



ZAPYTANIE OFERTOWE NR 02/2025

W związku z uzyskaniem dofinansowania na realizację projektu pn. „Promocja produktów marki IRIX na rynkach azjatyckich” z Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki, Priorytet: środowisko sprzyjające innowacjom, działanie 2.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP, nr naboru FENG.02.25-IP.02-002/24, firma Q MEDIA Renata Adamczyk zaprasza do składania ofert na realizację usługi **przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w krajach docelowych – Korei Południowej, Indonezji, Tajlandii, Malezji, Filipin, Singapuru, Wietnamu oraz Japonii.**

Zamówienie ma charakter częściowy. Oferent może wziąć udział w dowolnej liczbie części prowadzonego postępowania, przy czym złożenie oferty w ramach więcej niż jednej części zamówienia, nie wpływa na ocenę złożonej oferty.

Tytuł zamówienia	Zamówienie częściowe obejmujące przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej marki IRIX na rynkach azjatyckich.
Miejsce i sposób składania ofert oraz komunikacji	<ol style="list-style-type: none">1. Oferty wraz z załącznikami można składać wyłącznie poprzez Bazę Konkurencyjności.2. Liczy się data i godzina wpłynięcia oferty do Zamawiającego (za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności)3. <u>Wszelkie pytania dotyczące Zamówienia należy kierować za pomocą Bazy Konkurencyjności.</u>4. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.5. Termin składania ofert: 12.03.2025 r.
Dane Zamawiającego	Renata Adamczyk Q MEDIA ul. Nad Potokiem 25/28 30-830 Kraków NIP: 6792651873 REGON: 120399420
Osoba do kontaktu	Hubert Adamczyk e-mail: h.adamczyk@next77.pl tel. 508-175-160
Kategoria ogłoszenia	Usługi



I. Tryb udzielenia zamówienia

Niniejsze postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzone jest zgodnie z zasadą konkurencyjności, określoną w Wytycznych Ministra Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 18 listopada 2022 r. w zakresie kwalifikowalności wydatków na lata 2021-2027, wydanych na podstawie art. 5 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021-2027, zwanymi dalej: „Wytycznymi Ministra Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej” lub „Wytycznymi”.

W zakresie nieuregulowanym w niniejszym zapytaniu ofertowym stosuje się przepisy prawa polskiego, w szczególności Kodeksu cywilnego.

II. Kody CPV

79342000-3 Usługi marketingowe

79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

79342200-5 Usługi w zakresie promocji

79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe

III. Opis przedmiotu zamówienia

1. Celem postępowania jest wybór Wykonawców, którzy zrealizują usługi przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych związanych z promocją marki IRIX na rynkach azjatyckich: Korei Południowej, Indonezji, Tajlandii, Malezji, Filipin, Singapuru, Wietnamu oraz Japonii.
2. Przedmiot zamówienia został podzielony na trzy części:
 - Część 1** - Usługa przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na portalach społecznościowych.
 - Część 2** - Usługa przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w wyszukiwarce internetowej Google.
 - Część 3** - Usługa przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w serwisie streamingowym YouTube.
3. Zamawiający dopuszcza możliwość składania ofert częściowych.
4. Oferent może przedłożyć ofertę w ramach więcej niż jednej części zamówienia. Dopuszcza się możliwość wyboru tego samego Wykonawcy dla więcej niż jednej części zamówienia.
5. Nie dopuszcza się składania więcej niż jednej oferty dla jednej części zamówienia.
6. Planowana forma rozliczenia usługi w ramach każdej z określonych części zostanie ustalona na etapie podpisywania umowy. Dopuszcza się możliwość wprowadzenia rozliczeń comiesięcznych.
7. **Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowania i przeprowadzenia kampanii reklamowej, zgodnie z opisem każdej części zamówienia. Budżet na reklamy w poszczególnych platformach nie stanowi przedmiotu zapytania, będzie ustalany z Wykonawcą każdej części zamówienia i na bieżąco finansowany z konta Zamawiającego.**



CZĘŚĆ 1 ZAMÓWIENIA

Usługa przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na portalach społecznościowych.

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe przygotowanie oraz realizacja działań informacyjno-promocyjnych na wybranych portalach społecznościowych.
2. Celem działań promocyjnych jest zwiększenie rozpoznawalności marki IRIX oraz jej skuteczna promocja na rynkach azjatyckich. Kampania będzie obejmować wyprofilowane treści nawiązujące do specyfiki i potrzeb 8 regionów:
 - Japonii,
 - Filipin,
 - Indonezji,
 - Malezji,
 - Tajlandii,
 - Singapuru,
 - Wietnamu,
 - Korei Południowej.
3. Okres realizacji części 1 zamówienia obejmuje czas od momentu podpisania umowy do grudnia 2025 r. Oznacza to, że Wykonawca będzie zobowiązany do regularnego dodawania treści zaakceptowanych na podstawie planu kampanii, we wskazanym okresie czasu.

Wymagania:

1. Wymaganiem załącznikiem do oferty jest **plan kampanii** promocyjnej marki IRIX na portalach społecznościowych, zawierający szczegółową strategię działań na portalach społecznościowych, dostosowaną do charakterystyki grup docelowych na rynkach azjatyckich dla każdego z 8 regionów.

Minimalny zakres planu i działań wykonawcy obejmuje:

- Dobór 3 platform społecznościowych (np. Facebook, Instagram, TikTok, Line itp.) z uwzględnieniem ich popularności i skuteczności dla każdego obszaru działania: Korei Południowej, Indonezji, Tajlandii, Malezji, Filipin, Singapuru, Wietnamu oraz Japonii.
- Wstępne określenie kluczowych elementów kampanii dla każdego obszaru działania tj.: Korei Południowej, Indonezji, Tajlandii, Malezji, Filipin, Singapuru, Wietnamu oraz Japonii, w tym:
 - a. Zidentyfikowanie i uwzględnienie słów kluczowych oraz optymalizacja treści i formatów w celu zwiększenia zasięgu i zaangażowania.
 - b. Określenie odbiorcy docelowego.
 - c. Opracowanie storytellingu - narracji, która oddaje unikalne wartości marki IRIX.



- d. Zaplanowanie ewentualnego udziału influencerów i ambasadorów marki na azjatyckich rynkach docelowych.
 - e. Dobór, przedstawienie i prowadzenie potencjalnych kampanii reklamowych dostępnych na platformach, np. TikTok, Line, Instagram, czy Facebook.
 - f. Zaplanowanie różnorodnych formatów treści (np. wideo, infografiki, karuzele, live streamy) odpowiednie do wybranych platform społecznościowych.
- Stworzenie planu postów okazjonalnych i merytorycznych dla każdego obszaru działania (rynek docelowego),
 - Przygotowanie harmonogramu publikacji, uwzględniającego sezonowość, wydarzenia oraz specyfikę kalendarza marketingowego.
- 2) Wykonawca na podstawie zatwierzonego planu kampanii zostanie zobowiązany do tworzenia i publikacji angażujących treści tekstowych, graficznych i multimedialnych (różnorodne formaty treści odpowiednie do wybranych platform), dostosowanych do lokalnych uwarunkowań kulturowych na docelowych rynkach azjatyckich oraz aktywnego odpowiadania na komentarze, wiadomości oraz pytania użytkowników.

Zamawiający przekaze Wykonawcy wytyczne dotyczące oznaczenia publikacji odpowiednim oznakowaniem wskazującym otrzymanie dofinansowania ze środków europejskich.

Minimalna liczba postów: co najmniej 10 postów miesięcznie na każdej z wybranych platform społecznościowych.

- 3) Wykonawca zostanie zobowiązany umową do prowadzenia wszystkich działań promocyjnych w języku angielskim oraz japońskim.
- 4) Tematyka wpisów: fotografia i filmowanie z reklamą sprzętu marki IRIX.
- 5) Wykonawca zostanie zobowiązany do przygotowywania kwartalnych raportów i analiz dotyczących efektywności działań promocyjnych oraz na tej podstawie wprowadzania niezbędnych modyfikacji do zatwierzonego planu kampanii.
- 6) Maksymalny budżet na realizację całego przedmiotu zamówienia (bez kosztów reklam) wynosi 31 000,00 zł.
- 7) Wszystkie działania będą prowadzone na koncie Zamawiającego. Oznacza to, że jeżeli będzie konieczność założenia konta na wybranej platformie społecznościowej, Zamawiający będzie administratorem tego konta. Po zakończeniu zlecenia Wykonawca przekaze wszelkie dostępy do utworzonych kont wraz z treściami opublikowanymi podczas współpracy.
- 8) Wykonawca przekaze prawa autorskie do publikowanych treści zleceniodawcy z nieograniczonym polem eksploatacji oraz możliwości edycji. Na życzenie zleceniodawcy przekaze również materiały źródłowe do tworzonego treści (contentu).

Zamawiający wymaga od Wykonawcy przedłożenia wraz z ofertą planu kampanii w portalach społecznościowych przedstawiającego minimalny zakres wskazany przez Zamawiającego. Brak przedłożenia dokumentu lub poważne uchybienia spowoduje odrzucenie oferty Wykonawcy. Zamawiający zastrzega sobie prawo kontaktu z Oferentem celem złożenia wyjaśnień do przedstawionego planu kampanii.



CZĘŚĆ 2 ZAMÓWIENIA

Usługa przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w wyszukiwarce Internetowej Google.

1. Zakres prac obejmuje przygotowanie i przeprowadzenie kampanii reklamowej Google Ads z podziałem na następujące regiony:
 - Korea Południowa,
 - Indonezja,
 - Tajlandia,
 - Malezja,
 - Filipiny,
 - Singapur,
 - Wietnam,
 - Japonia.
2. **Wykonawca zostanie zobowiązany do przygotowania i przeprowadzenia kampanii dla każdego z wymienionych w pkt 1 regionów osobno. Kampania musi zostać dostosowana do specyfiki każdego ze wskazanych regionów (rynków docelowych).**
3. Wykonawca zobowiąże się do realizacji następującego zakresu zamówienia:
 - a) zidentyfikowania obszarów wymagających poprawy (min. 2 sugestie) oraz wdrożenie konkretnych działań wynikających z sugestii (min. 3 poprawki) na stronie internetowej dostępnej pod adresem <https://store.irixlens.com/pl/>. Poprawki na stronie internetowej będą wymagały zatwierdzenia przez Zamawiającego.
 - b) konfiguracji konta Google Ads celem przygotowania do efektywnego działania kampanii we wszystkich wskazanych w pkt 1 regionach. Oznacza to m.in. stworzenie struktury konta dla każdego regionu osobno (łącznie 8 kont reklamowych).
 - c) stworzenia wzorców kampanii reklamowych Google Ads wraz z sugestiami dotyczącymi targetowania dla regionów wymienionych w pkt. 1 dla typów kampanii:
 - Performance Max,
 - Ads Search,
 - GDN (Google Display Network),
 - DGA (Dynamic Google Ads).
 - d) opracowania kreacji graficznych dedykowanych dla każdej z kampanii (koszt wliczony w ofertę). Kreacje muszą być przygotowane w odpowiednich dla poszczególnych krajów językach i zgodnie z preferencjami lokalnych odbiorców. Pliki zgodne z wymaganiami reklam Google.
 - e) wdrożenia i konfiguracji Google Analytics 4 (GA4) obejmującego:



- wsparcie w instalacji kodów analitycznych na stronie internetowej,
 - konfigurację GA4 na poziomie konta, usługi oraz dostosowanie do monitorowania kluczowych danych,
 - implementację kodów narzędzi zewnętrznych,
 - monitoring konfiguracji GA4 i bieżące aktualizacje.
- f) implementacji Google Tag Manager (GTM) oraz wdrożenia Consent Mode z wykorzystaniem narzędzi zewnętrznych, takich jak Cookiebot.
4. Wymagania dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia:
- a) Wszystkie działania będą prowadzone **wyłącznie** na kontach zamawiającego (Google Ads, GA4, GTM).
 - b) Wykonawca będzie prowadził **8 kont reklamowych** – dla każdego kraju osobna kampania reklamowa.
 - c) Wykonawca zapewni zamawiającemu pełny dostęp do wyników analityki w czasie rzeczywistym,
 - d) Wszystkie prawa do stworzonych materiałów graficznych oraz ustawień kampanii pozostają własnością zamawiającego,
 - e) Wykonawca zostanie zobowiązany do zapewnienia wsparcia technicznego w trakcie trwania umowy. Wsparcie techniczne obejmie m.in. optymalizację wyników kampanii w trakcie umowy.
5. Okres realizacji części 2 zamówienia obejmuje czas od momentu podpisania umowy do grudnia 2025 r.

CZĘŚĆ 3 ZAMÓWIENIA

Usługa przygotowania i prowadzenia działań informacyjno – promocyjnych w serwisie streamingowym YouTube.

Przedmiot trzeciej części zamówienia stanowi realizacja kompleksowej usługi prowadzenia **kanalu na platformie YouTube w języku japońskim** w ramach działań promocyjno-informacyjnych. Celem jest budowa rozpoznawalności marki IRIX oraz skuteczna promocja na rynkach azjatyckich poprzez wysokiej jakości materiały video.

Zakres usługi

Wykonawca zobowiązuje się do realizacji następujących zadań:

1. Produkcji i publikacji kampanii promocyjnej poprzez emisję 6 filmów promocyjnych. Wykonawca zajmie się kompleksowym przygotowaniem materiałów, publikacją i prowadzeniem kampanii w serwisie Youtube, na koncie Zamawiającego.
2. Czas trwania kampanii: do grudnia 2025 r.



3. Optymalizacji SEO dla każdego filmu, w tym analiza i dobór słów kluczowych, opisów, miniatur oraz tagowania.
4. Typ reklam: filmy video dotyczące produktów marki IRIX.
5. Język: japoński.
6. Koszt reklam służących do promocji kanału nie stanowi przedmiotu zamówienia.
7. Grupa odbiorców: osoby zainteresowane fotografią i filmowaniem, przekierowanie odbiorców do sklepu IRIX.
8. Konfiguracja i optymalizacja kanału Youtube, w tym:
 - Ustawienia graficzne i brandingowe,
 - Optymalizacja opisu kanału,
 - Opisy filmów zgodne z regułami SEO w celu zwiększenia ruchu na stronie docelowej.
9. Integracja kanału z innymi mediami społecznościowymi oraz stroną internetową marki IRIX.
10. Monitoring oraz raportowanie efektywności działań (m.in. liczba wyświetleń, zasięgu, zaangażowanie użytkowników).
11. Badanie tagów oraz optymalizacja widoczności filmów w wyszukiwarce YouTube.
12. Zakres działań obejmuje opracowanie odpowiedniej strategii kampanii, zaplanowanie, przygotowanie i emisję filmów z godnie z ustaleniami z Zamawiającym.
 - Odpowiednie techniczne ustawienie kampanii,
 - Filmy video będą opracowane po konsultacji pomysłu z Zamawiającym oraz ostatecznym zaakceptowaniu rezultatu końcowego,
 - Moderowanie komentarzy pod publikowanymi filmami video,
 - Stała optymalizacja i monitoring kampanii,
 - Raport skuteczności działań do wglądu w formie online
 - Przekierowanie na stronę IRIX po kliknięciu w reklamę,
 - Dopilnowanie nieprzekroczenia wysokości założonego budżetu kampanii.

Warunki realizacji:

- Okres realizacji: czas od momentu podpisania umowy do grudnia 2025 r. Szczegółowy harmonogram realizacji zostanie ustalony na etapie podpisania umowy.
- Wykonawca będzie dostarczał raporty zawierające informacje o skuteczności prowadzonych działań (w formie online - bieżący podgląd).
- Materiały video muszą być zgodne z wytycznymi YouTube oraz dostosowane do rynków docelowych: Korei Południowej, Indonezji, Tajlandii, Malezji, Filipin, Singapuru, Wietnamu oraz Japonii.



IV. HARMONOGRAM REALIZACJI ZAMÓWIENIA

CZĘŚĆ 1 ZAMÓWIENIA - Wykonawca zobowiązuje się do realizacji aktywnych działań promocyjnych zgodnie z zatwierdzonym planem kampanii, **do grudnia 2025 roku**. Rozpoczęcie realizacji zamówienia nastąpi niezwłocznie po podpisaniu umowy.

CZĘŚĆ 2 ZAMÓWIENIA - Wykonawca zobowiązuje się do stałej współpracy w trakcie przygotowywania kampanii reklamowej. Niezwłocznie po podpisaniu umowy nastąpi rozpoczęcia prac nad planem kampanii, którego poszczególne części będą musiały zostać zaakceptowane przez Zamawiającego. Okres realizacji umowy – **do grudnia 2025 roku** Rozpoczęcie realizacji zamówienia nastąpi niezwłocznie po podpisaniu umowy.

CZĘŚĆ 3 ZAMÓWIENIA - Wykonawca zobowiązuje się do realizacji przedmiotu zamówienia **do grudnia 2025 roku**. Rozpoczęcie realizacji zamówienia nastąpi niezwłocznie po podpisaniu umowy.

V. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Nie określono warunków udziału w postępowaniu.

VIII. WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA

1. W celu uniknięcia konfliktu interesów zamówienie, którego dotyczy niniejsze zapytanie ofertowe, nie może być udzielane podmiotom powiązanim z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo.

Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- a) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej, posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji (o ile niższy próg nie wynika z przepisów prawa), pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- b) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa lub powinowactwa w linii bocznej do drugiego stopnia, lub związaniu z tytułu przysposobienia, opieki lub kurateli albo pozostawaniu we wspólnym pożyciu z wykonawcą, jego zastępcą prawnym lub członkami organów zarządzających lub organów nadzorczych wykonawców ubiegających się o udzielenie zamówienia,
- c) pozostawaniu z wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że istnieje uzasadniona wątpliwość co do ich bezstronności lub niezależności w związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia.

Potwierdzeniem braku powiązań kapitałowych lub osobowych jest złożenie przez Oferenta oświadczenia o braku występowania w/w powiązań (Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego nr 02/2025).

2. O udzielenie zamówienia nie mogą ubiegać się Oferenci w stanie likwidacji czy upadłości, trudnej sytuacji ekonomicznej i finansowej, zagrażającej prawidłowemu wykonaniu przedmiotu zamówienia. Oferent potwierdza dobrą sytuację i możliwość realizacji zamówienia podpisując formularz ofertowy stanowiący załącznik nr 1 do niniejszego ogłoszenia.

**IX. KRYTERIA OCENY OFERT**

1. Oceny ofert będzie dokonywał Zamawiający. Zamawiający może żądać udzielenia dodatkowych wyjaśnień przez Oferentów w zakresie treści złożonych ofert.
2. Przy wyborze oferty w ramach każdej części zamówienia, Zamawiający będzie stosował system punktowy z wagami.
3. Zamawiający dokona oceny ofert przedłożonych **w ramach każdej części zamówienia** w oparciu o następujące kryterium:

Kryterium oceny oferty	Waga kryterium	Maksymalna ilość punktów
Cena brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia (KC)	100%	100 pkt

Cena brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia – 100%

Oferent określa cenę brutto przedmiotu zamówienia w złotych polskich, która obejmować będzie wykonanie jednej części zamówienia opisanej w Zapytaniu Ofertowym. Przedstawiona w ofercie cena będzie ceną kompletną, jednoznaczną i ostateczną, uwzględniającą ewentualne rabaty i upusty (nie dopuszcza się rabatów rzeczowych), obejmującą wszelkie koszty związane z właściwym przygotowaniem i wykonaniem przedmiotu zamówienia.

Cena brutto powinna być wyrażona w złotych polskich (PLN) z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Jeśli Dostawca określi cenę w walucie innej niż PLN, Zamawiający przeliczy ją na PLN po średnim kursie NBP (tabela A) z dnia ogłoszenia zapytania ofertowego.

Jeśli oferta będzie zawierała rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia, Zamawiający zastrzega sobie prawo do zwrócenia się do Oferenta o udzielenie w określonym terminie wyjaśnień dotyczących elementów oferty mających wpływ na wysokość ceny oraz zastrzega sobie prawo do odrzucenia oferty, co do której Oferent nie złoży wyjaśnień lub jeżeli dokonana ocena wyjaśnień wraz z dostarczonymi dowodami potwierdzi, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu zamówienia.

Liczba punktów w kryterium „cena brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia” będzie przyznawana według poniższego wzoru:

$$\frac{\text{cena brutto najtańszej spośród złożonych ofert}}{\text{cena brutto rozpatrywanej oferty}} \times 100 \times 100\% = KC$$

KC= liczba punktów oferty rozpatrywanej w ramach każdej części.

Maksymalna możliwa liczba punktów do uzyskania wynosi 100.

Za najkorzystniejszą ofertę w ramach każdej części postępowania zostanie uznana oferta, która jest poprawna formalnie, nie podlega wykluczeniu oraz w toku oceny uzyska największą liczbę punktów w ramach określonej części zamówienia.

Zamawiający, po dokonaniu oceny otrzymanych ofert, dokona wyboru najkorzystniejszej oferty dla każdej z części zamówienia, co zostanie udokumentowane protokołem postępowania o udzielenie zamówienia.



VI. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Oferent zainteresowany realizacją zamówienia jest zobowiązany do złożenia przez Bazę Konkurencyjności (BK2021) następujących załączników:

CZĘŚĆ 1:

Załącznik nr 1. Formularz ofertowy

Pełnomocnictwo (jeśli dotyczy)

Załącznik nr 2 Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych

Plan kampanii

CZĘŚĆ 2:

Załącznik nr 1. Formularz ofertowy

Pełnomocnictwo (jeśli dotyczy)

Załącznik nr 2 Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych

CZĘŚĆ 3

Załącznik nr 1. Formularz ofertowy

Pełnomocnictwo (jeśli dotyczy)

Załącznik nr 2 Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych

2. Treść złożonej oferty musi odpowiadać treści Zapytania ofertowego. Zamawiający zaleca wykorzystanie wzorów formularzy opracowanych przez Zamawiającego i dołączonych do niniejszego zapytania ofertowego. Dopuszcza się złożenie w ofercie załączników własnych Oferenta pod warunkiem, że będą one zgodne co do treści z formularzami opracowanymi przez Zamawiającego.
3. W sytuacji, kiedy ofertę i/lub załączniki do oferty w imieniu Oferenta podpisuje pełnomocnik (osoba nie umocowana do tych czynności w dokumentach rejestracyjnych Oferenta), należy do oferty dołączyć stosowne pełnomocnictwo.
4. Wszystkie załączniki muszą zostać podpisane zgodnie z zasadami reprezentacji – w formie pisemnej lub elektronicznej. Zamawiający dopuszcza składanie ofert opatrzonych kwalifikowanym podpisem elektronicznym oraz podpisem zaufanym.
5. Zamawiający dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
7. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert w przypadku wątpliwości co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi w zapytaniu ofertowym lub wynikającymi z odrębnych przepisów, w tym przedstawienia szczegółów kalkulacji ceny oferty.



8. Oferent może zmienić lub wycofać złożoną przez siebie ofertę.
9. Zmiana lub wycofanie złożonej oferty jest skuteczne tylko wówczas, gdy została dokonana przez Oferenta przed upływem terminu składania ofert.
10. W przypadku zmiany oferty, Oferent składa pisemne oświadczenie, iż ofertę swą zmienia, określając zakres i rodzaj tych zmian, a jeśli oświadczenie o zmianie pociąga za sobą konieczność wymiany, czy też przedłożenia nowych dokumentów, Oferent winien te dokumenty złożyć równocześnie ze zmianą oferty.
11. W przypadku wycofania oferty, Oferent składa pisemne oświadczenie, iż ofertę swą wycofuje.
12. Oferent ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
13. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w postępowaniu.
14. Składający ofertę pozostaje nią związany do czasu zawarcia umowy jednak nie dłużej niż 30 dni.
15. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

VII. MIEJSCE I SPOSÓB SKŁADANIA OFERT

1. Oferty wraz z załącznikami można składać: **bezpośrednio poprzez Bazę Konkurencyjności.**
2. Liczy się data i godzina wpłynięcia oferty do Zamawiającego (za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności).
3. Wszelkie ewentualne pytania dotyczące przedmiotowego zamówienia należy składać za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności. Pytania te muszą zostać zgłoszone najpóźniej 2 dni przed zakończeniem terminu ogłoszenia. Pytania, które wpłyną po tym terminie pozostaną bez odpowiedzi.
4. Oferty złożone po terminie lub poza ustalonym sposobem składania ofert nie będą rozpatrywane.
5. **Termin składania ofert: 12.03.2025 r.**

VIII. ROZSTRZYgniĘCIE POSTęPOWANIA, WARUNKI ZAWARCIA I ZMIANY UMOWY

1. Zamawiający udzieli zamówienia Oferentowi, którego oferta odpowiada zasadom określonym w zapytaniu ofertowym oraz została uznana w ramach poszczególnych części przez Zamawiającego za najkorzystniejszą, biorąc pod uwagę ustalone kryteria wyboru.
2. Zamawiający poinformuje Oferentów o dokonaniu wyboru oferty zapraszając Oferenta, którego oferta zostanie wybrana w ramach określonej części zamówienia jako najkorzystniejsza do podpisania umowy.
3. Zamawiający nie jest zobowiązany do udzielenia zamówienia któremukolwiek z Oferentów.
4. Ofertę uznaje się za zaakceptowaną dopiero po podpisaniu Umowy.
5. Zamawiający jest uprawniony do wyboru kolejnej najkorzystniejszej oferty w przypadku, gdyby Oferent, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą odmówił podpisania umowy lub gdyby podpisanie umowy z takim Oferentem stało się niemożliwe z innych przyczyn.
6. W umowie zostanie zastrzeżona możliwość nałożenia kary umownej w przypadku wystąpienia opóźnień w dostawie przedmiotu zamówienia.



WARUNKI ZMIANY UMOWY:

Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany umowy zawartej z wybranym w toku postępowania Oferentem, w przypadku wystąpienia co najmniej jednej z okoliczności wymienionych poniżej, z uwzględnieniem podawanych warunków ich wprowadzenia:

1) Zamawiający przewiduje zmianę terminu realizacji zamówienia w przypadku wystąpienia co najmniej jednej z okoliczności wymienionych poniżej, z uwzględnieniem podawanych warunków ich wprowadzenia:

- a) wystąpienia siły wyższej, uniemożliwiającej terminowe wykonanie przedmiotu Umowy, przy czym Wykonawca zobowiązany jest do udowodnienia wystąpienia takiej siły wyższej oraz wskazania wpływu, jaki to zdarzenie miało na przebieg realizacji Usługi;
- b) zaistnienia innych nadzwyczajnych okoliczności niż siła wyższa, uniemożliwiających terminowe wykonanie przedmiotu Umowy, których Strony, przy dochowaniu należytej staranności, nie przewidziały przy zawarciu Umowy i nie są przez nich zawinione;
- c) w przypadku nieprzekazania lub nieterminowego przekazania Wykonawcy materiałów, danych wejściowych i dokumentów w terminach określonych w umowie lub innych opóźnień po stronie Zamawiającego pod warunkiem, że zmiana terminu wynika z okoliczności, których Zamawiający nie mógł przewidzieć na etapie prowadzenia postępowania, działając z należytą starannością;
- d) w przypadku konieczności wprowadzenia zmian w przedmiocie Umowy na skutek okoliczności, których Zamawiający lub Wykonawca nie mogli, działając z należytą starannością przewidzieć w chwili zawarcia Umowy, w szczególności groźących rażąco stratą, niewykonaniem lub wadliwym wykonaniem przedmiotu Umowy, przy czym zmiany te nie prowadzą do zmiany charakteru Umowy;
- e) wydłużenia postępowań w sprawie wydawania decyzji administracyjnych związanych z przedmiotem umowy, o ile nie zostało to spowodowane z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy.
- f) w przypadku gdy zachodzić będzie konieczność wykonania zamówień nieobjętych Umową, których wykonanie stało się konieczne na skutek sytuacji niemożliwej do przewidzenia, a wykonanie zamówień objętych Umową będzie uzależnione od uprzedniego wykonania zamówień nieobjętych Umową.

Ww. zmiany nie mogą stanowić podstawy zwiększenia wynagrodzenia. Każda z ww. zmian może być powiązana z obniżeniem wynagrodzenia Wykonawcy.

2) Zamawiający dopuszcza możliwość wprowadzenia zmian w Umowie lub rezygnacji przez Zamawiającego z realizacji części przedmiotu Umowy w przypadku:

- a) wystąpienia siły wyższej, uniemożliwiającej wykonanie przedmiotu Umowy, przy czym Wykonawca zobowiązany jest do udowodnienia wystąpienia takiej siły wyższej oraz wskazania wpływu, jakie zdarzenie miało na przebieg realizacji Usług;
- b) zaistnienia innych nadzwyczajnych okoliczności niż siła wyższa, w szczególności groźących rażąco stratą, niewykonaniem lub wadliwym wykonaniem przedmiotu Umowy, których Strony, przy



dochowaniu należytej staranności, nie przewidziaty przy zawarciu Umowy i nie są przez nich zawinione;

c) w każdym przypadku, gdy przedmiot umowy może zostać osiągnięty w inny niż wskazany w umowie sposób, przy czym zmiana sposobu realizacji umowy jest racjonalna finansowo i rzetelnie uzasadniona, np. w przypadku możliwości modyfikacji parametrów technicznych przedmiotu umowy, której efektem nie będzie pogorszenie jakości przedmiotu usługi (przedmiot nie będzie gorszy niż założony pierwotnie w umowie);

d) zaistnienia okoliczności (zjawisk makroekonomicznych) niemożliwych do przewidzenia w chwili zawarcia Umowy i niezależnych od Stron, takich jak: gwałtowna dekonstrukcja, ograniczenie dostępności materiałów, istotny wzrost cen materiałów, gwałtowna inflacja, istotny spadek cen, które będą wymagały waloryzacji wynagrodzenia. (podwyższenia bądź obniżenia wynagrodzenia wykonawcy). W przypadku waloryzacji wynagrodzenia, wzrost/spadek ceny spowodowany każdą kolejną zmianą nie może przekraczać 50% wartości pierwotnej umowy.

e) otrzymania decyzji od właściwej Instytucji udzielającej dofinansowania na realizowanie przedmiotu zamówienia, zawierającej zmiany zakresu zadań, terminów realizacji czy też ustalającej dodatkowe wymogi;

f) zmiany w obowiązujących przepisach prawa, mającej wpływ na przedmiot i warunki umowy oraz zmiana sytuacji prawnej lub faktycznej Wykonawcy i/lub Zamawiającego skutkująca niemożliwością realizacji przedmiotu umowy.

g) Wprowadzona zmiana nie prowadzi do zmiany ogólnego charakteru umowy, a wartość zmian nie przekracza 50% wartości zamówienia określonej pierwotnie w Umowie.

Ww. zmiany mogą stanowić podstawy zwiększenia lub zmniejszenia wynagrodzenia Wykonawcy.

Zamawiający dopuszcza możliwość wprowadzenia zmian Umowy na zasadach przewidzianych w pkt 4 lit. b) – e) rozdziału 3.2.4 Umowa w sprawie zamówienia Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków na lata 2021-2027 tj. Zamawiający dopuszcza zlecenie Wykonawcy dodatkowych zamówień, przy czym po łącznym spełnieniu poniżej wskazanych warunków:

- zamówienia dodatkowe są niezbędne dla prawidłowego wykonania podstawowego zadania;
o wykonanie zamówień dodatkowych stało się konieczne na skutek sytuacji niemożliwej do przewidzenia przed zawarciem Umowy przez strony;
- realizacja zamówień dodatkowych przed ich wykonaniem, zostanie w formie pisemnej zaakceptowana przez obie strony;
- zmiana Wykonawcy nie może zostać dokonana z powodów ekonomicznych lub technicznych, w szczególności dotyczących zamienności lub interoperacyjności sprzętu, usług lub instalacji, zamówionych w ramach zamówienia podstawowego;
- zmiana Wykonawcy spowodowałaby istotną niedogodność lub znaczne zwiększenie kosztów dla Zamawiającego;
- wartość każdej kolejnej zmiany nie przekracza 50% wartości zamówienia określonej pierwotnie w umowie.



Opisane wyżej zmiany treści umowy nie mogą prowadzić do zmiany charakteru umowy. Zmiany te mogą skutkować zwiększeniem wynagrodzenia.

Zmiana umowy w sprawie zamówienia jest istotna, jeżeli powoduje, że charakter umowy zmienia się w sposób istotny w stosunku do pierwotnej umowy, w szczególności jeżeli zmiana: wprowadza warunki, które gdyby zostały zastosowane w postępowaniu o udzielenie zamówienia, to wzięliby w nim udział lub mogliby wziąć udział inni wykonawcy lub przyjęte zostałyby oferty innej treści; narusza równowagę ekonomiczną stron umowy na korzyść wykonawcy, w sposób nieprzewidziany w pierwotnej umowie; w sposób znaczny rozszerza albo zmniejsza zakres świadczeń i zobowiązań wynikający z umowy; polega na zastąpieniu wykonawcy, któremu zamawiający udzielił zamówienia, nowym wykonawcą w przypadkach innych, niż wskazane w lit. d), ust. 4, sekcja 3.2.4 Wytucznych ds. kwalifikowalności wydatków.

Warunki zmian:

- Inicjowanie zmian – na wniosek Zamawiającego i/lub Wykonawcy.
- Uzasadnienie zmian – prawidłowa realizacja przedmiotu umowy, obniżenie kosztów, zapewnienie optymalnych parametrów technicznych i jakościowych.
- Forma zmian – aneks do umowy z Wykonawcą w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

IX. POZOSTAŁE INFORMACJE

1. Zamawiający dopuszcza możliwość składania ofert oraz realizacji przedmiotu zamówienia przez Wykonawców działających w ramach konsorcjum oraz podwykonawstwa.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. W przypadku, gdy zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert. Wszelkie modyfikacje, uzupełnienia i ustalenia oraz zmiany, w tym zmiany terminów, jak również pytania Oferentów wraz z wyjaśnieniami będą publikowane na stronie internetowej bazakonkurencyjności.funduszeuropejskie.gov.pl. Stają się one integralną częścią zapytania ofertowego i będą wiążące przy składaniu ofert. Wszelkie prawa i zobowiązania Wykonawcy odnośnie wcześniej ustalonych terminów będą podlegały nowemu terminowi o ile taki zostanie wyznaczony.
3. Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania na każdym etapie do momentu podpisania umowy na realizację zamówienia w przypadku, gdy z powodu okoliczności, których nie przewidywał lub nie mógł przewidzieć, udzielenia zamówienia nie leży w interesie Zamawiającego lub z innych przyczyn stało się niecelowe.
4. Zamawiający unieważni postępowanie w szczególności, gdy:
 - cena najkorzystniejszej oferty przekracza kwotę jaką Zamawiający zamierzał przeznaczyć na realizację zamówienia, chyba że zamawiający zdecyduje zwiększyć tę kwotę do ceny najkorzystniejszej oferty;
 - postępowanie jest obciążone istotną wadą uniemożliwiającą zawarcie umowy;
 - w wyniku zmiany obiektywnych warunków realizacja zamówienia nie leży w interesie Zamawiającego.



W przypadku zaistnienia takich okoliczności, Oferentom nie przysługują żadne roszczenia w stosunku do Zamawiającego w przypadku skorzystania przez niego z któregośkolwiek z powyższego uprawnienia. W tym zakresie Oferenci zrzekają się wszelkich ewentualnych przysługujących im roszczeń.

5. Oferty oraz wszelkie inne załączniki składane w trakcie postępowania są jawne, z wyjątkiem – odrębnie i jednoznacznie wskazanych przez Oferenta – informacji stanowiących tajemnicę Oferenta.
6. Cała komunikacja w ramach niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia, w tym publikacja zapytania ofertowego, składanie ofert, wymiana informacji między Zamawiającym a Oferentami oraz przekazywanie dokumentów i oświadczeń, odbywa się w za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności 2021. Instrukcja do Bazy dostępna jest pod adresem: <https://instrukcje.cst2021.gov.pl/?app=baza-konkurencyjnosci>. Zamawiający rekomenduje by Oferent na kilka dni przed złożeniem oferty założył konto, zapoznał się z funkcjonowaniem Bazy Konkurencyjności.
7. **Oferenci mogą zadawać pytania za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności wyłącznie w okresie publikacji ogłoszenia. Pytania te muszą zostać zgłoszone najpóźniej dwa dni przed zakończeniem terminu ogłoszenia. Pytania, które wpłyną po tym terminie pozostaną bez odpowiedzi.**

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1. Formularz ofertowy

Załącznik nr 2. Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych

Załącznik nr 3. Informacja o przetwarzaniu danych osobowych