

Toruń, dn. 31.03.2023 r.

Zapytanie ofertowe nr 03/03/2023 w trybie zasady konkurencyjności

Kujawsko-Pomorski Klaster Brewstera w związku z realizacją projektu pn. „**Wdrożenie strategii internacjonalizacji Kujawsko-Pomorskiego Klastra Brewstera**” w ramach projektu grantowego „**FUNDUSZ EKSPORTOWY – granty dla MŚP z województwa kujawsko-pomorskiego**” współfinansowanego ze środków Europejskiego Fundusz Rozwoju Regionalnego w ramach Osi priorytetowej 1. Wzmocnienie innowacyjności i konkurencyjności gospodarki regionu, Działanie 1.5 Opracowanie i wdrażanie nowych modeli biznesowych dla MŚP, Poddziałanie 1.5.3 Wsparcie procesu umiędzynarodowienia przedsiębiorstw, Schemat: Wsparcie MŚP na rynkach międzynarodowych – projekty grantowe Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, zwraca się do Państwa z **zapytaniem ofertowym oraz prośbą o przedstawienie oferty poprzez wypełnienie załączonego formularza ofertowego wraz z załącznikami.**

1. ZAMAWIAJĄCY

Kujawsko-Pomorski Klaster Brewstera

ul. Marii Konopnickiej 13, 87-100 Toruń

NIP: 9562311520

REGON: 361598727

Osoba wyznaczona do kontaktu:

Marta Kościelska

e-mail: klasterfunduszekSPORTOWY@gmail.com

tel. + 48 884 167 523

2. TRYB UDZIELANIA ZAMÓWIENIA

Niniejsze postępowanie prowadzone jest zgodnie z zasadą konkurencyjności określoną w Wytycznych Ministra Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 21 grudnia 2020 r. w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020 oraz Załącznika nr 9 do Regulaminu

konkursu 2/G/2020 w ramach projektu „FUNDUSZ EKSPORTOWY – granty dla MŚP z województwa kujawsko-pomorskiego” – Wytyczne dla Grantobiorców dotyczące udzielania zamówień.

Niniejsze zapytanie ofertowe zostało upublicznione poprzez zamieszczenie na stronie:

<https://zamowieniarpo.kujawsko-pomorskie.pl/> .

3. CEL REALIZOWANEGO PROJEKTU UNIJNEGO

Celem projektu realizowanego przez Kujawsko-Pomorski Klaster Brewstera jest przeprowadzenie działań internacjonalizacji w związku z wejściem na dwa nowe rynki tj. Wielka Brytania oraz Niemcy z ofertą produktu oprogramowanie digital storytelling.

4. INFORMACJE O KUJAWSKO – POMORSKIM KLASTRZE BREWSTERA

Działalność Kujawsko – Pomorskiego Klastra Brewstera koncentruje się głównie na promowaniu nauki, edukacji i sztuki, w dużej mierze za pomocą nowoczesnych produktów cyfrowych uwzględniających najnowsze trendy technologiczne w ICT (innowacyjne materiały edukacyjne, multimedialne eBooki, wystawy i prezentacje multimedialne, filmy i gry edukacyjne). Celem Stowarzyszenia jest także komercjalizacja produktów i usług. Bazą komercjalizacji są wyniki przeprowadzonych prac B+R opisujące poznawcze funkcje metafory multimodalnej w produktach analogowych np. spektakle, performance, odzież oraz cyfrowych, np. aplikacje mobilne oraz chatboty. Chatbot jest uznawany za jedno z pierwszych tego typu narzędzi edukacyjnych na świecie, stworzonych w celu innym niż komercyjny i informacyjny). Produkty zmierzają w kierunku oddziaływania na wszystkie zmysły oraz prezentowania treści z użyciem nowych form wyrazu.

5. INFORMACJE O PRODUKTACH KUJAWSKO – POMORSKIEGO KLASTRA BREWSTERA

Oprogramowanie digital storytelling ma charakter modułowy, to znaczy, że budowane jest na zasadzie komponentów multimedialnych i funkcjonalności w zależności od potrzeb klienta i przeznaczenia finalnego produktu. W chwili obecnej Klaster posiada trzy różne komponenty produktu:

- **Audio Guide** - unikalna propozycja rozszerzonego i ściśle spersonalizowanego oprogramowania opracowanego przez Klaster. Jest to odpowiedź na coraz powszechniejsze stosowanie w muzeach i innych jednostkach kultury systemów automatycznego zwiedzania (w formie urządzenia z nagranyymi wypowiedziami, dostępnego najczęściej za opłatą). Systemy te są kosztowne, konieczne jest ich serwisowanie, a w przypadku placówek o często zmieniającej się ekspozycji bardzo szybko muszą być

wymieniane. Czynniki te powodują, że wiele ze znanych muzeów i jednostek kultury nie posiada takich rozwiązań. Wiele z nich poszukuje dla nich nowocześniejszej alternatywy.

Rozwiązanie Klastra bazuje na środowisku Messenger i WhatsApp, wchodząc w interakcje z odbiorcą poprzez tekst. W zależności od ustalonej z klientem sekwencji, po wskazaniu eksponatu / numeru / kodu QR w odpowiedniej Sali, może dowolnie rozszerzać doznania na miejscu, np. poprzez przedstawienie opisu eksponatu czy rekomendację trasy zwiedzania w zależności od upodobań rozmówcy. Rozbudowane wdrożenia mogą nawet w pełni zastępować klasyczne urządzenia Audio Guide poprzez udostępnianie nagrań czy filmów i zdjęć.

- **Wirtualna gra wielokanałowa** - struktura informatyczna łącząca różne kanały mediów społecznościowych, umożliwiając przeprowadzenie na ich bazie interaktywnej i angażującej kampanii promocyjnej. Gra polega na odkrywaniu kolejnych elementów wciągającej historii, co robi się poprzez interakcję na różnych kanałach społecznościowych. Najczęściej odkrycie gdzie znajduje się kolejny element historii wiąże się z koniecznością rozwiązania zagadki czy wykonania szeregu czynności (dla klienta generujących aktywność na jego kanałach). Historie są starannie przygotowywane, a ich podstawą jest autorski storytelling Klastra – dzięki czemu gra wciąga i odbiorca silnie angażuje się w rozgrywkę, podświadomie absorbując przekaz marketingowy.

Komponent ten powstaje w pełni przy wykorzystaniu oprogramowania Klastra, często zakładając również wyprodukowanie pozostałych komponentów – chatbota tekstowego oraz Audio Guide.

- **Chatbot tekstowy** - podstawowa forma oprogramowania, zdolna do komunikacji za pomocą tekstu i grafik, przy użyciu dowolnego języka i stylu (mowa urzędowa, potoczna, gwara, slang). Jest to jednocześnie najpopularniejsza forma chatbotów, zarówno w przypadku całego rynku, jak i wśród klientów Klastra. Chatbot tekstowy może być swobodnie rozbudowywany i uzupełniany o bogatsze funkcje, co daje możliwość jego personalizacji do specyficznych potrzeb klienta. Jako dodatek do większego systemu, może pobierać i wykorzystywać z niego dane, dzieląc się nimi z rozmówcami

Powyższe komponenty oprogramowania Klastra wskazują na bardzo ważną cechę produktu – jest to nie tylko program informatyczny, ale również narzędzie do wyjątkowo skutecznego i immersyjnego przekazu marketingowego. Kluczem do osiągnięcia takiego przekazu marketingowego jest jego immersyjność – czyli umiejętność „wciągnięcia” klienta do świata tego przekazu, tak aby klient utożsamiał się z przedstawionymi wartościami. Aby osiągnąć taki efekt Klastra wykorzystuje autorski storytelling – technikę innowacyjnej narracji towarzyszącej odbiorcy podczas działań wykonywanych w ramach oprogramowania.

6. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1) Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest:

- a) Opracowanie i wydruk materiałów informacyjno-promocyjnych;
- b) Stworzenie i przeprowadzenie kampanii w środowisku internetowym w związku z udziałem w międzynarodowych targach MUSEUMS+HERITAGE Show w Londynie (10.05 - 11.05.2023 r.).

2) Nazwa i kod zamówienia wg. Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):

- 22462000 - 6 Materiały reklamowe
- 22000000 - 6 Druki i produkty podobne
- 39294100 - 0 Artykuły informacyjne i promocyjne
- 79800000 - 2 Usługi drukowania i powiązane
- 79822500 - 7 Usługi projektów graficznych
- 79342000 - 3 Usługi marketingowe
- 79340000 - 9 Usługi reklamowe i marketingowe
- 79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe
- 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
- 79342200-5 Usługi w zakresie promocji

3) Opis przedmiotu zamówienia:

- a) Opracowanie graficzne i wydruk materiałów informacyjno-promocyjnych w związku z udziałem w międzynarodowych targach MUSEUMS+HERITAGE Show w Londynie (10.05 - 11.05.2023 r.) przy ścisłej współpracy z zamawiającym:
 - Ilość: 500 sztuk;
 - Język drukowanych materiałów informacyjno-promocyjnych: angielski;
 - Opracowanie graficzne, w tym edycja tekstu;
 - Rozkład tekstu na stronie: do 3 000 znaków;
 - Forma kolorowych katalogów: 4/4 zadruk + biały, szytych bądź klejonych zawierających co najmniej 16 stron plus okładka;
 - Format A5 lub większy zapewniający czytelny rozkład tekstu oraz fotografii;
 - Wydruk na papierze ekologicznym bądź z recyklingu (z certyfikatem FSC), z wykorzystaniem technik druku nieszkodliwych dla środowiska;
 - Papier wnętrza katalogu o gramaturze minimum 130g;

- Papier okładki katalogu o gramaturze minimum 250 g;
 - Kolor papieru wnętrza katalogu oraz okładki: czarny
 - W przypadku branży kreatywnej katalogi muszą być oryginalne i przyciągające wzrok oraz wyprodukowane z wysokiej jakości materiałów;
 - Wysyłka materiałów do Londynu na adres wskazany przez Zamawiającego po uprzedniej akceptacji egzemplarza próbnego katalogu wysłanej na terenie Polski do siedziby Zamawiającego bądź pod wskazany adres.
- b) Stworzenie i przeprowadzenie kampanii w środowisku internetowym w związku z udziałem w międzynarodowych targach MUSEUMS+HERITAGE Show w Londynie (10.05 - 11.05.2023 r.):
- Język kampanii marketingowej w Internecie: angielski;
 - Kampania dotyczy dwóch rynków zagranicznych: Wielkiej Brytanii i Niemiec;
 - Zaplanowanie harmonogramu działań i przygotowanie dokładnych treści komunikatów przy wsparciu projektu opracowanego w ramach usługi doradczej przez specjalistyczną firmę marketingową „Projekt kampanii marketingowych dostosowanych do odbiorców w Niemczech i Wielkiej Brytanii” (wspomniany dokument zostanie przedstawiony Wykonawcy po podpisaniu umowy) oraz przy współpracy z Zamawiającym;
 - Kampania marketingowa w Internecie powinna rozpocząć się nie później niż 26.04.2023 r., a łączny okres jej trwania i obsługi powinien wynosić co najmniej 30 dni;
 - Kampania internetowa bezpośrednio związana z imprezą Museums & Heritage Show powinna zakładać zastosowanie rekomendowanych narzędzi w opracowanym dokumencie w ramach usługi doradczej przez specjalistyczną firmę marketingową „Projekt kampanii marketingowych dostosowanych do odbiorców w Niemczech i Wielkiej Brytanii” (wspomniany dokument zostanie przedstawiony Wykonawcy po podpisaniu umowy) tj.:
 - działania w Social mediach;
 - Google Ads w tym linki sponsorowane;
 - działania mailingowe.
 - Kampania przeprowadzana w Social mediach powinna zakładać działania w następujących kanałach komunikacyjnych: Facebook i/lub Instagram.
 - Kampania przeprowadzana w Social mediach powinna zakładać publikację co najmniej 30 postów na portalach Facebook i/lub Instagram, w tym przygotowanie kontentu, na który składa się: dokładna treść i/lub copywriting i/lub grafika i/lub animacja, a następnie

publikacja, odpowiadanie na komentarze, wchodzenie w interakcje w ramach postów, moderacja i usuwanie treści wulgarnych etc.;

- Promocja co najmniej 30 postów przez wykupienie i ustawienie reklamy dedykowanej w celu optymalizacji zasięgu zgodnie z przygotowanym harmonogramem działań – przewidziany budżet Zamawiającego na promocję jednego posta to średnia wartość 400 zł;

We wszystkich materiałach powinny zostać zawarte logotypy unijne, które zostaną przekazane przez Zamawiającego po wyborze Wykonawcy tj. wszystkie działania informacyjno - promocyjne muszą zostać przeprowadzone zgodnie z zasadami promocji i oznakowania projektów, w tym z aktualną wersją Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności, które Zamawiający przekaże Wykonawcy przed realizacją zamówienia.

7. TERMIN REALIZACJI PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

a) Opracowanie i wydruk materiałów informacyjno-promocyjnych w związku z udziałem w międzynarodowych targach MUSEUMS+HERITAGE Show w Londynie (10.05 - 11.05.2023 r.):

Termin dostarczenia egzemplarza próbnego opracowanego i wydrukowanego katalogu do siedziby bądź do miejsca wskazanego przez Zamawiającego do dnia **17.04.2023 r.**

Maksymalny termin realizacji pełnego wydruku katalogów informacyjno-promocyjnych to **05.05.2023 r.**, rozumiany jako termin dostarczenia do Londynu zatwierdzonych wcześniej wydrukowanych katalogów (katalogi muszą do tego dnia wpłynąć na adres wskazany przez Zamawiającego).

b) Stworzenie i przeprowadzenie kampanii w środowisku internetowym w związku z udziałem w międzynarodowych targach MUSEUMS+HERITAGE Show w Londynie (10.05 - 11.05.2023 r.):

Kampania marketingowa w Internecie powinna rozpocząć się nie później niż 26.04.2023 r., a łączny okres jej trwania i obsługi powinien wynosić co najmniej 30 dni.

8. KRYTERIA WYBORU

Kryterium wyboru będzie stanowić: Cena (C) – waga 100%

Zasady oceny kryterium „Cena” (C)

W zakresie kryterium „Cena” najwyżej punktowana będzie oferta z najniższą ceną brutto (wraz z podatkiem VAT).

Punktacja zostanie przyznana na bazie wskaźnika wyliczonego zgodnie ze wzorem:

$$C = \left(\frac{C_{min}}{C_r} \right) \times 100 \times 100\%$$

gdzie:

C – liczba punktów dla oferty badanej w kryterium „Cena”,

C_{min} – cena najtańszej oferty,

C_r – cena oferty rozpatrywanej.

Cena oferty musi zawierać wszystkie koszty związane z wykonaniem przedmiotu zamówienia. W powyższym kryterium Oferent może otrzymać maksymalnie 100 punktów. Pozostałe oferty uzyskają proporcjonalnie mniejszą liczbę punktów. Wszystkie obliczenia będą dokonywane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku (zgodnie z zasadami matematycznymi).

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.

Zamawiający za ofertę najkorzystniejszą uzna tą, która odpowiada wszystkim wymaganiom określonym w niniejszym zapytaniu ofertowym (w tym też formalnym) i została oceniona jako najkorzystniejsza w oparciu o wskazane powyżej kryterium wyboru tzn. uzyska największą ilość punktów.

Zamawiający zastrzega sobie prawo, w toku dokonywania oceny złożonych ofert, do możliwości żądania udzielenia przez Oferentów dodatkowych wyjaśnień dotyczących treści złożonych przez nich ofert oraz dodatkowych dokumentów związanych z ofertą.

9. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

- 1) W celu uniknięcia konfliktu interesów o zamówienie mogą ubiegać się Oferenci, którzy nie są powiązani osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym.**

Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Beneficjentem lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Beneficjenta lub osobami wykonującymi w imieniu Beneficjenta 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;
- b) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji;
- c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika
- d) pozostawanie w związku małżeńskim w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia linii bocznej lub stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

Weryfikacja spełnienia powyższego warunku odbywać się będzie na podstawie złożonego przez Oferenta podpisanego Oświadczenia, stanowiącego załącznik nr 2 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

- 2) Z udziału w postępowaniu wykluczone są podmioty w stanie likwidacji czy upadłości, trudnej sytuacji itp., zagrażającej prawidłowemu wykonaniu przedmiotu zamówienia.**

Weryfikacja spełnienia powyższego warunku odbywać się będzie na podstawie złożonego przez Oferenta podpisanego Oświadczenia, stanowiącego Załącznik nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

- 3) W postępowaniu mogą brać udział wyłącznie Wykonawcy, którzy posiadają wiedzę i doświadczenie niezbędne do należytego wykonania przedmiotu zamówienia.**

Weryfikacja spełnienia powyższego warunku odbywać się będzie na podstawie złożonego przez Oferenta podpisanego Oświadczenia, stanowiącego Załącznik nr 3 do niniejszego Zapytania Ofertowego.

- 4) Oferent winien wpłacić wadium w wysokości 1 500,00 zł na konto 33 1140 2004 0000 3802 8118 3074 najpóźniej do dnia 7 kwietnia 2023 r. (do dnia 7 kwietnia 2023 r. winno być już zaksięgowane na koncie). Zamawiający odrzuci ofertę, jeśli wpłata wadium nastąpi po dacie wskazanej powyżej. Zwrot wadium oferentom biorącym udział w postępowaniu nastąpi w terminie 7 dni roboczych od dnia rozstrzygnięcia postępowania. Zwrot wadium Wykonawcy wyłonionemu w ramach postępowania nastąpi w ciągu 7 dni roboczych od dnia podpisania Umowy na przedmiot zamówienia. W przypadku unieważnienia przetargu zwrot wadium nastąpi w terminie 3 dni roboczych od dnia unieważnienia przetargu.**

Weryfikacja spełnienia powyższego warunku odbywać się będzie na podstawie zaksięgowania kwoty wadium na koncie Zamawiającego do dnia 07 kwietnia 2023 r. włącznie.

10. SPOSÓB SKŁADANIA OFERT

- 1) Oferty należy składać w formie papierowej lub elektronicznej.
- 2) Oferty należy składać:
 - a) za pośrednictwem tradycyjnej poczty/kuriera lub osobiście na adres:
ul. Rejtana 6b/1, 87-100 Toruń, w zamkniętej kopercie w sposób uniemożliwiający zapoznanie się z jej zawartością bez naruszenia zabezpieczeń.
Na kopercie (poza nazwą Zamawiającego i adresem) należy umieścić następujące sformułowanie: „OFERTA – MATERIAŁY PROMOCYJNE I KAMPANIA W INTERNECIE– LONDYN”
lub
 - b) za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres klasterfunduszekSPORTOWY@gmail.com – w tytule maila proszę wpisać „OFERTA – MATERIAŁY PROMOCYJNE I KAMPANIA W INTERNECIE – LONDYN”.
- 3) Oferty należy składać do dnia **7 kwietnia 2023 r.**
- 4) Oferty złożone w innej formie niż zostało to określone w niniejszym zapytaniu ofertowym, jak również te, które wpłyną/zostaną złożone po wyznaczonej dacie, nie będą rozpatrywane.
- 5) Dopuszcza się możliwość złożenia tylko jednej oferty przez Oferenta.
- 6) Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
- 7) Zamawiający nie dopuszcza możliwości złożenia ofert wariantowych.
- 8) Zamawiający wyraża zgodę na udział podwykonawców w realizacji przedmiotu zamówienia.
- 9) Złożone dokumenty powinny zawierać:
 1. Załącznik nr 1. do Zapytania ofertowego: Formularz ofertowy;
 2. Załącznik nr 2. do Zapytania ofertowego: Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych;
 3. Załącznik nr 3. do Zapytania ofertowego: Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu;
 4. Zaparafowane zapytanie ofertowe.
- 10) Dokumenty muszą być podpisane.

Wycofanie i zmiana oferty przez Oferenta:

- a) Oferent może wycofać złożoną przez siebie ofertę pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma pisemne powiadomienie o jej wycofaniu przed końcem terminu składania ofert;

- b) Oferent nie może wycofać oferty po upływie terminu składania ofert ostatecznych;
- c) Oferent przed upływem terminu do składania ofert ma prawo zmienić ofertę - powiadomienie o wprowadzeniu zmian musi być złożone na takich samych zasadach jak składana oferta, odpowiednio oznakowanych z dopiskiem ZMIANA.

11. ZAWARCIE UMOWY

- 1) Zamawiający udzieli zamówienia Oferentowi, którego oferta odpowiada zasadom określonym w zapytaniu ofertowym oraz została uznana za najkorzystniejszą, biorąc pod uwagę ustalone kryteria wyboru.
- 2) Zamawiający nie jest zobowiązany do udzielenia zamówienia któremukolwiek z Oferentów.
- 3) Ofertę uznaje się za zaakceptowaną dopiero po podpisaniu Umowy.
- 4) Przed ostatecznym wyborem oferty wygrywającej, Zamawiający zastrzega sobie prawo przeprowadzenia negocjacji z wszystkimi oferentami, którzy spełnią warunki udziału w postępowaniu. Prosimy o potwierdzenie terminu ważności Państwa oferty przez 30 dni od zakończenia postępowania.
- 5) Wszelkie późniejsze zmiany w zawartej Umowie będą wymagały podpisania aneksu w formie pisemnej.

12. WARUNKI ZMIANY UMOWY

- 1) Zmiany Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności i będą mogły dotyczyć wyłącznie zmian wynikających z następujących powodów oraz w poniższym zakresie:
 - a) Konieczności wykonania modyfikacji w przedmiocie zamówienia, które były niemożliwe do przewidzenia na etapie podpisywania umowy, a wykonanie których będzie konieczne do prawidłowej realizacji przedmiotu zamówienia.
 - b) Opóźnień i niedotrzymania terminów spowodowanych wystąpieniem Siły wyższej, za które uważa się zdarzenie o charakterze nadzwyczajnym, występujące po zawarciu Umowy, a których strony nie były w stanie przewidzieć w momencie zawarcia i których zaistnienie lub skutki uniemożliwiają wykonanie przedmiotu umowy w terminie lub uniemożliwiają wykonanie innych zapisów Umowy.
 - c) Przyczyn niezawinionych przez żadną ze stron, wykonanie Umowy w terminie w niej przewidzianym nie jest możliwe;

- d) Zmiany harmonogramu realizacji Umowy wynikającej z postanowień podpisanej Umowy o Dofinansowanie Zamawiającego z Instytucją organizującą konkurs, jeżeli umowa ta zostanie zmieniona po udzieleniu zamówienia;
- e) Otrzymania decyzji Instytucji organizującej konkurs zawierającej zmiany zakresu zadań, terminów realizacji czy też ustalającej dodatkowe postanowienia, do których Zamawiający zostanie zobowiązany mających wpływ na przedmiot zamówienia;
- f) Zmian regulacji prawnych wprowadzonych po dniu podpisania Umowy;
- g) Zmiany warunków płatności określonych w Umowie.

Zmiana istotnych postanowień Umowy w stosunku do treści oferty jest dopuszczalna w sytuacji, gdy jest ona korzystna dla Zamawiającego i nie była możliwa do przewidzenia na etapie podpisywania Umowy w szczególności gdy nastąpi zmiana powszechnie obowiązujących przepisów prawa w zakresie mającym wpływ na realizację przedmiotu Umowy i/lub wynikną rozbieżności lub niejasności w Umowie, których nie można usunąć w inny sposób, a zmiana będzie umożliwiać usunięcie rozbieżności i doprecyzowanie Umowy w celu jednoznacznej interpretacji jej postanowień przez strony.

Zmiany, o których mowa powyżej mogą zostać wprowadzone w życie po odpowiednich negocjacjach Wykonawcy z Zamawiającym i akceptacji ustaleń przez obie strony Umowy. Wszelkie zmiany i uzupełnienia muszą być zawarte w formie pisemnego aneksu do Umowy pod rygorem nieważności. Zamawiający dopuszcza możliwość rozwiązania Umowy w przypadku, jeżeli z Zamawiającym zostanie rozwiązana umowa o dofinansowanie przez Instytucję Organizującą Konkurs.

13. POZOSTAŁE POSTANOWIENIA ORAZ INFORMACJE DODATKOWE

- 1) Brak spełnienia świadczenia przez Wykonawcę lub nieterminowe spełnienie świadczenia lub nieprawidłowe spełnienie świadczenia wiążące się z utratą części bądź całości pozyskanego dofinansowania przez Zamawiającego spowoduje prawo Zamawiającego do dochodzenia odszkodowania w wysokości odpowiadającej kwocie utraconego dofinansowania. Pozostała odpowiedzialność stron za nieprawidłowe wykonanie zobowiązania odbywa się na zasadach ogólnych przewidzianych w kodeksie cywilnym.
- 2) Zamawiający zastrzega sobie możliwość anulowania/odwołania zapytania na każdym etapie jego realizacji, najpóźniej do momentu ostatecznego wyboru dostawcy, bez podania przyczyny anulacji. Zamawiający może także w każdym czasie bez podania przyczyny zmienić treść niniejszego zapytania ofertowego. O wprowadzonych zmianach Zamawiający niezwłocznie poinformuje na stronie internetowej <https://zamowieniarp.kujawsko-pomorskie.pl/> . Jeżeli zmiany będą miały wpływ na treść ofert składanych w toku postępowania, Zamawiający

przedłużyć termin składania ofert. Zmiana jak i wycofanie oferty wymagają zachowania formy pisemnej.

- 3) Zapytanie Ofertowe nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego oraz nie stanowi podstaw do roszczeń dotyczących zawarcia Umowy.
- 4) Zamawiający zastrzega sobie możliwość niepodpisania Umowy bez podania uzasadnienia zmiany decyzji.
- 5) Jeżeli otrzymane materiały, zdaniem Oferenta, posiadają niejasności, które mogłyby wpłynąć na przyjęte rozwiązania, standardy i zaproponowaną cenę, może On wystąpić z zapytaniem na piśmie (dopuszcza się e-mail) o wyjaśnienie problemu. Wszelkie zapytania należy kierować do Osoby wskazanej do kontaktu.
- 6) Oferty nie podlegają zwrotowi, a Wykonawcom nie przysługuje roszczenie o zwrot kosztów przygotowania oferty.
- 7) Złożenie przez Oferenta nieprawdziwych informacji mających wpływ lub mogących mieć wpływ na wynik niniejszego postępowania stanowi podstawę do odrzucenia oferty.
- 8) W przypadku, gdy Oferent, którego oferta została wybrana jako najkorzystniejsza odstąpi od podpisania Umowy, kolejny Oferent z najkorzystniejszą ofertą zostanie zaproszony do podpisania umowy.

14. POSTANOWIENIA DOTYCZĄCE PRZETWARZANIA DANYCH OSOBOWYCH

- 1) Wykonawca składając ofertę wyraża tym samym zgodę na przetwarzanie przez Zamawiającego, uczestników postępowania oraz inne uprawnione podmioty, danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 10 maja 2018 o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1781) zawartych w ofercie oraz w załącznikach do niej.
- 2) Zamawiający informuje, że dane osobowe, o których mowa powyżej przetwarzane będą w celu wypełnienia prawnie usprawiedliwionego celu jakim jest w szczególności:
 - a) przeprowadzenie postępowania w formule zapytania ofertowego,
 - b) zawarcie i realizacja Umowy z wyłonionym w niniejszym postępowaniu Wykonawcą,
 - c) dokonanie rozliczenia i płatności związanych z realizacją Umowy,
 - d) dokonania rozliczenia projektu dofinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz poddania się obowiązkowym kontrolom prawidłowości jego prowadzenia, przez uprawnione instytucje i organy.

15. PLANOWANE TERMINY

- **Do 07.04.2023 r.** składanie ofert przez Oferentów.
- **08.04-10.04.2023 r.** analiza ofert przedstawionych przez Oferentów, negocjacje z Oferentami.
- **10.04.2023 r.** wyłonienie Wykonawcy, podpisanie umowy z Wykonawcą.

16. LISTA ZAŁĄCZNIKÓW

Załącznik nr 1. do Zapytania ofertowego: *Formularz ofertowy*

Załącznik nr 2. do Zapytania ofertowego: *Oświadczenie o braku powiązań osobowych lub kapitałowych*

Załącznik nr 3. do Zapytania ofertowego: *Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu*