



Fundusze Europejskie
dla Polski Wschodniej



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

Projekt pt. „Wdrożenie innowacji produktowej i biznesowej w ARGO Sp. z o.o. poprzez wykorzystanie procesów wzorniczych” współfinansowany ze środków Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej 2021-2027, Priorytet 1 „Przedsiębiorczość i Innowacje” Działanie 1.4 Wzornictwo w MŚP

ZAPYTANIE OFERTOWE nr 3/1.4/FEPW

I. ZAMAWIAJĄCY

ARGO Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością

ul. Tokarska 21
20-210 Lublin
NIP: 7122993543
REGON: 060108877

Osoba do kontaktu:

Dariusz Szydłowski

tel.: 665 506 969

e-mail: dariusz.szydowski@argo.info.pl

II. TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA

Prowadząc niniejsze postępowanie Zamawiający zapewnia zachowanie zasad uczciwej konkurencji oraz równego traktowania wykonawców, a także do działania w sposób przejrzysty i proporcjonalny z zachowaniem przepisów i zasad wynikających z wytycznych dotyczących kwalifikowalności wydatków na lata 2021-2027.

Zamawiający zobowiązuje się do realizowania zamówienia w sposób zapewniający uzyskanie najlepszych efektów zamówienia, w tym efektów środowiskowych oraz gospodarczych w stosunku do poniesionych nakładów.

III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Kod CPV:

85312320-8 Usługi doradztwa

72413000-8 Usługi w zakresie projektowania stron www

79421200-3 Usługi projektowe inne niż w zakresie robót budowlanych

72244000-7 Usługi prototypowania

71600000-4 Usługi w zakresie testowania technicznego, analizy i konsultacji technicznej

Przedmiotem zamówienia są następujące usługi doradcze i projektowe:

1. Zaprojektowanie Brand Book'a (systemu Identyfikacji wizualnej) dla nowej oferty produktowej 1kpl.
2. Zaprojektowanie materiałów wspierających sprzedaż nowych produktów 1kpl.
3. Zaprojektowanie strategii marketingowej dla działań firmy w obszarze nowej oferty produktowej 1szt.
4. Zaprojektowanie strony internetowej dla nowej oferty produktowej 1szt.

5. Zaprojektowanie konfiguratora dla nowej kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych 1szt.
6. Zaprojektowanie modelowego procesu wzorniczego 1szt.
7. Zaprojektowanie DESIGN BOOK'a dla nowej oferty produktowej 1szt.
8. Zaprojektowanie autorskiej kolekcji ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE DRZWI i OKIEN STALOWYCH w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME
9. Prototypowanie autorskiej kolekcji ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE DRZWI i OKIEN STALOWYCH w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME
10. Testowanie autorskiej kolekcji ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE DRZWI i OKIEN STALOWYCH w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME

SPECYFIKACJA:

- 1. Zaprojektowanie Brand BOOK'a (systemu Identyfikacji wizualnej) dla nowej oferty produktowej 1kpl.**

ELEMENTY WYMAGAJĄCE ZAPROJEKTOWANIA/UWZGLĘDNIENIA:

LOGO

- znak graficzny dla produktów z nowej kolekcji produktowej, konstrukcja znaku, minimalna wielkość, pola ochronne,
- stosowanie znaku towarowego nowej kolekcji produktowej w kontekście znaku firmowego ARGO,
- przykłady użycia znaków na tle,
- przykłady nieprawidłowego użycia znaków

KOLORYSTYKA podstawowa i uzupełniająca

TYPOGRAFIA

- fonty używanych w obiegu wewnętrznym firmy
- fonty w publikacjach drukowanych i internetowych

PIKTOGRAMY

- ikony i piktogramy do zastosowań drukowanych i cyfrowych

AKCYDENSY

- Wizytówki, papier firmowy, oferta handlowa, koperty, teczki firmowe i ofertowe, zaproszenie, dyplom

REKLAMA

- key visual
- projekt reklamy prasowej
- projekt banerów internetowych
- billboard, plakat
- gadżety reklamowe

MULTIMEDIA

- favicona, stopka e-mailowa
- media społecznościowe – awatary, grafiki w tle, szablony postów
- szablon prezentacji multimedialnej

IDENTYFIKACJA PRZESTRZENNA

- pylon firmowy, flagi, kierunkowskazy zewnętrzne oznakowanie budynków – biura i hal produkcyjno-magazynowych, tablice zbiorcze, tablice informacyjno-kierunkowe, oznakowanie pomieszczeń

MATERIAŁY IDENTYFIKUJĄCE

- odzież pracownicza – spodnie, T-shirt, bluza, kamizelka
- auto osobowe, auta dostawcze
- identyfikatory

ZAKRES USŁUGI:

Etap 1: Projektowanie: opracowanie briefu projektowego (weryfikacja założeń projektowych);

Etap 2: Prototypowanie: referencje, inspiracje – prezentacja wstępnych koncepcji

Etap 3: Testowanie: dopracowanie wybranych koncepcji

Etap 4: Wdrożenie: opracowanie pełnego *Brand Book'a* w postaci *Księgi Znaku* wraz z plikami produkcyjnym/layotami i opisem.

System identyfikacji wizualnej (Brand Book) powinien zostać zaprojektowany z uwzględnieniem standardu informacyjno-promocyjnego i cyfrowego oraz zasady uniwersalnego projektowania (czytelna informacja) tzn.: przygotowany co najmniej w wersji elektronicznej. PDF utworzony w sposób zapewniający dostęp do warstwy tekstowej dokumentu oraz informacji o strukturze dokumentu, co umożliwi zastosowanie technologii asystujących, czyli np. poprawne i zrozumiałe odczytanie pliku przez czytnik dokumentów stosowany przez osoby z niepełnosprawnością wzroku. W przypadku skanowania dokumentu tekstowego do pliku PDF wybrana zostanie opcja skanowania z możliwością przeszukiwania tekstu.

2. Zaprojektowanie materiałów wspierających sprzedaż nowych produktów 1kpl

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie materiałów wspierających sprzedaż nowych produktów. Materiały te powinny pozwolić w jasny, czytelny i szybki sposób przedstawić nowe produkty oraz dopełnić komunikat firmy ARGO o produkcie, czytelnie przedstawić jego pełne możliwości i wspomóc drogę rozwoju innowacji produktowej na rynku.

ELEMENTY WYMAGAJĄCE ZAPROJEKTOWANIA/UWZGLĘDNIENIA:

- **Packshotowe wizualizacje produktów:**
min. 18 szt. – na neutralnym tle, min. w trzech wykończeniach / trzy różne ujęcia prezentujące rozwiązania z poszczególnych linii stylistycznych, w rozmiarze minimum 6000x6000 pikseli, przestrzeń barwna: rgb / cmyk, w formacie: *.jpg oraz *.png),
- **Wizualizacje produktów w zaaranżowanej przestrzeni:**
12szt. – min. trzy aranżacje / dwa różne ujęcia oraz jedno zbliżenie prezentujące najważniejsze cechy produktu w rozmiarze minimum 6000x6000 pikseli, przestrzeń barwna: rgb / cmyk, w formacie *.jpg oraz *.png /
- **Animacje video (3x15 sekund):**
materiał wrażliwy, bez czołówki i tyłówki, w technice 3D prezentujący cechy poszczególnych linii stylistycznych, zastosowanie zaawansowanych technologicznie rozwiązań z obszaru bezpieczeństwa i rozwiązań SMART HOME. Wykonanie animacji obejmuje:
 - opracowanie koncepcji kreatywnych animacji;
 - przygotowanie scenariusza wraz ze storyboardem;
 - produkcję animacji w polskiej wersji językowej wraz z opcją dodania napisów w języku angielskim
 - postprodukcję animacji, w tym montaż, korekcję i udźwiękowienie animacjiAnimacja powinna zostać przygotowana w formacie MP4 w rozdzielczości minimum Full

HD (1920x1080 pikseli, MP4) lub wyższym w taki sposób, by umożliwiała kadrowanie do formatu pionowego bez utraty istotnych detali w zakresie merytoryki animacji.

- **Spot reklamowy (30 sek.):**

Spot do zastosowań on-line (strona www, social media) prezentujący możliwości produkcyjne ARGO oraz proces technologiczny (1080p (1920x1080), MP4). Wykonanie spotu obejmuje:

- opracowanie koncepcji kreatywnej spotu
- przygotowanie scenariusza wraz ze storyboardem
- produkcję animacji w polskiej wersji językowej wraz z opcją dodania napisów w języku angielskim
- postprodukcję spotu, w tym montaż, korekcję i udźwiękowienie spotu

- **Katalog:**

Dedykowany do dystrybucji na targach, wystawach, w salonach oraz w sprzedaży bezpośredniej (format A4 (297x210 mm), objętość: min. 24str., *.PDF),

- **Ulotka:**

Stanowiąc będzie mobilne źródło informacji do rozpowszechniania na targach, w salonach sprzedaży i podczas spotkań z klientami (A4 (297x210 mm) składana (210x100 mm), format: *.PDF),

- **Copywriting i slogany reklamowe:**

Copywriting przekaże kluczowe korzyści i unikalne cechy produktów, przyciągając uwagę klientów, slogany reklamowe pozwolą wyróżnić się na tle konkurencji podkreślając wartość kolekcji. Trzy slogany, tekst marketingowy opisujący nową kolekcję: min. 2000 znaków tekstu, format *.TXT/ *.DOCX

ZAKRES USŁUGI:

Etap 1: Projektowanie: Reaserch – analiza konkurencji (oferowanych produktów, sposobu komunikowania i wyglądu materiałów marketingowych), analiza potrzeb grupy docelowej – oczekiwania;

Etap 2: Prototypowanie: Layout – 3 propozycje wyglądu materiałów;

Etap 3: Testowanie: Opracowanie koncepcji materiałów

Etap 4: Wdrożenie: przygotowanie do druku, nadzór nad drukiem.

Materiały wspierające sprzedaż powinny zostać zaprojektowane z zastosowaniem standardu informacyjno-promocyjnego i cyfrowego oraz zasady uniwersalnego projektowania (czytelna informacja) tzn.: tekst spisany prostym językiem - łatwy do czytania; brak trudnych wyrazów, skrótów zapożyczonych z innego języka; dzielenie wyrazów – funkcja wyłączona; czcionka pozbawiona ozdobników; skróty branżowe - rozwinięcie przy pierwszym użyciu; przykłady; zdania krótkie – pozytywne, strona czynna zamiast biernej; rozmiar tekstu można powiększyć do 200%; kontrast tło / tekst. Folder i ulotka: unikalne tytuły dla każdej strony, używane równoważniki zdań, zastosowana duża czcionka: min. 18-20, bezszeryfowa, bez cieni. Wizualizacje: z zachowaniem kontrastu obiektów do tła, z wysokiej jakości grafiką, dużymi zdjęciami i tekstem alternatywnym. Copywriting i slogany przygotowane min. w wersji elektronicznej. Animacja i spot: unikalne tytuły dla każdego slajdu, używane równoważniki zdań, duża czcionka: min. 18-20, bezszeryfowa, bez cieni, kontrast czcionki do tła

3. Zaprojektowanie strategii marketingowej dla działań firmy w obszarze nowej oferty produktowej 1szt.

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii marketingowej dla nowej grupy produktów ARGO. Poprzez gruntowną analizę rynku, koncentrację na wartościach ekologicznych i innowacyjności, precyzyjną segmentację grup docelowych oraz rozbudowane kampanie edukacyjne, strategia zapewnić ma doskonałe dopasowanie oferty do potrzeb klientów, budując jednocześnie unikalny wizerunek marki.

ELEMENTY STRATEGII MARKETINGOWEJ:

- Analiza sytuacyjna
- Określenie celów marketingowych
- Segmentacja i grupy docelowe
- Wartości i wizja marki
- Produkt i innowacje
- Dystrybucja i punkty dotarcia
- Kampanie marketingowe
- Zaangażowanie społeczności
- Partnerstwa i współpraca
- Pomiar wyników
- Działania kryzysowe i adaptacja
- Zrównoważony rozwój

Strategia komunikacji marketingowej powinna się skupiać na komunikacji w obszarze mediów społecznościowych, powinna być zbudowana w sposób przemyślany i spójny, uwzględniając specyfikę każdej platformy. Powinna zawierać min. analizę rynku i konkurencji, określenie celów marketingowych, wybór platform, kreację treści, planowanie harmonogramu publikacji, interakcję z użytkownikami, wykorzystanie narzędzi reklamowych, monitorowanie i analizę wyników.

ZAKRES USŁUGI:

Etap 1: Weryfikacja stanu wyjściowego i założeń strategicznych.

Etap 2: Wstępne koncepcje i konsultacje w obszarze między innymi analizy grup docelowych i poszczególnych elementów marki.

Etap 3: Dopracowanie wybranej koncepcji.

Etap 4: Przygotowanie wytycznych do wdrożenia.

Strategia marketingowa powinna zostać zaprojektowana z zastosowaniem standardu informacyjno-promocyjnego i cyfrowego, zasady uniwersalnego projektowania (czytelna informacja): tekst spisany prostym językiem - łatwy do czytania; brak trudnych wyrazów, skrótów zapożyczonych z innego języka; dzielenie wyrazów – funkcja wyłączona; czcionka pozbawiona ozdobników; skróty branżowe - rozwinięcie przy pierwszym użyciu; przykłady; zdania krótkie – pozytywne, strona czynna zamiast biernej; rozmiar tekstu można powiększyć do 200%; kontrast tło / tekst. Dokument powinien zostać przygotowany co najmniej w wersji elektronicznej. PDF powinien zostać utworzony w sposób zapewniający dostęp do warstwy tekstowej dokumentu oraz informacji o strukturze dokumentu, co umożliwi zastosowanie technologii asystujących, czyli np. poprawne i zrozumiałe odczytanie pliku przez czytnik dokumentów stosowany przez osoby z niepełnosprawnością wzroku. W przypadku skanowania dokumentu tekstowego do pliku PDF wybrana zostanie opcja skanowania z możliwością przeszukiwania tekstu.

4. Zaprojektowanie strony internetowej dla nowej oferty produktowej 1szt.

Przedmiotem zamówienia jest projekt strony internetowej dla nowej oferty produktowej opartej na materiałach graficznych opracowanych na potrzeby działań marketingowych. Podstawowym zadaniem powstałej witryny ma być nowy sposób komunikowania marki ARGO i nowej oferty produktowej (kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych). Na stronie powinny znajdować się co najmniej:

STRONA GŁÓWNA: atrakcyjne zdjęcia i krótkie opisy nowej kolekcji drzwi i okien stalowych, zachęcające do dalszego eksplorowania oferty. Może także zawierać przyciski "Kup teraz" lub "Skontaktuj się z nami", aby umożliwić użytkownikom szybki dostęp do produktów lub kontaktu z firmą.

STRONA PRODUKTÓW: Każda linia produktowa (INDUSTRIAL, VINTAGE, GLAMOURE) swoją dedykowaną stronę, na której znajdują się szczegółowe opisy, zdjęcia i cechy charakterystyczne drzwi i okien stalowych z danej linii, informacje o dostępnych opcjach konfiguracji (kolory, wymiary i dodatkowe funkcje)

KONFIGURATOR PRODUKTÓW: łatwy w obsłudze i umożliwiający klientom personalizację wybranych drzwi i okien stalowych

PODSTRONA O FIRMIE: historia, wartości ARGO, certyfikaty, doświadczenie w produkcji drzwi i okien z aluminium i stali na zamówienie, może zawierać referencje

KONTAKT: dane kontaktowe ARGO, formularz kontaktowy, mapa lokalizacji

JĘZYK I LOKALIZACJA: ze względu na to, że głównymi odbiorcami oferty ARGO są klienci z UK i USA, strona powinna być dostępna w języku angielskim i zoptymalizowana pod kątem preferencji tych rynków. Może być także przydatne uwzględnienie informacji o międzynarodowych wysyłkach oraz ew. certyfikaty lub standardy bezpieczeństwa zgodne z wymogami obu krajów.

Nowoczesna, bogata w informacje strona internetowa powinna komunikować markę ARGO i nową ofertę produktową przedsiębiorstwa. Powinna umożliwiać zapoznanie się z ofertą firmy, komunikować jakiego rodzaju jest to przedsiębiorstwo i czym dokładnie się zajmuje. Strona internetowa w jasny sposób powinna komunikować nt. profilu działania firmy, akcentować kluczowe dla firmy wartości, na których opiera swój biznes, w prosty i przejrzysty sposób komunikować ma o swoich możliwościach i głównych atutach.

Grafika i układ strony powinny być atrakcyjne i zgodne z estetyką nowoczesnych stron www, treści klarowne, przystępne i powinny zawierać istotne informacje, aby skutecznie przyciągać uwagę i zachęcać do interakcji i zakupu produktów.

Strona www powinna zostać zaprojektowana zgodnie z zasadą uniwersalnego projektowania tj.: treści nietekstowe (zdjęcia, rysunki, schematy, wykresy) powinny posiadać tekst alternatywny zawierający wszystkie informacje, które mogą być istotne dla użytkownika. Wszędzie tam, gdzie kolejność przedstawianych informacji ma wpływ na ich zrozumienie – powinna być ułożona w taki sposób, aby była możliwa do odczytania przez oprogramowanie wspierające, powiększenie rozmiaru tekstu do 200% bez użycia technologii wspomagających.

Projekt strony internetowej powinien zostać przygotowany zgodnie ze standardem WCAG 2.0 oraz powinien być spójny z pozostałymi elementami systemu identyfikacji wizualnej.

Strona internetowa dla nowej oferty produktowej powinna być odpowiednio skomunikowana z mediami społecznościowymi firmy.

Zakres usługi:

- 1: Research rynku, analiza danych zastanych, opracowanie briefu projektowego;
- 2: Opracowanie architektury strony wraz z opisem kluczowych funkcjonalności;
- 3: Opracowanie projektu graficznego w układzie szkieletowym;
- 4: Dopracowanie projektu graficznego (projekt właściwy): copywriting, ilustracje/wizualizacje/i in. Wersja desktop i mobile;
- 5: Nadzór autorski nad implementacją - konsultacje, sprawdzenie zgodności wdrożenia z

projektem właściwym.

5. Zaprojektowanie konfiguratora dla nowej kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych 1szt.

Przedmiotem zamówienia jest projekt konfiguratora produktów dla nowej kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych.

Zakłada się, że konfigurator będzie kompleksowym narzędziem umożliwiającym klientom spersonalizowanie drzwi i okien stalowych na stronie www zgodnie z ich preferencjami oraz indywidualnymi potrzebami. Zaprojektowane narzędzie będzie umożliwiać konfigurowanie produktów min. na kilku poziomach:

- LINIA STYLISTYCZNA:
Jedną z trzech: INDUSTRIAL, VINTAGE, GLAMOUR
- PRZEZNACZENIE PRODUKTU:
Do wnętrza (tzw. „profil zimny”)
Do zastosowań zewnętrznych (tzw. „profil ciepły”)
- KONFIGURACJA PRODUKTU:
Możliwość wyboru preferowanej konfiguracji produktu:
Drzwi przesuwne
Drzwi i okna rozwierane
Drzwi wahadłowe
Drzwi harmonijkowe (łamane)
Ścianki stałe
- PERSONALIZACJA PRODUKTU:
Możliwość personalizacji parametrów:
Wymiary, Naświetli, Układ szprosów, Rodzaj oszklenia lub blendy w polach okiennych, Akcesoria, Kolor
- INTEGRACJA Z SYSTEMAMI BEZPIECZEŃSTWA I SMART HOME:
Możliwość wyposażenia produktów w el. umożliwiające zastosowanie rozwiązań podnoszących bezpieczeństwo i systemów SMART HOME: zamki wieloryglowe, kontaktrony, siłowniki
- PODSUMOWANIE I ZAMÓWIENIE:
Ostateczna weryfikacja i edycja wybranych parametrów, składanie zamówienia.

Grafika i układ konfiguratora powinny być atrakcyjne i zgodne z estetyką nowoczesnych rozwiązań, treści klarowne, przystępne i powinny zawierać istotne informacje, aby skutecznie przyciągać uwagę i zachęcać do interakcji i zakupu produktów.

Konfigurator powinien zostać zaprojektowany zgodnie z zasadą uniwersalnego projektowania. Treści nietekstowe (zdjęcia, rysunki, schematy, wykresy) powinny posiadać tekst alternatywny zawierający wszystkie informacje, które mogą być istotne dla użytkownika. Wszędzie tam, gdzie kolejność przedstawianych informacji ma wpływ na ich zrozumienie – powinny być ułożone w taki sposób, aby były możliwe do odczytania przez oprogramowanie wspierające, powiększenie rozmiaru tekstu do 200% bez użycia technologii wspomagających.

Przygotowanie projektu konfiguratora składać się będzie z etapów:

- 1) analiza i opracowanie drzewa procesów
- 2) opracowanie struktury i mechanizmów działania
- 3) rekomendacje i wybór platformy programistycznej
- 4) przygotowanie projektu zgodnego z UX

Efektem wykonania usługi będzie gotowy projekt obejmujący pełną dokumentację projektową systemu konfiguratora.

6. Zaprojektowanie modelowego procesu wzorniczego 1szt.

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie skodyfikowanego procesu wzorniczego, który umożliwi spójne i efektywne zarządzanie procesami wzorniczymi oraz skupienie się na aspektach związanych z ekoprojektowaniem.

ETAPY PROCESU WZORNICZEGO, KTÓRE POWINNY ZOSTAĆ ZAPROJEKTOWANE:

- Analiza i zrozumienie potrzeb i wymagań
- Generowanie koncepcji
- Selekcja i rozwój koncepcji
- Prototypowanie i testowanie
- Implementacja
- Wprowadzenie na rynek i komunikacja.

ZAKRES USŁUGI:

- Zapoznanie się z wynikami prac audytowych i aktualną sytuacją przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem struktury organizacyjnej, zakresów kompetencji i odpowiedzialności oraz procesów komunikacji wewnętrznej.
- Przygotowanie procesu wdrożenia modelowego procesu wzorniczego:
 - a. wybór kluczowych aktorów procesu,
 - b. ustalenie szczegółowego zakresu warsztatów,
 - c. opracowanie harmonogramu,
- Warsztat dla kluczowych aktorów procesu z zakresu przyjętej w modelowym procesie wzorniczym metodyki działania (np. elementy Design Thinking, badań jakościowych w projektowaniu, Service Design czy innych).
- Przygotowanie materiałów dodatkowych wspomagających realizację procesu wzorniczego.

Dokument powinien zostać zaprojektowany z zastosowaniem standardu informacyjno-promocyjnego i cyfrowego oraz zasady uniwersalnego projektowania (czytelna informacja) tzn.: tekst spisany prostym językiem - łatwy do czytania; brak trudnych wyrazów, skrótów zapożyczonych z innego języka; dzielenie wyrazów – funkcja wyłączona; czcionka pozbawiona ozdobników; skróty branżowe - rozwinięcie przy pierwszym użyciu; przykłady; zdania krótkie – pozytywne, strona czynna zamiast biernej; rozmiar tekstu można powiększyć do 200%; kontrast tło / tekst.

7. Zaprojektowanie DESIGN BOOK'a dla nowej oferty produktowej 1szt.

Przedmiotem zamówienia jest zaprojektowanie Design Book'a dla nowej oferty produktowej. DESIGN BOOK będzie obejmował zasady projektowania produktów znajdujących się w ofercie nowej marki produktowej. Będzie definiował DNA nowych produktów, a także min. sposoby znakowania i eksponowania produktów, zalecenia i zasady dotyczące tworzenia, prezentacji i publikacji projektowanych produktów. Dokument zawierał będzie co najmniej:

ZASADY PROJEKTOWANIA (WIZUALNE DNA PRODUKTÓW)

- ogólne zasady projektowania nowych produktów
- funkcjonalność i estetyka projektowanych produktów – tworzenie przyszłych linii produktowych
- rozwiązania stylistyczne – dodatki i akcesoria
- rozwiązania materiałowe i technologiczne
- stosowana kolorystyka, sposób wykańczania powierzchni, detal

ZASADY ZNAKOWANIA PRODUKTÓW

- ogólne zasady oznakowywania produktów
- umieszczanie i sposoby komponowania znaków firmowych na produktach
- zasady projektowania etykiet i dodatkowych elementów identyfikujących produkty

ZASADY PROJEKTOWANIA OPAKOWAŃ

- rodzaje materiałów i sposoby ich użycia
- sposoby zabezpieczania produktów
- sposoby oklejania, znakowania i przygotowania do transportu

SPOSODY PREZENTACJI PRODUKTÓW

- sposób ekspozycji produktów w przestrzeni targowej
- sposób ekspozycji produktów w przestrzeni firmowego showroomu

Dokument zostanie przygotowany co najmniej w wersji elektronicznej z zachowaniem następujących zasad: tam, gdzie to możliwe unikać się będzie pisania kolorowym drukiem, kursywą, stosowania podkreśleń, pisania całych słów/zdań WIELKIMI LITERAMI. W przypadku potrzeby zaznaczenia w tekście istotnej informacji, stosować się będzie pogrubienia, w celu zwiększenia widoczności ważnego fragmentu. Uzupełnione zostaną metadane (tytuł dokumentu, autor (np. osoba i instytucja), słowa kluczowe).

8. *Zaprojektowanie autorskiej kolekcji ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE DRZWI i OKIEN STALOWYCH w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME*

Przedmiotem zamówienia jest zaprojektowanie autorskiej kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME

POŻĄDANA CHARAKTERYSTYKA KOLEKCJI:

Kolekcja będzie obejmowała wysokiej jakości drzwi i okna do zastosowań zewnętrznych i wewnętrznych. Produkty znakowane marką ARGO oraz nazwą kolekcji. Nazwa kolekcji (przykładowa): SteelLine Doors & Windows

OPIS OGÓLNY:

Zakłada się, że kolekcja SteelLine będzie linią nowoczesnych, stylowych drzwi i okien stalowych, zaprojektowaną z myślą o zapewnieniu bezpieczeństwa, energooszczędności i estetyki. Wykorzystując zaawansowane technologie i trwałe materiały, produkty z tej kolekcji będą oferować nie tylko ochronę, ale także estetyczny wygląd i komfort użytkowania. W ramach kolekcji SteelLine zaprojektowane zostaną następujące produkty:

- **Drzwi i okna przesuwne.** Montaż do ściany lub sufitu (szyna z maskownicą) lub tylko do ściany (szyna z widocznymi kołami dekoracyjnymi). Możliwość zastosowania spowalniacza dymu.
- **Drzwi i okna rozwierne.** Jedno lub dwuskrzydłowe, otwierane na jedną stronę. W opcji dwuskrzydłowej skrzydło bierne będzie wyposażone w listwę przymykową oraz będzie miało możliwość blokady (ryglowania).

- **Drzwi wahadłowe.** Wariant drzwi bez ościeżnicy, wyposażone w zawiasy z regulowaną prędkością domyku. Skrzydło będzie można otworzyć na obie strony.
- **Drzwi harmonijkowe (łamane).** Drzwi mocowane na szynach w suficie i podłodze o maksymalnie ośmiu skrzydłach na jedną stronę.
- **Ścianki stałe.** Ścianki działowe do wewnątrz wykonane z tych samych profili co drzwi, modułowe z możliwością łączenia paneli.

WSPÓLNE CECHY FUNKCJONALNE WSZYSTKICH PRODUKTÓW Z KOLEKCJI STEELLINE:

- Wytrzymała konstrukcja: Drzwi i okna będą wykonane w oparciu o wysokiej jakości profile, gwarantujące solidność i odporność na uszkodzenia.
- Uniwersalność: W ofercie będą drzwi i okna przeznaczona do zastosowań zewnętrznych i wewnętrznych
- Energooszczędność: Termiczne właściwości profili stalowych, izolacje termiczne i szyby o niskim współczynniku przenikania ciepła, zapewniające oszczędność energii i komfort termiczny
- Zaawansowane systemy bezpieczeństwa: projekty nowych produktów będą uwzględniać wyposażenie ich w wieloryglowe zamki, antywłamaniowe zawiasy i możliwość integracji z systemami alarmowymi
- Inteligentne rozwiązania: projekty nowych produktów będą uwzględniać integrację produktów z systemami SMART HOME, umożliwiającą min. zdalne sterowanie drzwiami i oknami za pomocą aplikacji mobilnej. Dodatkowo uwzględniać będą zaawansowane rozwiązania pozwalające na regulację przejrzystości szkła poprzez zastosowanie inteligentnych laminatów oraz zastosowanie kontaktronów (czujników magnetycznych alarmujących o nieupoważnionym otwarciu skrzydła drzwi).
- Personalizacja: projekty nowych produktów będą uwzględniać możliwość konfigurowania (poprzez konfigurator) i automatycznego zamawiania produktów z poziomu strony internetowej, dostosowanie do indywidualnych potrzeb klienta i specyfiki projektu. Możliwość konfigurowania obejmuje:
 - skonfigurowanie rodzaju i układu produktu: drzwi i okna przesuwne, rozwierne, wahadłowe, harmonijkowe, ścianki stałe
 - skonfigurowanie układu naświetli (górze, lewa lub prawa strona drzwi)
 - skonfigurowanie układu szprosów
 - skonfigurowanie rodzaju oszklenia
 - skonfigurowanie typu akcesoriów (pochwyty, zamków, zawiasów)
 - skonfigurowanie rozwiązań SMART HOME
- Nowoczesny design: projekty nowych produktów obejmą trzy linie stylistyczne wpisujące się w aktualne trendy estetyczne - INDUSTRIAL, VINTAGE i GLAMOUR
- Możliwość automatycznego zamawiania produktów z poziomu strony internetowej

OCZEKIWANE PARAMETRY TECHNICZNE:

OKNA:

1. Współczynnik przenikania ciepła: $U_w < 0,9 \text{ W/m}^2\text{K}$, $U_f = 0,74 \text{ W/m}^2\text{K}$
2. Współczynnik przepuszczalności energii słonecznej (g): do 33% (0,33)
3. Przepuszczalność powietrza: klasa 3
4. Izolacyjność akustyczna (R_w): 46 dB
5. Wodoszczelność okna: klasa 9A
6. Odporność na włamanie: możliwy standard do RC3 (w zależności od zastosowanych okuć)
7. Siły operacyjne 2;
8. Maksymalne wymiary pojedynczego skrzydła – 1435x2760 mm.
9. Maksymalny ciężar pojedynczego skrzydła – 180 kg

DRZWI ZEWNĘTRZNE:

1. Izolacja termiczna (U): $U_w < 0,9 \text{ W/m}^2\text{K}$, $U_f = 0,74 \text{ W/m}^2\text{K}$
2. Grubość skrzydła: 80 mm
3. Izolacja akustyczna (R_w): 45dB
4. Wodoszczelność okna: klasa 9A
5. Odporność na włamanie: możliwy standard do RC3 (w zależności od zastosowanych okuć)
6. Siły operacyjne 2;
7. Maksymalne wymiary pojedynczego skrzydła – 1360x2992 mm.
8. Maksymalny ciężar pojedynczego skrzydła – 280 kg
9. Przepuszczalność powietrza: klasa 3

DRZWI WEWNĘTRZNE:

1. Grubość skrzydła: 36,9 mm
2. Ościeżnica: grubość 36,9mm
3. Maksymalne wymiary drzwi podwójnych wewnętrznych 2100x3000 mm,
4. maksymalne wymiary pojedynczego skrzydła – 1037x2950mm.
5. Maksymalny ciężar pojedynczego skrzydła – 120 kg

POŻĄDANA STYLISTYKA PRODUKTÓW:

Zakłada się, że w ramach kolekcji SteelLine powstaną trzy linie stylistyczne produktów. Każda linia stylistyczna w kolekcji SteelLine – INDUSTRIAL, VINTAGE i GLAMOUR – zaoferuje unikalny design i charakter, odpowiadający różnym preferencjom estetycznym oraz stylom aranżacji wnętrz.

1/ SteelLine INDUSTRIAL Line:

Linia Industrial w kolekcji SteelLine będzie nawiązywała do surowości i prostoty przemysłowego designu. Wizualnie będzie charakteryzowała się minimalizmem i ascetycznością formy: mocnymi, stalowymi ramami, prostymi podziałami oraz surowymi wykończeniami i akcesoriami (proste, dospawywane zawiasy zewnętrzne, oszczędne w formie uchwyty i klamki). Produkty z tej linii będą oferowane w całości w jednym kolorze, a dominującą kolorystyką będą odcienie szarości i czerni idealnie komponujące się z nowoczesnymi loftami, magazynami przemysłowymi i wnętrzami inspirowanymi estetyką fabryczną. W tej linii oferowane będą także produkty ze stali nierdzewnej

Charakterystyka kolekcji INDUSTRIAL:

- Nawiązuje do surowości i prostoty przemysłowego designu
- Wykorzystuje metal i szkło w minimalistycznych formach
- Cechuje się surowymi wykończeniami i prostymi, geometrycznymi kształtami

Kolorystyka i wykończenie:

- Odcienie szarości i czerni
- Wykończenia surowe, matowe powierzchnie, szczotkowana stal

Cechy:

- Mocne, stalowe ramy i duże przeszklenia
- Proste, symetryczne podziały przeszkleń (szprosy)
- Możliwość wypełnienia pól okiennych zarówno szkłem jak i stalą (np. doły skrzydeł)
- Minimalistyczne formy i surowe wykończenia (proste, „przemysłowe” akcesoria – dospawywane zawiasy, proste klamki i uchwyty).

2/ SteelLine VINTAGE Line:

Linia Vintage w kolekcji SteelLine to hołd dla lat minionych, charakteryzująca się klasycznymi wzorami podziałów i ciepłymi, subtelnymi detalami. Drzwi i okna z tej linii będą odznaczać się delikatnymi zdobieniami (nakładki na ramy), zarówno prostymi jak i łukowymi kształtami podziałów okien, a także wykorzystaniem akcesoriów (klamek i uchwytów) oraz kolorów

nawiązujących do estetyki vintage. Ta linia wprowadzi do wnętrza nutę nostalgii i romantyzmu, doskonale pasując do tradycyjnych domów oraz nowoczesnych przestrzeni, w których chcemy ożywić przeszłość.

Charakterystyka kolekcji VINTAGE:

- Nawiązanie do wzorów i detali z poprzednich dekad
- Klasyczne wzory o delikatnych kształtach i zdobieniach
- Przywrócenie do wnętrza nuty klasycznego uroku

Kolorystyka i wykończenie:

- Szeroka paleta kolorów, pastelowe odcienie i ciepłe, stonowane barwy oraz biel
- Wykończenia w stylu półmatowym lub jedwabistym, dodające miękkości i przytulności

Cechy:

- Delikatne ramy, klasyczne kształty i proporcje
- Modne, łukowe podziały (szprosy) dodające wyjątkowego charakteru
- Subtelne zdobienia, takie jak rzeźbienia czy kute elementy metalowe
- Możliwość wypełnienia pół okiennych zarówno szkłem jak i stalą (np. doły skrzydeł)
- Dedykowane, stylowe akcesoria – klamki, uchwyty, zawiasy
- Możliwość zastosowania szkła dekoracyjnego, ornamentowego

3/ SteelLine GLAMOUR Line:

Linia Glamour w kolekcji SteelLine to symbol luksusu i elegancji, inspirowany estetyką lat 20. i 30. XX wieku. Drzwi i okna z tej linii będą cechować się stylowymi detalami, lustrzanymi lub kryształowymi akcentami oraz efektowną kolorystyką. Stalowe ramy podkreślać będą ich prestiżowy charakter, dodając blasku i glamour do każdego wnętrza. Linia Glamour idealnie pasuje do ekskluzywnych rezydencji, hoteli butikowych oraz eleganckich przestrzeni komercyjnych, gdzie liczy się luksus i prestiż.

Charakterystyka kolekcji GLAMOUR:

- Luksus i elegancja w oparciu o estetykę Hollywood
- Wytworzone detale i wysokiej jakości materiały
- Dodatek blasku i wyrafinowania

Kolorystyka i wykończenie:

- Efektowne kolory: złoto, srebro, miedź, ciemny granat, zieleń
- Możliwość łączenia ze sobą różnych kolorów (np. granatowe ramy ze złotymi okuciami)
- Wykończenia w połysku lub lakierowane, nadające prestiżu

Cechy:

- Klasyczne formy nawiązujące do estetyki przedwojennej
- Łukowe, koliste i wieloliniowe podziały dodające prestiżu wnętrzu.
- Zdobienia i dodatki, takie jak rzeźbienia czy kute elementy metalowe.
- Bogate w formie, stylowe akcesoria – klamki, uchwyty, zawiasy
- Możliwość zastosowania szkła dekoracyjnego, kolorowego, ornamentowego
- Możliwość wypełnienia pół okiennych zarówno szkłem jak i stalą (np. doły skrzydeł)

Projekt nowej linii produktów powinien zakładać możliwość rozszerzenia oferty produktowej w miarę rozwoju i rozpoznawalności marki na rynku np. o kolejne wersje stylistyczne, kolorystyczne, elementy kolekcji o dużym znaczeniu użytkowym i wynikającym z niego oczekiwaniach dotyczących parametrów (wytrzymałość, odporność na uderzenia, zadrapania, z opcjami dla różnych zastosowań).

Nowe produkty powinny zostać zaprojektowane zgodnie z zasadą uniwersalnego projektowania tj. uwzględniona zostanie możliwość personalizacji, która zapewni klientom indywidualne

konfigurowanie nowych produktów w zakresie:

- rodzaju i układu produktu (przesuwne, rozwierne, wahadłowe, harmonijkowe, ścianki stałe)
- układu naświetli (góra, lewa lub prawa strona),
- typu akcesoriów (pochwyty, zamków, zawiasów),
- rozwiązań SMART HOME

Nowe produkty powinny zostać zaprojektowane w taki sposób, by można było je dostosować do potrzeb osób wykluczonych ze względu na wzrost, wiek, niepełnosprawność (np. trudności w poruszaniu się), choroby (np. wady wzroku, choroby układu ruchu) – oraz umożliwić korzystanie z nowych produktów na równi z innymi.

Nowe produkty powinny zostać zaprojektowane zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju tj.: powinny zostać skonstruowane z zachowaniem norm budowlanych, a ich parametry powinny zostać tak dobierane aby czynniki atmosferyczne (opady, napór wiatru) nie powodowały przedwczesnego zużycia i zmęczenia materiału. Projekt nowych produktów powinien umożliwiać ich naprawianie, wymianę, łatwy demontaż i odzysk materiałów i komponentów.

Nowe produkty powinny zostać zaprojektowane w taki sposób by przyczyniały się do rozwoju zielonej i zrównoważonej gospodarki:

Nowe okna i drzwi stalowe powinny charakteryzować się większym poziomem izolacyjności cieplnej niż produkty będące obecnie w ofercie ARGO tj. super ciepłe okna trzyszybowe, dla których przenikalność cieplna wyniesie $U_w < 0,9$

W projekcie nowych produktów powinno zostać uwzględniono szkło o niskim śladzie węglowym, produkowane z wykorzystaniem stłuczki szklanej i odnawialnych źródeł energii. Ślad węglowy szkła wykorzystanego w projekcie nowych produktów powinien wynosić około 6,64 kg eq CO₂ /m² (szkło bazowe o grubości 4mm), tj. 42% mniej w porównaniu do szkła bazowego, a w przypadku nakładania powłoki, przetwarzania i zamontowania w szybę zespoloną, redukcja śladu węglowego wyniesie ok. 30%-40%

ETAPY PROJEKTOWANIA NOWYCH PRODUKTÓW:

a) Planowanie:

- Definiowanie problemów dotyczących funkcjonalności, użyteczności i estetyki produktu.
- Gromadzenie i analizowanie informacji, danych: mogą to być wyniki badań rynkowych, dane demograficzne, trendy konsumenckie, analiza konkurencji
- Stworzenie założeń projektowych czyli zestaw wytycznych i celów, które mają zostać osiągnięte podczas projektowania produktu. Założenia obejmują takie kwestie jak estetyka, funkcjonalność, użyteczność, ergonomia, ekologia, budżet, terminy itp. Stanowią one podstawę dalszych działań projektowych
- Definiowanie szans i zagrożeń za pomocą analizy SWOT. Pomaga projektantom zrozumieć kontekst projektu, określić cele projektowe i zidentyfikować kluczowe informacje potrzebne do dalszego rozwoju produktu. Planowanie i proces analityczny stanowią fundamenty, na których opiera się cały proces wzorniczy, umożliwiając skuteczne i celowe projektowanie produktu.

b) Tworzenie Rozwiązań:

- Generowanie koncepcji: burze mózgów i inne techniki kreatywnego myślenia (mind mapping, sketching). Celem jest stworzenie jak największej liczby pomysłów na nowe produkty, które mogłyby spełnić lub przekroczyć oczekiwania klientów i wyróżnić się na rynku.

- Wizualizacja koncepcji: tworzenie wstępnych szkiców lub modele 3D różnych wariantów produktów. Pomagają one zespołowi lepiej zrozumieć potencjalny wygląd i funkcjonowanie produktów oraz są podstawą do dalszej dyskusji i oceny
- Ocena i selekcja pomysłów: Projektanci w porozumieniu z działem technicznym i marketingowym, analizują każdą koncepcję pod kątem innowacyjności, wykonalności technicznej, potencjalnych kosztów produkcji oraz atrakcyjności rynkowej. Na tym etapie kluczowe jest również uwzględnienie feedbacku od klientów
- Iteracje i udoskonalenie koncepcji: Wybrane koncepcje są dalej rozwijane i dopracowywane
- Finalna selekcja koncepcji do prototypowania: po kilku rundach iteracji i udoskonalień, dokonuje się finalnej selekcji koncepcji, które zostaną przekształcone w prototypy
- Efekt końcowy: wybór optymalnych koncepcji, które spełniają techniczne, funkcjonalne i estetyczne oczekiwania i są gotowe do prototypowania

9. Prototypowanie autorskiej kolekcji ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE DRZWI i OKIEN STALOWYCH w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME

Przedmiotem zamówienia jest prototypowanie autorskiej kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME.

Prototypowanie dotyczyć będzie projektów nowych produktów opracowanych w zadaniu nr 8 (opisano powyżej). Prototypowania umożliwi przekształcenie teoretycznych koncepcji w fizyczne modele, które można ocenić pod kątem funkcjonalności, estetyki i wykonalności produkcyjnej.

ETAPY PROTOTYPOWANIA:

- Przygotowanie projektów technicznych: na podstawie finalnych koncepcji projektowych, przygotowywane będą szczegółowe projekty techniczne każdego prototypu. Uwzględnić one będą dokładne wymiary, materiały, techniki wykonania oraz specyfikacje techniczne niezbędne do produkcji prototypów.
- Produkcja prototypów: zgodnie z wybranymi metodami i projektami technicznymi, Wykonawca przystąpi do fizycznego wykonania prototypów. Każdy prototyp będzie tworzony z uwzględnieniem specyfiki danej linii stylistycznej, co może obejmować różnorodne materiały i techniki wykonania.
- Pierwsza ocena i iteracje: Po wyprodukowaniu pierwszych prototypów przeprowadzona zostanie wstępna ocena ich jakości, funkcjonalności i zgodności ze stylem. Na podstawie tej oceny, prototypy mogą zostać zmodyfikowane poprzez iteracyjny proces, który ma na celu doskonalenie każdego aspektu produktu.
- Testy wewnętrzne: Prototypy zostaną poddane testom wewnętrznym, które sprawdzą ich funkcjonalność, trwałość oraz estetykę.
- Prezentacja prototypów interesariuszom: Ostateczne prototypy zostaną zaprezentowane zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym interesariuszom, w tym zespołom marketingowym, sprzedażowym i kluczowym klientom, aby zebrać ich opinie i dalsze sugestie.

Efektem końcowym prototypowania będzie seria w pełni funkcjonalnych, estetycznie dopracowanych prototypów dla każdej z trzech linii stylistycznych (INDUSTRIAL, VINTAGE, GLAMOURE), które będą gotowe do dalszych testów i oceny. Prototypy te mają na celu nie tylko potwierdzenie wykonalności technicznej i produkcyjnej koncepcji, ale także weryfikację ich

atrakcyjności rynkowej i funkcjonalności, co będzie niezbędne do finalizacji decyzji o rozpoczęciu produkcji seryjnej.

10. Testowanie autorskiej kolekcji ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE DRZWI I OKIEN STALOWYCH w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME

Przedmiotem zamówienia jest testowanie autorskiej kolekcji zaawansowanych technologicznie drzwi i okien stalowych w standardzie PREMIUM zintegrowanych z systemami SMART HOME.

Testowanie dotyczyć będzie prototypów projektów nowych produktów opracowanych w zadaniu nr 8 oraz 9 (opisano powyżej). Testowanie będzie krytycznym komponentem, który zapewni, że finalny produkt spełni zarówno techniczne, jak i użytkowe oczekiwania klientów.

ETAPY TESTOWANIA:

- **Testy funkcjonalne** mają na celu sprawdzenie, czy prototypy prawidłowo spełniają swoje podstawowe funkcje (otwieranie, zamykanie, uszczelnianie, mechanizmy blokujące). W kontekście różnych linii stylistycznych, testy te powinny również obejmować specyficzne cechy, np. wytrzymałość mechanizmów w stylu VINTAGE, zaawansowane funkcje elektroniczne w linii GLAMOURE
- **Testy wytrzymałościowe i trwałości** mają na celu ocenę jak nowe produkty wytrzymują warunki atmosferyczne, takie jak deszcz, wiatr, zmiany temperatur oraz ekspozycję na słońce
- **Testy estetyczne** zostaną przeprowadzone w celu oceny jak finalne produkty wyglądają i czy są zgodne z zamierzonym wzornictwem
- **Testy ergonomii i użyteczności** skoncentrują się na użytkowaniu okien przez różnych użytkowników, w tym na łatwości obsługi, dostępności funkcji, ogólnym komforcie użytkowania, obsłudze interfejsu użytkownika i integracji z systemami smart home.
- **Testy zgodności i bezpieczeństwa** mają na celu sprawdzenie czy wszystkie linie produktów spełniają lokalne i międzynarodowe normy bezpieczeństwa oraz przepisy budowlane.
- Finalizacja projektu i dokumentacji technicznej ma na celu dopracowanie wszystkich szczegółów konstrukcyjnych i technicznych
- Przygotowanie produkcji obejmuje ustawienie maszyn, kalibrację sprzętu i szkolenie pracowników działu produkcji w celu rozpoczęcia produkcji seryjnej nowych produktów
- Testy produkcji tzw. próbne uruchomienia, które pozwalają na identyfikację ostatnich problemów operacyjnych lub technicznych, które mogłyby wpływać na jakość i spójność produktu.
- Planowanie działań marketingowych i sprzedażowych: wykonawca we współpracy z działem marketingu opracowuje strategię wprowadzenia produktu na rynek.
- Monitorowanie i zarządzanie wprowadzeniem produktu na rynek: monitorowanie reakcji rynku, opinii klientów i wyników sprzedaży
- Ocena efektywności wdrożenia: Analiza ta obejmuje ocenę efektywności procesów produkcyjnych, skuteczności działań marketingowych i stopnia zadowolenia klientów

INNE WYMAGANIA:

1. Usługa doradcza musi obejmować zasady ekoprojektowania na każdym etapie życia produktu.

2. Usługa musi być wykonana przez podmiot, który zapewnia zespół, w którego skład wchodzi co najmniej jeden projektant. Projektant powinien posiadać wykształcenie wyższe w zakresie projektowania (wzornictwo przemysłowe, architektura, architektura wnętrz oraz inne kierunki projektowe w obszarze wzornictwa) i mieć doświadczenie w projektowaniu, to znaczy: mieć w swoim portfolio minimum 3 projekty dóbr wytwarzanych przemysłowo, jeżeli projekt dotyczy zaprojektowania oraz wdrożenia wyrobu lub minimum 3 projekty usług, jeżeli projekt dotyczy zaprojektowania oraz wdrożenia usługi.
3. W celu dokonania szczegółowej wyceny zgodnie z zapytaniem objętym niniejszym postępowaniem ofertowym, Oferent powinien zapoznać się z:
 - dokumentem pn. **Przedsiębiorstwo ARGO Sp. z o.o. STRATEGIA WZORNICZA raport z audytu wzorniczego**. Dokument zostanie przesłany Oferentowi pocztą elektroniczną po przesłaniu na adres email: dariusz.szydlowski@argo.info.pl podpisanej Umowy o zachowaniu poufności (*załącznik nr 7 do zapytania ofertowego*).
 - <https://argo.info.pl/>
4. Wykonawca zobowiązuje się do przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych, razem z wyłącznym prawem do udzielania zezwoleń na wykonywanie zależnego prawa autorskiego, do nieograniczonego w czasie korzystania i rozporządzania materiałami powstałymi w wyniku realizacji przedmiotu zamówienia. Przeniesienie autorskich praw majątkowych następuje z dniem przyjęcia przedmiotu zamówienia (podpisania protokołu odbioru przez obie strony) przez Zamawiającego.

IV. TERMIN REALIZACJI USŁUG

1. Zamówienie musi zostać zrealizowane do **15 czerwca 2026 r.**
2. Termin związania ofertą: 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.

V. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

1. W postępowaniu mogą brać udział Oferenci, którzy łącznie spełniają następujące warunki:

1.1. *Nie są powiązani osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym oraz nie są powiązani z Rosją*

Zamawiający uzna, że powyższy warunek został spełniony, jeżeli Oferent złoży:

- a) Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych oraz o braku powiązań z Rosją (*załącznik nr 3 do zapytania ofertowego*). W przypadku składania oferty wspólnej, każdy z Oferentów składa własne oświadczenie o braku powiązania;

1.2. *Dysponują osobami zdolnymi do realizacji zamówienia*

Zamawiający uzna, że powyższy warunek został spełniony, jeżeli Oferent złoży:

- a) Oświadczenie, że dysponuje osobami zdolnymi do prawidłowej realizacji zamówienia (*załącznik nr 2 do zapytania ofertowego*).
- b) Dokumenty potwierdzające, że w skład zespołu Oferenta wchodzi co najmniej jeden projektant tj. osoba:

- i.* posiadająca wykształcenie wyższe w zakresie projektowania (wzornictwo przemysłowe, architektura, architektura wnętrz oraz inne kierunki projektowe w obszarze wzornictwa) (Wymagane załączniki: **dyplom**)
 - ii.* mająca doświadczenie w projektowaniu, to znaczy mająca w swoim portfolio minimum 3 projekty dóbr (w tym min. w tym min. dwie z branży stolarki aluminiowej wytwarzanych przemysłowo (Wymagane załączniki: **referencje potwierdzające zaprojektowane produkty**)
 - iii.* mająca doświadczenie we wdrożeniu wyrobów w ciągu ostatnich 3 lat to znaczy mająca w swoim portfolio minimum 3 wdrożenia dóbr na rynek (w tym min. dwie w tym min. dwie z branży stolarki aluminiowej wytwarzanych przemysłowo (Wymagane załączniki: **portfolio, referencje potwierdzające wdrożone produkty na rynek**)
- c) Dokumenty potwierdzające, że w skład zespołu Oferenta wchodzi co najmniej jeden Project Manager posiadający w ciągu ostatnich 3 latach doświadczenie w realizacji co najmniej trzech usług projektowanych polegających na kierowaniu projektami wzorniczymi, w tym dwa z branży stolarki aluminiowej (Wymagane załączniki: **referencje potwierdzające wykonanie usług**)
- d) Dokumenty potwierdzające, że w skład zespołu Oferenta wchodzi co najmniej jeden ekspert ds. marketingu, tj. osoba:
- i.* posiadająca wykształcenie wyższe (minimum tytuł magistra) na kierunku marketing lub kierunku podobnym (Wymagane załączniki: **dyplom**)
 - ii.* posiadająca doświadczenie w opracowaniu co najmniej trzech strategii marketingowych, w tym min. jednej z branży stolarki aluminiowej - w ostatnich 3 latach przed upływem terminu składania ofert (Wymagane załączniki: **referencje potwierdzające wykonanie usług**)

Zamawiający dopuszcza, aby jedna osoba została wykazana jako spełniająca wymagania dla więcej niż jednego z wymaganych ekspertów, o ile spełnia wszystkie wymagania określone dla każdej z tych funkcji.

1.3. Posiadają doświadczenie w realizacji podobnych usług

Zamawiający uzna, że powyższy warunek został spełniony, jeżeli Oferent:

- a) wykaże zrealizowanie min. 3 usług w zakresie opracowania projektu wzorniczego produktu lub produktów - w tym min. dwie z branży stolarki aluminiowej w okresie 3 lat poprzedzających złożenie oferty, a jeżeli podmiot istnieje krócej niż 3 lata, to w okresie od jego powstania – na wzorze stanowiącym **Załącznik nr 1 - Formularz ofertowy**
- b) **Referencje potwierdzające zaprojektowane wzornicze min. 3 produktów**

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zwrócenia się do Oferenta o przekazanie dodatkowych informacji/dokumentów potwierdzających należyte wykonanie wykazywanych usług. Zamawiający może zweryfikować podane przez Oferenta informacje również w bezpośrednim kontakcie z podmiotami, na rzecz których usługi były świadczone.

Oferenci, którzy wspólnie składają ofertę (co Zamawiający dopuszcza na zasadzie odpowiedniego zastosowania art. 23 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych) mogą łącznie spełniać warunki udziału w postępowaniu, określone w ust. 1.2 oraz i 1.3.

1.4. Znajdują się w sytuacji finansowej pozwalającej na prawidłową realizację zamówienia

Zamawiający uzna, że powyższy warunek został spełniony, jeżeli Oferent złoży:

- a) oświadczenie, że znajduje się w sytuacji finansowej pozwalającej na prawidłową

realizację zamówienia, w szczególności nie zostało wobec niego wszczęte postępowanie upadłościowe, likwidacyjne lub restrukturyzacyjne **Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy**

- b) **zaświadczenie z Urzędu Skarbowego** potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem podatków, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert lub inny dokument potwierdzający, że Wykonawca zawarł porozumienie z właściwym organem podatkowym w sprawie spłat należności podatkowych wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami lub uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu
- c) **zaświadczenie z ZUS lub KRUS** potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert lub inny dokument potwierdzający, że: Wykonawca zawarł porozumienie z właściwym organem w sprawie spłat należności dotyczących składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami lub uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu
- d) **kopię polisy OC** potwierdzającej posiadanie przez Oferenta ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej wraz **z dowodem jej opłacenia**.

1.5. Przed upływem terminu składania ofert wpłać wadium w wysokości 5 000,00 zł (słownie: pięć tysięcy złotych)

- a) wadium może być wniesione w pieniądzu, przelewem na konto Zamawiającego **Pekao S.A. I O/ Lublin Nr konta: 93 1240 2470 1111 0010 0935 5795** tytułem: **„Wadium”**.
- b) o uznaniu przez Zamawiającego, że wadium w pieniądzu wpłacono w terminie decyduje data wpływu środków na rachunek Zamawiającego. Wniesienie wadium w pieniądzu będzie skuteczne, jeżeli znajdzie się na rachunku bankowym Zamawiającego, przed upływem terminu przewidzianego na wniesienie wadium.
- c) wadium wniesione w pieniądzu zamawiający przechowuje na rachunku bankowym.
- d) Zamawiający zwraca wadium wszystkim Oferentom niezwłocznie po wyborze oferty najkorzystniejszej (z wyjątkiem Oferenta, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza) lub unieważnieniu postępowania
- e) Oferent, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza, wadium zwraca się niezwłocznie po zawarciu umowy w sprawie niniejszego zamówienia;
- f) Zamawiający zwraca niezwłocznie wadium, na wniosek Oferenta, który wycofał ofertę przed upływem terminu składania ofert.
- g) Zamawiający zatrzymuje wadium, jeżeli wykonawca, którego oferta została wybrana:
 - i. odmówił podpisania umowy w sprawie zamówienia na warunkach określonych w ofercie;
 - ii. zawarcie umowy w sprawie zamówienia stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie wykonawcy.

- 2. Spełnienie ww. warunków Zamawiający oceni według formuły: „spełnia/nie spełnia” na podstawie oświadczenia Oferenta i informacji zawartych w dokumentacji ofertowej.

3. Oferta Wykonawcy, który nie spełni powyższych wymagań Zapytania ofertowego zostanie odrzucona. Pozostałe przesłanki odrzucenia oferty i wykluczenia Wykonawcy zostały wskazane w pkt IX zapytania ofertowego.
4. W przypadku oferty składanej przez konsorcjum, Zamawiający dokonuje oceny, czy którykolwiek z członków konsorcjum spełnia wymagania określone w zapytaniu ofertowym, uwzględnia uprawnienia, posiadaną wiedzę i doświadczenie, potencjał techniczny oraz sytuację ekonomiczną i finansową członków konsorcjum. W związku z powyższym, wraz z ofertą członkowie konsorcjum mogą złożyć jeden komplet dokumentów.

VI. WYKLUCZENIA Z UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

1. Z udziału w postępowaniu wykluczone są podmioty nie spełniające warunków udziału w postępowaniu, wymienionych w części V zapytania ofertowego.
2. Z udziału w postępowaniu wykluczone są również podmioty powiązane kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym.
Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania pomiędzy Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego, lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzaniem procedury wyboru wykonawcy a Oferentem, polegające w szczególności na:
 - 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,
 - pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku 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,
 - 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.
3. Z udziału w postępowaniu wykluczone są podmioty, w stosunku do których zachodzą okoliczności opisane:
 - w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego;
 - w art. 5k rozporządzenia Rady (UE) nr 833/2014 z dnia 31 lipca 2014 r. dotyczące środków ograniczających w związku z działaniami Rosji destabilizującymi sytuację na Ukrainie.
4. Zamawiający uzna, że nie zachodzą przesłanki do wykluczenia Oferenta z udziału w postępowaniu, jeżeli Oferent złoży oświadczenia i dokumenty, o których mowa w części VI zapytania ofertowego, oraz dodatkowo złoży oświadczenie, że nie jest powiązany kapitałowo ani osobowo z Zamawiającym i nie zachodzą w stosunku do Oferenta okoliczności opisane w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego ani okoliczności opisane w art. 5k rozporządzenia Rady (UE) nr 833/2014 z dnia

31 lipca 2014 r. dotyczące środków ograniczających w związku z działaniami Rosji destabilizującymi sytuację na Ukrainie.

5. Oferty złożone przez podmioty podlegające wykluczeniu z udziału w postępowaniu zostaną odrzucone.

VII. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY:

1. Na ofertę składają się następujące dokumenty i załączniki:
 - 1) Formularz ofertowy, wypełniony i podpisany przez Oferenta– wzór formularza stanowi **Załącznik nr 1** do Zapytania ofertowego;
 - 2) Referencje potwierdzające, że Oferent **ma doświadczenie w projektowaniu wzorniczym min. 3 produktów**
 - 3) Oświadczenie o dysponowaniu osobami zdolnymi do prawidłowej realizacji zamówienia - wzór oświadczenia stanowi **Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego** (w przypadku składania oferty wspólnej, wszyscy Oferenci mogą złożyć wspólne oświadczenie);
 - 4) Dokumenty potwierdzające, że w skład zespołu Oferenta wchodzi co najmniej jeden projektant tj. osoba:
 - i. posiadająca wykształcenie wyższe w zakresie projektowania (wzornictwo przemysłowe, architektura, architektura wnętrz oraz inne kierunki projektowe w obszarze wzornictwa) (Wymagane załączniki: **dypłom**)
 - ii. mająca doświadczenie w projektowaniu, to znaczy mająca w swoim portfolio minimum 3 projekty dóbr (w tym min. dwie z branży meblarskiej wytwarzanych przemysłowo (wymagane załączniki: **referencje potwierdzające zaprojektowane produkty**)
 - iii. mająca doświadczenie we wdrożeniu wyrobów w ciągu ostatnich 3 lat to znaczy mająca w swoim portfolio minimum 3 wdrożenia dóbr na rynek (w tym min. dwie z branży meblarskiej wytwarzanych przemysłowo (wymagane załączniki: **portfolio, referencje potwierdzające wdrożone produkty na rynek**)
 - 5) Dokumenty potwierdzające, że w skład zespołu Oferenta wchodzi co najmniej jeden Project Manager posiadający w ciągu ostatnich 3 latach doświadczenie w realizacji co najmniej trzech usług projektowanych polegających na kierowaniu projektami wzorniczymi, w tym dwa z branży meblarskiej (wymagane załączniki: **referencje potwierdzające wykonanie usług**)
 - 6) Dokumenty potwierdzające, że w skład zespołu Oferenta wchodzi co najmniej jeden ekspert ds. marketingu, tj. osoba:
 - i. posiadająca wykształcenie wyższe (minimum tytuł magistra) na kierunku marketing lub kierunku podobnym (wymagane załączniki: **dypłom**)
 - ii. posiadająca doświadczenie w opracowaniu co najmniej trzech strategii marketingowych, w tym min. jednej z branży meblarskiej - w ostatnich 3 latach przed upływem terminu składania ofert (wymagane załączniki: **referencje potwierdzające wykonanie usług**)
 - 7) Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych oraz o braku powiązań z Rosją (**Załącznik nr 3 do zapytania ofertowego**). W przypadku składania oferty wspólnej, każdy z Oferentów składa własne oświadczenie o braku powiązań;
 - 8) **Zaświadczenie z Urzędu Skarbowego** potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem podatków, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert lub inny dokument potwierdzający, że Wykonawca zawarł porozumienie z właściwym organem podatkowym w sprawie spłat należności podatkowych wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami lub uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji

- właściwego organu
- 9) **Zaświadczenie z ZUS lub KRUS** potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert lub inny dokument potwierdzający, że: Wykonawca zawarł porozumienie z właściwym organem w sprawie spłat należności dotyczących składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z ewentualnymi odsetkami lub grzywnami lub uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu
 - 10) **Kopię polisy OC** potwierdzającej posiadanie przez Oferenta ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej wraz **z dowodem jej opłacenia.**
 - 11) **Potwierdzenie wpłaty wadium**
2. Oferta powinna być kompletna, sporządzona w jednym egzemplarzu, formie pisemnej, w języku polskim, czytelnie i zgodnie z treścią zapytania ofertowego. Wszystkie załączone do oferty dokumenty muszą być sporządzone w języku polskim.
 3. Oferent może złożyć jedną ofertę. Złożenie więcej niż jednej oferty spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez Oferenta.
 4. Przed upływem terminu składania ofert Oferent może wycofać złożoną ofertę.
 5. Oferta musi zawierać kalkulację ceny zgodnie z poniższymi wymogami:
 - a) cena ma charakter ryczałtowy, tzn. obejmuje całość wynagrodzenia Oferenta i nie ulega zmianom przez cały czas trwania umowy,
 - b) należy wskazać cenę netto i brutto zamówienia,
 - c) cenę należy podać w złotych polskich. Wartości wyrażone w innej walucie zostaną przeliczone na złote polskie z zaokrągleniem do 2 miejsc po przecinku według średniego kursu NBP danej waluty z dnia wyboru ofert.
 6. Zamawiający ma prawo zwrócić się do Oferenta z pytaniem/prośbą o wyjaśnienie treści złożonej oferty, o ile nie będzie to naruszać zasad uczciwej konkurencji. Oferent ma obowiązek udzielić odpowiedzi/wyjaśnienia na pytanie Zamawiającego w wyznaczonym terminie. Pytania do Oferentów są przysyłane drogą mailową na adres wskazany w formularzu ofertowym. Oferent ma obowiązek zapewnić prawidłowo działającą skrzynkę poczty elektronicznej na potrzeby kontaktu z Zamawiającym. Zamawiający ma prawo odstąpić od wzywania Oferentów do wyjaśnień w każdym przypadku; w szczególności Zamawiający nie wzywa Oferentów do wyjaśnień, jeżeli oferty z innych przyczyn podlegają odrzuceniu.
 7. Zamawiający odrzuci oferty niezgodne z Zapytaniem Ofertowym, chyba że niezgodność ta ma charakter wyłącznie formalny i nie rodzi wątpliwości w zakresie merytorycznej poprawności oferty.
 8. Oferent ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.

VIII. SPOSÓB I TERMIN SKŁADANIA OFERT:

1. Termin składania ofert: do dnia **9 czerwca 2025 r.**

2. Ofertę należy złożyć **wyłącznie** poprzez Bazę Konkurencyjności (BK2021) <https://bazakonkurencyjnosci.funduszeuropejskie.gov.pl>) wpisując odpowiednio kwotę łączną oferty i załączając wymagane dokumenty.
3. Komunikacja w postępowaniu o udzielenie zamówienia, w tym ogłoszenie zapytania ofertowego, składanie ofert, wymiana informacji (w tym pytania / odpowiedzi) między Zamawiającym a Oferentem oraz przekazywanie dokumentów i oświadczeń odbywa się pisemnie za pomocą BK2021.
4. Wyjątkowo, możliwe jest odstąpienie od komunikacji określonej w pkt 3, jeżeli:
 - a) charakter zamówienia wymaga użycia narzędzi, urządzeń lub formatów plików, które nie są obsługiwane za pomocą BK2021, lub b) aplikacje do obsługi formatów plików, które nadają się do przygotowania ofert lub prac konkursowych, korzystają z formatów plików, których nie można obsługiwać za pomocą żadnych innych aplikacji otwarto źródłowych lub ogólnie dostępnych, lub są one objęte licencją i nie mogą zostać udostępnione do pobierania lub zdalnego wykorzystania przez zamawiającego, lub
 - b) zamawiający wymaga przedstawienia modelu fizycznego, modelu w skali lub próbki, których nie można przekazać za pośrednictwem BK2021, lub
 - c) jest to niezbędne z uwagi na potrzebę ochrony informacji szczególnie wrażliwych, której nie można zagwarantować w sposób dostateczny przy użyciu BK2021.
5. Odstąpienie od komunikacji określonej w pkt 3 jest dopuszczalne w zakresie, w jakim nie jest możliwe dotrzymanie sposobu komunikacji w BK2021. Wówczas korespondencja odbywa się przy użyciu poczty elektronicznej (adres e-mail oferenta podany w złożonej ofercie oraz adres e-mail zamawiającego podany w pkt. I Zapytania ofertowego).
6. O zachowaniu w/w terminów decyduje data wpływu do Zamawiającego przesyłki pocztowej lub data dostarczenia osobiście. Oferty złożone po terminie zostaną odrzucone.

IX. SPOSÓB POROZUMIEWANIA SIĘ Z OFERENTAMI

1. W przypadku wątpliwości co do treści zapytania ofertowego Oferenci mogą zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie wątpliwych kwestii, jak również doprecyzowanie użytych sformułowań. Pytania/wnioski o wyjaśnienia można przysyłać wyłącznie za pośrednictwem Bazy Konkurencyjności.
2. Pytania/wnioski o wyjaśnienia należy przysyłać nie później niż 3 dni robocze przed upływem terminu składania ofert. Pytania/wnioski o wyjaśnienia przesłane po wyznaczonym terminie mogą być pozostawione bez odpowiedzi.
3. Zamawiający udziela odpowiedzi/wyjaśnień wyłącznie w ten sposób, że otrzymane od Oferentów pytania wraz z odpowiedziami/wyjaśnieniami publikuje na stronie zapytania ofertowego w serwisie Baza Konkurencyjności. Zamawiający nie udziela odpowiedzi/wyjaśnień drogą telefoniczną czy mailową.

X. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Oceny ofert będzie dokonywał Zamawiający. Zamawiający może żądać udzielania przez Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert oraz dokonać poprawek oczywistych pomyłek w treści oferty, niezwłocznie zawiadamiając o tym Oferenta.
2. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które:
 - a. nie zostaną odrzucone przez Zamawiającego;
 - b. zostaną złożone przez Wykonawców niewykluczonych przez Zamawiającego z niniejszego postępowania;
 - c. zostaną złożone w terminie.

3. Kryteria oceny ofert i ich znaczenie:

Cena netto za realizację całości zamówienia: waga 90%

Ilość spotkań konsultacyjnych: waga: 10%

4. Sposób przyznawania punktacji za spełnienie danego kryterium oceny oferty:

- 1) Punkty w kryterium „Cena netto za realizację całości zamówienia” zostaną obliczone wg poniższego wzoru:

$$\frac{\text{Cena netto oferty najtańszej}}{\text{Cena netto oferty badanej}} \times 90 = \text{pkt}$$

Końcowy wynik powyższego działania będzie zaokrąglony do 2 miejsc po przecinku.

- 2) Punkty w kryterium „Ilość spotkań konsultacyjnych” zostaną przyznane zgodnie z punktacją w tabeli poniżej:

Wg punktacji:

Ilość spotkań konsultacyjnych	pkt.
6 spotkań konsultacyjnych Zamawiający / Wykonawca (1 spotkanie: 2 godziny zegarowe)	10
5 spotkań konsultacyjnych Zamawiający / Wykonawca (1 spotkanie: 2 godziny zegarowe)	5
4 spotkania konsultacyjne Zamawiający / Wykonawca (1 spotkanie: 2 godziny zegarowe)	3
3 spotkania konsultacyjne Zamawiający / Wykonawca (1 spotkanie: 2 godziny zegarowych)	0

Zamawiający wymaga od wybranego Wykonawcy odbycia minimum 3 spotkań konsultacyjnych Zamawiający / Wykonawca (1 spotkanie: 2 godziny zegarowe) w formie wideokonferencji bądź w siedzibie Zamawiającego. W celu realizacji przedmiotu zamówienia Zamawiający planuje maksimum 6 spotkań konsultacyjnych Zamawiający / Wykonawca (1 spotkanie: 2 godziny zegarowe) w formie wideokonferencji bądź w siedzibie Zamawiającego.

5. Maksymalna, możliwa do uzyskania ilość punktów wynosi 100. Zamawiający uzna za najkorzystniejszą ofertę, która otrzyma największą łączną sumę punktów. W przypadku równej ilości punktów - decydować będzie niższa cena. Spełnianie ww. kryteriów oceny

dokonywane jest zgodnie z informacjami przedstawionymi w Ofercie (wypełnionej zgodnie z wzorem stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszego Zapytania ofertowego). Z Oferentem, który, spełni wszystkie kryteria oraz uzyska największą liczbę punktów podpisana zostanie umowa.

6. Jeżeli zaoferowana przez Oferenta cena będzie rażąco niska w stosunku do przedmiotu zamówienia, tj. będzie się różnić o więcej niż 30% od średniej arytmetycznej cen wszystkich ważnych ofert niepodlegających odrzuceniu, lub budzi wątpliwości Zamawiającego co do możliwości wykonania przedmiotu zamówienia zgodnie z wymaganiami określonymi w zapytaniu ofertowym lub wynikającymi z odrębnych przepisów, Zamawiający zażąda od oferenta złożenia w wyznaczonym terminie wyjaśnień, w tym złożenia dowodów w zakresie wyliczenia ceny lub kosztu. Zamawiający oceni te wyjaśnienia w konsultacji z oferentem i może odrzucić tę ofertę wyłącznie w przypadku, gdy złożone wyjaśnienia wraz z dowodami nie uzasadniają podanej ceny lub kosztu w tej ofercie.
7. Jeżeli nie można wybrać oferty najkorzystniejszej z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans kryteriów oceny ofert, zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z najniższą ceną.

XI. WARUNKI ZMIANY ISTOTNYCH POSTANOWIEŃ UMOWY Z WYKONAWCĄ

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość dokonania istotnych zmian postanowień umowy zawartej z Wykonawcą w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy, w następującym zakresie i sytuacjach:
 - a) zmiany wynikające ze zmiany przepisów prawa Unii Europejskiej lub prawa krajowego w zakresie mającym wpływ na realizację umowy (w szczególności zmiany stawek podatku VAT lub akcyzy);
 - b) przedłużenie terminu realizacji umowy wraz ze wszystkimi konsekwencjami występującymi w związku z przedłużeniem tego terminu;
 - c) zmiana sposobu realizacji zamówienia z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, w tym wynikających z decyzji instytucji finansującej realizację projektu, w ramach którego udzielane jest zamówienie, zobowiązującej Zamawiającego do wprowadzenia zmian w projekcie skutkujących koniecznością zmian w umowie z Wykonawcą;
 - d) zmiana warunków płatności na rzecz Wykonawcy;
 - e) zmiany opisane w sekcji 3.2.4 pkt 4 Wytycznych dotyczących kwalifikowalności wydatków na lata 2021-2027.
2. Inne zmiany, których nie dało się przewidzieć w momencie składania zapytania ofertowego i oferty, a które są korzystne dla Zamawiającego
3. Zamawiający przewiduje również możliwość dokonywania nieistotnych zmian postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru Wykonawcy. Zmiany umowy wprowadzane będą w formie aneksu podpisanego przez obie strony, a możliwość ich wprowadzenia uzależniona jest od akceptacji przez Zamawiającego.

XII. DODATKOWE WARUNKI

1. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego przed upływem terminu składania ofert. Informacja o wprowadzeniu zmiany lub uzupełnieniu

treści zapytania ofertowego zostanie opublikowana w miejscu publikacji zapytania. Ilekroć w treści ogłoszenia w Bazie Konkurencyjności znajduje się odwołanie do dokumentu zamieszczonego w sekcji „Załączniki”, a dokument ten podlegał modyfikacjom, należy rozumieć, że odwołanie dotyczy każdorazowo zmodyfikowanej (najnowszej) wersji dokumentu.

2. Jeżeli wprowadzone zmiany lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego będą wymagały zmiany treści ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert o czas potrzebny na dokonanie zmian w ofertach.
3. Aktualna treść zapytania ofertowego to treść zapytania wraz z ewentualnymi zmianami, uzupełnieniami oraz odpowiedziami/wyjaśnieniami udzielonymi na pytania Oferentów. Oferenci są zobowiązani do aktywnego śledzenia ewentualnych zmian, uzupełnień lub wyjaśnień publikowanych przez Zamawiającego.
4. Wybór oferty najkorzystniejszej nie oznacza zaciągnięcia przez Zamawiającego zobowiązania do zawarcia umowy z Wykonawcą.
5. Wybrany Oferent zostanie poinformowany o miejscu i terminie podpisania umowy telefonicznie lub mailowo.
6. W przypadku nieprzystąpienia do zawarcia umowy przez Oferenta, który złożył najkorzystniejszą Ofertę, Zamawiający ma prawo do zawarcia umowy z Oferentem, którego oferta uzyskała kolejną najwyższą liczbę punktów, bez przeprowadzania ponownego postępowania ofertowego.
7. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od zawarcia umowy z Wykonawcą w przypadku, gdy poweźmie informację, że instytucja udzielająca dofinansowania odstąpiła od zawarcia z Zamawiającym umowy o dofinansowanie projektu, w ramach którego udzielane jest zamówienie.
8. Zamawiający ma prawo poprawić w ofercie oczywiste omyłki pisarskie i rachunkowe.
9. Jeżeli Oferent przedstawia w ofercie informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, winien jednoznacznie wskazać, które sekcje oferty stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa i nie mogą być ujawniane podmiotom trzecim.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do żądania od Oferentów przedstawienia dokumentów potwierdzających prawdziwość złożonych oświadczeń i informacji zawartych w dokumentacji ofertowej.
11. Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia Wykonawcy zamówienia uzupełniającego (zgodnego z opisem przedmiotu zamówienia podstawowego) w wysokości nie przekraczającej 50% wartości zamówienia podstawowego określonej w umowie zawartej z Wykonawcą.
12. Zamawiający zastrzega, że:
 - ma prawo nie dokonać wyboru żadnej ze złożonych ofert;
 - ma prawo unieważnić postępowanie ofertowe w dowolnym terminie bez podania przyczyny lub uprzedniego poinformowania Oferentów;
 - ma prawo zmienić lub uzupełnić dokumenty wchodzące w skład zapytania ofertowego, które staną się jego integralną częścią;

-może przedłużyć termin składania ofert,
przy czym z powyższych tytułów nie przysługują Oferentowi w stosunku do Zamawiającego żadne roszczenia.

13. Zamawiający dopuszcza płatności zaliczkowe na rzecz wybranego Oferenta.

XIII. PRZETWARZANIE DANYCH OSOBOWYCH

7. Zgodnie z treścią art. 13 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), (dalej zwane „RODO”), działając w imieniu **ARGO Sp. z o.o.** z siedzibą w Lublinie przy ul. **Tokarskiej 21**, informuję, że:

a) administratorem Pani/Pana danych osobowych jest:

ARGO Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością

ul. Tokarska 21

20-210 Lublin

NIP 7122993543 REGON 060108877

a ponadto, że:

d) dane osobowe przetwarzane są w celu zawarcia/wykonywania umowy oraz umożliwienia i utrzymywania kontaktu z Wykonawcą, z którym **ARGO Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością** zamierza zawrzeć umowę.

1. Podstawą przetwarzania danych osobowych jest zawarcie/wykonywanie umowy oraz prawnie uzasadniony interes Administratora – umożliwienie i utrzymywanie kontaktu z Wykonawcą (art. 6 ust. 1 lit. b) i f) RODO).

2. Przetwarzamy następujące dane osobowe: imię, nazwisko, adres e-mail, nr telefonu, nr IP.

3. Dane osobowe przetwarzane są do czasu przedawnienia roszczeń.

4. Dane osobowe mogą być lub są udostępniane następującym kategoriom odbiorców: bank, urząd skarbowy, firmom świadczącym na rzecz **ARGO Spółka z Ograniczoną Odpowiedzialnością** usługi outsourcingu: oprogramowania informatycznego, prawnego lub podatkowego.

5. Informujemy, że Pani/Pan ma prawo do: żądania dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania, przenoszenia danych.

6. Informujemy, że ma Pani/Pan prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego.

7. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednak jest niezbędne do zawarcia i wykonywania umowy z Wykonawcą. Jeśli dane osobowe nie zostaną podane, umowa nie może zostać zawarta i wykonywana.

8. Dane osobowe przetwarzane są w bezpiecznej infrastrukturze informatycznej na terenie Unii Europejskiej i nie są udostępniane hostingodawcom;

9. Dane osobowe zabezpieczone są odpowiednio.

10. Kopię przetwarzanych danych osobowych można uzyskać, przekazując takie żądanie na adres e-mail: dariusz.szydlowski@argo.info.pl

XII. ZAŁĄCZNIKI

1. Załącznik nr 1_Formularz ofertowy
2. Załącznik nr 2_Oświadczenie o dysponowaniu osobami zdolnymi do prawidłowej realizacji przedmiotu zamówienia
3. Załącznik nr 3_Oświadczenia
4. Załącznik nr 4_Umowa o zachowaniu poufności

.....
(podpis osoby upoważnionej do reprezentowania Zamawiającego)