží na vašem návrhu pojetí, je potřeba zmínit v nabídce/kalkulaci

Podkresová hudba.

Headliny vkládány do obrazu.

Další specifikace:



Dodání v HD kvalitě (dodání hrubých materiálů pro případné využití ze strany KCP).

Dodání videa i v „otevřené“ verzi pro případné úpravy třetích stran.

Možnost využít fotek z archivu významných akcí KCP.

Dvě jazykové mutace: CZ, EN.

Poskytnutí autorských práv KCP včetně možnosti úprav.

3.2.2. Rozpočet na natočení a finalizaci spotu

Účastník vyplní *Přílohu č. 1 Cenová nabídka pro natočení video spotu.*

3.3. Seznam příloh:

Příloha č. 1. Cenová nabídka

4. Požadavky zadavatele na kvalifikaci účastníka

Základní způsobilost

Základní způsobilost účastník prokáže:

a) čestným prohlášením, že

- na majetek účastníka nebylo prohlášeno konkursní, vyrovnávací nebo jiné řízení,
- návrh na prohlášení konkurzu nebyl zamítnut pro nedostatek majetku,
- není v likvidaci,
- nemá daňové nedoplatky či jiné závazky vůči státu, a

b) čestným prohlášením, že nebyl v minulosti pravomocně odsouzen za trestný čin, jehož skutková podstata souvisí s předmětem podnikání účastníka, pro trestný čin hospodářský nebo pro trestný čin proti majetku.

U účastníka právnické osoby musí splnění podmínek uvedených v písm. a) a b) prokázat čestným prohlášením tato právnická osoba. Každý člen jejího statutárního orgánu musí čestným prohlášením prokázat splnění podmínky uvedené v písm. b). Je-li členem statutárního orgánu účastníka právnická osoba, musí podmínku uvedenou v písm. b) prokázat čestným prohlášením tato právnická osoba, každý člen statutárního orgánu této právnické osoby a osoba zastupující tuto právnickou osobu ve statutárním orgánu účastníka.

Čestné prohlášení nesmí být starší než 3 měsíce ode dne doložení a může být předloženo v listinné nebo v elektronické formě.

Profesní způsobilost

Způsobilým je účastník, který předloží:

- a) výpis z obchodního rejstříku nebo jiné obdobné evidence,
- b) výpis z živnostenského rejstříku, licenci či obdobný doklad dokládající oprávnění podnikat v rozsahu odpovídajícím předmětu zakázky,



- c) je-li právními předpisy vyžadována odborná způsobilost, doklad prokazující odbornou způsobilost nebo existenci osoby, jejímž prostřednictvím odbornou způsobilost zabezpečuje.

Účastníci mohou doložit splnění podmínek profesní způsobilosti odpovídajícím výpisem ze SKD (Seznam kvalifikovaných dodavatelů) nebo čestným prohlášením, ne starším 3 měsíců ode dne doložení. Doklady k prokázání způsobilosti mohou být předloženy v prosté kopii nebo v elektronické formě.

Technická způsobilost

Způsobilý je účastník, který doloží v bezprostředně předcházejících pěti letech seznam 3 (tři) referenčních projektů klientů - spotů. Součástí dokladu musí být informace o přesném názvu klienta a jeho kontaktní osobě (e-mail, telefonní číslo) pro možnost ověření reference.

Ekonomická způsobilost

Způsobilý je účastník, který prostřednictvím výkazů zisku a ztrát nebo čestným prohlášením za poslední tři bezprostředně předcházející účetní období prokáže obrát alespoň ve výši 2.000.000 Kč ročně. Stanovená výše má zajistit, že účastník je z hlediska své ekonomické stability schopen zadávanou zakázku jako celek bez problémů splnit.

5. Doba plnění zakázky a harmonogram poptávkového řízení

Zadavatel po účastníkovi požaduje dodání předmětu zakázky dle níže uvedených podmínek.

Doba plnění:

Předpokládané zahájení plnění: 7 dní od podpisu smlouvy

Požadované ukončení plnění: 6 měsíců od podpisu smlouvy

6 Podmínky a požadavky na zpracování nabídky

6.1 Uchazeč předloží zadavateli své nabídky v elektronické podobě prostřednictvím elektronického portálu na adrese www.proebiz.com, resp. www.kcp.proebiz.com. Pravidla pro používání portálu naleznou na uvedených stránkách.

6.2 Účastník ve své nabídce uvede identifikační údaje: obchodní firma/ jméno a příjmení, sídlo, IČO, DIČ, jméno a příjmení osoby oprávněné jednat za účastníka, telefon, e-mail (pro komunikaci v průběhu poptávkového řízení).

6.3 Účastník může podat pouze jednu (1) nabídku.

6.4 Obsahové náležitosti nabídky budou řazeny takto:

- Krycí list nabídky
- Doklady k prokázání kvalifikace dle bodu č. 4 Seznam poddodavatelů
- Specifikace předmětu plnění poptávkového řízení:



1. Vyplněná příloha č.1 Cenová nabídka na vytvoření spotu
 2. Dodání scénáře (v ceně vytvoření návrhu) - storyboardy a zjednodušený návrh video spotu (například vytvořený pomocí AI)
- 6.5 Nabídka nesmí obsahovat přepisy nebo opravy, které by mohly uvést zadavatele v omyl.
- 6.6 Nabídka bude zpracována v českém jazyce (výjimku tvoří odborné názvy a údaje). Ostatní doklady v cizím jazyce se předkládají v překladu.
- 6.7 Povinnost předložit doklad může účastník splnit odkazem na odpovídající informace vedené v informačním systému veřejné správy nebo v obdobném systému vedeném v jiném členském státu, který umožňuje neomezený dálkový přístup. Takový odkaz musí obsahovat internetovou adresu a údaje pro přihlášení a vyhledání požadované informace, jsou-li takové údaje nezbytné.
- 6.8 Je-li zadavatelem vyžadováno prohlášení, musí být opatřeno datem a podepsáno **osobou oprávněnou za účastníka podepisovat**, přičemž v nabídce musí být doloženo oprávnění této osoby za účastníka podepisovat.
- 6.9 Bude-li účastník považovat některé údaje uvedené v nabídce za obchodní tajemství, uvede tuto skutečnost do své nabídky, příslušnou část výrazně označí a stručně zdůvodní splnění zákonných podmínek pro označení údajů za obchodní tajemství.
- 6.10 V případě, že dojde ke změně údajů uvedených v nabídce do doby uzavření smlouvy s vybraným účastníkem, je účastník povinen o této změně zadavatele bezodkladně písemně informovat.
- 6.11 Účastník není oprávněn prokazovat profesní a ekonomickou způsobilost prostřednictvím poddodavatele.
- 6.12 Zadavatel vyloučí z poptávkového řízení účastníka, který v rámci své nabídky:
- a. předloženými dokumenty neprokázal splnění kvalifikačních požadavků dle bodu 4,
 - b. nedoložil veškeré náležitosti dle bodu 7.3,
 - c. předložil údaje a doklady, které neodpovídají skutečnosti a mohou mít vliv na posouzení podmínek účasti nebo na naplnění kritérií hodnocení, nebo
 - d. nezhojí její formální nedostatky, k jejichž odstranění ve stanovené lhůtě byl zadavatelem vyzván.
- 6.13 Zadavatel může vyloučit z poptávkového řízení účastníka:
- a. jehož nabídka obsahuje mimořádně nízkou nabídkovou cenu, která nebyla účastníkem zdůvodněna,
 - b. který se pokusil ovlivnit rozhodnutí zadavatele v poptávkovém řízení nebo se pokusil o získání neveřejných informací, které by mu mohly zajistit neoprávněné výhody v řízení.
- 6.14 Zadavatel odešle bez zbytečného odkladu účastníkovi oznámení o jeho vyloučení s odůvodněním.

7 Termín a způsob doručení nabídek

Datum: 15.11.2024

Hodina: 15:00

Elektronické nabídky musí být doručeny ve stanovené lhůtě v uvedeném systému Proebiz.

Nabídky doručené po uplynutí stanovené lhůty nebo v jiné formě než vložením do systému Proebiz nebudou do poptávkového řízení zařazeny.

Uchazeči mohou případné dotazy v souvislosti s poptávkovým řízením vkládat do systému Proebiz.

8 Způsob hodnocení nabídek

Vyhodnocení bude provedeno výběrovou komisí ustanovenou zadavatelem. Nabídky budou hodnoceny podle kritérií stanovených zadavatelem:

Kritérium	Váha
1. Kvalita návrhu a kreativní zpracování	45%
2. Cenová nabídka	55%
Celkem:	100%

Zadavatel v rámci hodnocení dílčího hodnotícího kritéria **Kvalita návrhu a kreativní zpracování** bude hodnotit tyto parametry:

a) Kreativita a originalita návrhu

Hodnocení nápadu: Jak inovativní a originální je samotný koncept spotu?

Sdělení a příběh: Je spot schopen jasně a emotivně předat klíčové sdělení (např. slogan "Kde na okamžicích záleží")?

Zapojení cílové skupiny: Odpovídá návrh požadavkům a zájmům cílové skupiny? Je spot schopen upoutat jejich pozornost?

b) Kvalita vizuálního zpracování

Estetika a design: Jak kvalitně je vizuální stránka návrhu zpracována? Je styl vhodný pro značku a produkt?

c) Soudržnost s brandem

Soulad s hodnotami značky: Je spot v souladu s identitou a hodnotami naší společnosti?

Konzistence s dosavadními kampaněmi: Odpovídá návrh stylu a tónu, které značka již používá?

d) Emocionální dopad a virální potenciál

Emoce a atmosféra: Jaké emoce video spot vzbuzuje? Je schopen vytvořit požadovanou atmosféru (např. pocit výjimečných okamžiků)?

Zážitek pro diváka: Je video zapamatovatelné a schopné vyvolat pozitivní asociace s naší značkou? Má potenciál být šířeno virálně?

Celkové hodnocení kritéria Kvality a Kreativity je součtem bodových hodnocení dílčích hodnotících parametrů výše ve škále od 1 do 5 bodů. Nejvýhodnější nabídkou je ta, která získá nejvyšší celkový počet bodů.



9 Práva zadavatele

- a. Zadavatel si vyhrazuje možnost změny poptávkového řízení na vícekolové. Zadavatel má právo pro tato kola zúžit počet účastníků. Součástí případného dalšího kola poptávkového řízení může být i změna zadávacích podmínek.
- b. Zadávací podmínky je zadavatel oprávněn změnit nebo doplnit do uplynutí lhůty pro podání nabídek. Změnu je zadavatel povinen oznámit způsobem, jakým oznámil výzvu a zároveň s ohledem na povahu změny je povinen adekvátně prodloužit lhůtu pro podání nabídek (je-li to relevantní).
- c. Zadavatel si vyhrazuje právo zrušit poptávkové řízení kdykoliv do doby uzavření smlouvy.
- d. Zadavatel si vyhrazuje právo nesdělovat jména, názvy ani jiné informace týkající se účastníků.
- e. Zadavatel si vyhrazuje právo vybrat nabídku, která mu v rámci stanovených kritérií nejlépe vyhovuje, vybrat pouze část nabídky, odmítnout všechny podané nabídky, změnit nebo zrušit poptávkové řízení.
- f. Podané nabídky účastníků se nevracejí a spolu se všemi podklady zůstávají jako archivní dokumentace zadavatele.
- g. Zadavatel nehradí účastníkům žádné náklady vynaložené pro účely anebo v souvislosti s poptávkovým řízením.
- h. Zadavatel si vyhrazuje právo komunikovat s účastníky ve věci poptávkového řízení e-mailem.
- i. Zadavatel si vyhrazuje právo ověřit skutečnosti deklarované v nabídkách v průběhu poptávkového řízení.
- j. Zadavatel si vyhrazuje právo samostatně si vyžádat na účastníky reference.
- k. Účastník akceptuje právo zadavatele poskytnout údaje a informace související s poptávkovým řízením pouze v případě, že účastník podepíše dohodu o mlčenlivosti.
- l. Zadavatel je oprávněn požadovat po vítězi poptávkového řízení identifikační údaje všech osob, které jsou jeho skutečným majitelem dle zákona č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu, ve znění pozdějších předpisů, ve formě výpisu z Evidence údajů o skutečných majitelích dle zákona č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob a o evidenci svěřenských fondů, ve znění pozdějších předpisů.
- m. Zadavatel je oprávněn požadovat po vítězi poptávkového řízení doložení originálů nebo ověřených kopií dokladů o jeho kvalifikaci, pokud je již nemá k dispozici, a dokladů nebo vzorků, jejichž předložení je podmínkou uzavření smlouvy, pokud si je zadavatel vyhradil.

10 Závěrečná ustanovení

Veškeré údaje a informace obsažené v poskytnutých podkladech jsou důvěrné ve smyslu ustanovení § 1730 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a nesmějí být použity k jinému účelu, než k jakému byly předány, ani nesmějí být jinak zveřejněny.

Toto poptávkové řízení je organizováno jako neformální a nelze je považovat za veřejnou nabídku nebo vyhlášení veřejné soutěže o nejvhodnější nabídku, návrh na uzavření smlouvy nebo jiné právně relevantní jednání zakládající povinnost zadavatele vybrat některého z účastníků nebo uzavřít s účastníkem, jehož nabídka bude splňovat příslušná kritéria, smlouvu. Toto řízení nepodléhá zák. č. 134/2016 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů.

V Praze, dne

Ing. Lenka Žlebková
Generální ředitelka
Kongresové centrum Praha, a.s.