

ZAPROSZENIE DO PRZETARGU

Data ogłoszenia: Warszawa, dnia 15.04.2025 roku

DZK/2511-32-1/131/2025

Postępowanie zakupowe prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego na: świadczenie na rzecz Spółki Totalizator Sportowy Sp. z o.o. usług w zakresie organizacji, obsługi wydarzeń o charakterze wizerunkowo-sprzedażowym (eventów)

1. PODSTAWOWE INFORMACJE

- 1.1. Zamawiającym jest Totalizator Sportowy Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Targowa 25 (03-728).
- 1.2. Podstawowe informacje o Zamawiającym i jego produktach znajdują się na stronach www.lotto.pl, www.totalizator.pl.
- 1.3. Totalizator Sportowy Sp. z o.o. posiada status dużego przedsiębiorcy, w rozumieniu art. 4 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych.
- 1.4. Ogólne zasady obowiązujące w prowadzonym postępowaniu zakupowym określa Załącznik nr 5. Postępowanie prowadzone jest według wewnętrznych regulaminów Zamawiającego i nie podlega ustawie Prawo zamówień publicznych.
- 1.5. **Adres e-mail dla postępowania: przetarg131dzk2025@totalizator.pl**

2. DEFINICJE

Pojęcia występujące w zaproszeniu do przetargu, o których mowa niniejszym w punkcie, należy rozumieć następująco:

- 2.1. **Agencja** – oznacza Wykonawcę, z którym w wyniku przeprowadzonego Postępowania Zamawiający zawrze Umowę;
- 2.2. **Brief** – oznacza Załącznik nr 2A do zaproszenia zawierający opis założeń do planowanego Projektu i zakres Zadań Agencji;
- 2.3. **Budżet Projektu** – oznacza określony przez Zamawiającego maksymalny koszt ogółem brutto wykonania i/lub obsługi przez Agencję danego Projektu;
- 2.4. **Dzień roboczy lub Dni** – oznacza każdy dzień tygodnia od poniedziałku do piątku, w godzinach od 8.00 do 16.00, z wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy;
- 2.5. **Formularz Oferty** – oznacza formularz, na którym Wykonawcy zobowiązani są składać Oferty w Przetargu, stanowiący Załącznik nr 1 do Zaproszenia;
- 2.6. **Koncepcja Kreatywna** lub **Koncepcja** – oznacza plan działania (pomysł) realizacji Projektu w formie opisowej i wizualnej (prezentacja), obejmującej co najmniej:
 - a) **koncepcję kreatywną eventu/ działań ambientowych** (w tym w szczególności scenariusz i elementy niezbędne do przeprowadzenia eventu/działania ambientowych oraz wizualizację propozycji wraz z materiałami graficznymi),
 - b) **Koszty Realizacji Zadań Agencji** (z uwzględnieniem maksymalnej wysokości Budżetu Projektu jeśli została określona w Briefie),
 - c) **propozycje planu komunikacji** dla określonej marki LOTTO, **(!!! Wynagrodzenie za przygotowanie Koncepcji Kreatywnej wraz z wynagrodzeniem za przeniesienie do niej autorskich praw majątkowych zawarte jest w Prowizji);**
- 2.7. **Koszty Zlecenia** lub **Koszty** – oznacza szczegółowe zestawienie Kosztów Realizacji Zadań Agencji, które mogą obejmować w zależności od zakresu Zadań Agencji wszystkie lub wybrane następujące elementy:
 - a) Koszty Realizacji Zadań Agencji Zewnętrzne,
 - b) Koszty Realizacji Zadań Agencji Wewnętrzne,
 - c) Prowizję Agencji;
- 2.8. **Koszty Realizacji Zadań Agencji (Koszty Realizacji Wewnętrzne/ Zewnętrzne)** – oznaczają całkowite koszty realizowanych przez Agencję prac w ramach obsługi TS związanej z realizacją Projektu, obejmujące koszty wszystkich usług, zakupu środków i materiałów oraz wytwarzanych Utworów (wraz z uwzględnieniem wynagrodzenia za przeniesienie autorskich praw majątkowych), które mają być wykonane, w celu realizacji Zadań Agencji związanych z danym Projektem, przez Agencję lub przez podmioty trzecie na zlecenie Agencji bądź z ich udziałem, w podziale na:
 - a) **Koszty Realizacji Zewnętrzne** - koszty wszystkich czynności, Utworów (z wyjątkiem Koncepcji Kreatywnej), zakupu środków i materiałów oraz usług, które mają być wykonane w celu realizacji Zadań Agencji przez podmioty trzecie na zlecenie Agencji lub poprzez wykorzystanie udostępnionych przez podmioty trzecie zasobów, wycenione po cenach uzyskanych przez Agencję od podmiotów trzecich, bez marży,
 - b) **Koszty Realizacji Wewnętrzne** – wynagrodzenie za wszystkie czynności, Utwory (z wyjątkiem Koncepcji Kreatywnej) i usługi realizowane przez Agencję samodzielnie w celu realizacji Zadań Agencji, z wykorzystaniem zasobów własnych, wycenione po cenach rynkowych bez marży, z wyłączeniem wynagrodzenia pokrywanego przez Prowizję,
 - c) **Prowizję** – def. 2.12 poniżej;
- 2.9. **Oferta** – oznacza ofertę w rozumieniu kodeksu cywilnego, sporządzoną w formie pisemnej, podpisaną przez Wykonawcę zgodnie z zasadami reprezentacji, złożoną w odpowiedniej formie i w odpowiednim czasie w odpowiedzi na Zaproszenie do Przetargu;

- 2.10. **Przetarg** – oznacza niniejsze postępowanie toczące się w trybie przetargu nieograniczonego, w którym Oferty mogą składać wszyscy zainteresowani Wykonawcy;
- 2.11. **Projekt** – event/ działania ambientowe/ wydarzenia o charakterze wizerunkowo – sprzedażowym Zamawiającego;
- 2.12. **Prowizja** – całkowite wynagrodzenie Agencji za realizację Zadań Agencji w ramach jednego Zlecenia, uzależnione (kalkulowane) od wartości Kosztów Realizacji Zewnętrznych netto wykazanych w Kosztorysie Zlecenia po stawce procentowej nie wyższej niż zaoferowana w Postępowaniu, obejmujące wynagrodzenie Agencji związane z obsługą zakresu Zadań Agencji generującego Koszty Realizacji Zewnętrzne jak również wynagrodzenie za przygotowanie Koncepcji Kreatywnej wraz z przeniesieniem do niej autorskich praw majątkowych (jeśli wymagane jest jej przygotowanie);
- 2.13. **Przedmiot Zamówienia** – oznacza czynności wskazane w pkt. 3 Zaproszenia;
- 2.14. **Umowa** – oznacza umowę, której wzór stanowi Załącznik nr 3, którą Zamawiający w wyniku Przetargu zamierza zawrzeć z wybranym Wykonawcą na warunkach określonych w Ofercie; Załącznik nr 2 należy traktować jako istotne postanowienia, które nie wyczerpują wszystkich elementów Umowy, wobec czego Zamawiający zastrzega sobie prawo wprowadzenia do Umowy dodatkowych postanowień nie ujętych w Załączniku nr 2 lub modyfikacji (uzupełnienia) postanowień ujętych w Załączniku nr 3, z tym zastrzeżeniem, że dodatkowe postanowienia lub modyfikacja postanowień nie może być sprzeczna z postanowieniami Zaproszenia;
- 2.15. **Utwory** – zgodnie z definicją zawartą w Umowie;
- 2.16. **Wycena eventu** lub **Wycena** – całkowity Koszt Realizacji Zadań Agencji brutto (cena) dla eventu zorganizowanego przez Wykonawcę zgodnie ze scenariuszem i wymogami określonymi w Załączniku nr 2B do zaproszenia;
- 2.17. **Wykonawca** – oznacza podmiot, który ubiega się o zawarcie Umowy w Przetargu;
- 2.18. **Zadania Agencji** – realizowane przez Agencję prace/usługi związane z Projektem. Zakres Zadań Agencji określany każdorazowo w Zleceniu może obejmować:
 - 1) kompleksową organizację i obsługę Projektu, obejmującą opracowanie Koncepcji Kreatywnej i wykonywanie usług obejmujących wszelkie czynności, zakupy środków i materiałów oraz Utwory konieczne do realizacji Projektu;
 - 2) obsługę i realizację wybranego zakresu prac/usług związanych z organizowanym przez Zamawiającego Projektem, w tym w zakresie zakupu środków, materiałów, usług niezbędnych do realizacji Projektu, np. elementów brandingu, wyposażenia stoiska, gadżetów, mebli eventowych, usług cateringowych, usług animatorów i hostess, usług transportowych i logistycznych;
- 2.19. **Zadanie Przetargowe** – oznacza zorganizowanie i obsługę Projektu opisanego w Briefie, zgodnie z określonymi w nim założeniami, dla którego należy przedłożyć Koncepcję Kreatywną;
- 2.20. **Załącznik** – oznacza każdy dokument tak nazwany, stanowiący integralną część Zaproszenia;
- 2.21. **Zamawiający** – oznacza Totalizator Sportowy Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (03-728), przy ul. Targowej 25;
- 2.22. **Zaproszenie** – oznacza niniejszy dokument opisujący warunki przeprowadzenia Przetargu.
- 2.23. **Zespół do Obsługi Zamawiającego** – oznacza zespół pracowników Wykonawcy wskazanych do obsługi Zamawiającego w ramach Umowy, z zastrzeżeniem, że w jego skład muszą wchodzić co najmniej 2 (dwie) osoby posiadające przynajmniej dwuletnią praktykę w obsłudze eventowej, obejmującą koordynację realizacji eventów i rozliczanie budżetu produkcyjnego;
- 2.24. **Zlecenie** – zgodnie z definicją zawartą w Umowie.

3. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- 3.1. Przedmiotem Zamówienia jest realizacja Zadań Agencji na warunkach i zasadach określonych szczegółowo w Umowie. Szczegółowy opis Przedmiotu Zamówienia oraz zasady jego realizacji określa Umowa.
- 3.2. Realizacja Zadań Agencji będzie się odbywać na podstawie składanych Zleceń. Celem Umowy jest ustalenie ogólnych warunków i zasad dotyczących realizacji Zleceń i współpracy z Agencją. Zamawiający może nie udzielać Zleceń Agencji w okresie obowiązywania Umowy i w takiej sytuacji Agencji nie będą przysługiwały jakiegokolwiek roszczenia - Agencja nie może dochodzić udzielania Zleceń. Zamawiający może dokonać zakupu Koncepcji, ale nie jest do tego zobligowany, dotyczy to także realizacji Zadania Przetargowego.
- 3.3. Zgodnie z wymogami niniejszego Postępowania Wykonawca składając Ofertę zobowiązany jest:
 - stosownie do punktu 5.1.7 i 5.4.7 zaproszenia, przedstawić propozycję realizacji Zadania Przetargowego określonego w Briefie w postaci Koncepcji Kreatywnej wraz z jego wyceną w formie Kosztorysu Zlecenia według wzoru kosztorysu określonego w Briefie (istotne definicje: pkt 2.6, 2.7 i 2.8),
 - zgodnie z wymogami punktu 5.1.8 i 5.4.8 zaproszenia, przedstawić Wycenę eventu, tj. całkowity Koszt Realizacji Zadań Agencji brutto dla eventu zorganizowanego przez Wykonawcę zgodnie ze scenariuszem i wymogami określonymi w Załączniku nr 2B i według zawartego w nim wzoru kosztorysu Załącznik nr 2B określa zakres Zadań Agencji do wyceny). Należy zwrócić uwagę, iż Zamawiający w kosztorysie Załącznika 2B określił maksymalne stawki wybranych elementów między innymi dla oprawy artystycznej, które nie mogą zostać przekroczone.

Kalkulując Prowizję należy zwrócić uwagę na wymogi określone w pkt. 7 zaproszenia - w Formularzu Oferty Wykonawca zaoferuje maksymalny poziom Prowizji (stawkę procentową), z tym że jej wysokość **nie może być niższa niż 4%**. Dokonując wyceny Kosztów Realizacji należy pamiętać, że Prowizję dla Zadania Przetargowego oraz Prowizję w Wycenie eventu należy obliczyć od Kosztów Realizacji Zewnętrznych z uwzględnieniem stawki procentowej w wysokości zaoferowanej w Formularzu Oferty stawki maksymalnej. Zamawiający zastrzega sobie

prawo do złożenia zlecenia Agencji, w ramach zawartej Umowy, w terminie do 90 dni od dnia wejścia w życie Umowy, stosownie do postanowień § 5 ust. 6 Umowy:

- 3.4. realizacji Zadania Przetargowego według złożonej przez Wykonawcę Koncepcji Kreatywnej, z uwzględnieniem zaoferowanych Kosztów Realizacji tego zadania,
- 3.5. realizacji eventu określonego w Załączniku nr 2B z uwzględnieniem złożonej Wyceny.
- 3.6. Zamawiający zamierza wybrać maksymalnie pięciu Wykonawców, którzy złożą, nie podlegające odrzuceniu, najkorzystniejsze Oferty zgodnie z zasadami określonymi w pkt. 12.
- 3.7. Zamawiający będzie udostępniał zainteresowanym Wykonawcom manualne wszystkich znaków do których ma prawa w tym do znaku marki LOTTO (plik PDF), wytyczne dotyczące odległości znaku LOTTO od krawędzi i innych obiektów (plik PDF) oraz linki do ściągnięcia znaku w plikach otwartych a także przykładowe Key Visuale (graficzny motyw przewodni marki) dla np. haseł „Gramy dla sportu” (plik PDF), po otrzymaniu zgłoszenia na adres email wskazany w pkt 1.5. zawierającego nazwę firmy, adres, numer KRS (lub informację o wpisie do CEIDG) i email, na który mają zostać przesłane dokumenty.
- 3.8. Wykonawca, który zgłosi się i otrzyma od Zamawiającego dostęp do materiałów, zgodnie z punktem 3.7, jest uprawniony do ich wykorzystania do dnia wyznaczonego jako ostatni dzień na składanie Ofert, wyłącznie do celów złożenia Oferty to znaczy do zwielokrotniania i utrwalaania materiałów, wytwarzania z zastosowaniem techniki drukarskiej, reprograficznej, zapisu magnetycznego oraz techniki cyfrowej, wprowadzania do pamięci komputera (za pomocą jakiegokolwiek nośnika informacji: m.in. film, płyta kompaktowa, CDR, CDRW, DVDR, DVDRW, video cd, minidysk, VHS, nośniki typu „flash”), tak aby wykorzystać je w materiałach prezentowanych w Ofercie. Wykorzystanie wykraczające poza ten zakres jest niedozwolone i może skutkować dochodzeniem odszkodowania.

4. TERMIN WYKONANIA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

- 4.1. Przedmiot Zamówienia będzie realizowany w okresie obowiązywania Umowy, tj. przez 12 (dwanaście) kolejnych miesięcy liczonych od dnia wniesienia przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego zabezpieczenia należytego wykonania Umowy, o którym mowa w pkt 13 poniżej.
- 4.2. Umowa zawarta z Agencją może zostać przedłużona stosownie do postanowień § 13 Umowy, maksymalnie dwukrotnie – każdorazowo na okres 12 (dwunastu) kolejnych miesięcy przy zachowaniu dotychczasowych warunków.
- 4.3. Szczegółowe terminy realizacji Zadań Agencji określać będą Zlecenia.

5. OPIS WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ SPOSÓB DOKONYWANIA OCENY SPEŁNIANIA TYCH WARUNKÓW

Umowa może zostać zawarta z Wykonawcą, który spełnia poniższe warunki:

5.1. O udzielenie Zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który:

- | | |
|-------|---|
| 5.1.1 | złoży Ofertę podpisaną przez osoby uprawnione do reprezentacji, określone w dokumencie rejestrowym lub pełnomocnictwie; |
| 5.1.2 | posiada uprawnienia do wykonywania działalności obejmującej Przedmiot Zamówienia tj. posiada przewidziane prawem uprawnienia do wykonywania na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej działalności leczniczej w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 15 kwietnia 2011 r. o działalności leczniczej (t.j. Dz.U. z 2021 r., poz. 711 z późn. zm.); |
| 5.1.3 | posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponuje potencjałem technicznym do wykonania Przedmiotu Zamówienia , tj.: <u>obsługiwał w okresie ostatnich trzech lat (licząc do daty upływu terminu składania Ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - to w tym okresie) klientów lub klienta, organizując dla nich (niego) co najmniej 3 eventy (imprezy) z uwzględnieniem, że dla co najmniej 2 (dwóch) eventów budżet każdego z nich wynosił przynajmniej po 100 000,00 zł brutto, a budżet dla co najmniej 1 (jednej) imprezy wynosił minimum 350 000,00 zł brutto.</u>
<u>Wykonawca nie może wykazać organizacji własnych imprez, tj. nie realizowanych dla innego podmiotu (klienta);</u>
<u>W przypadku konsorcjum dopuszcza się łączenie potencjałów członków konsorcjum, z tym zastrzeżeniem, że lider konsorcjum zobowiązany jest wykazać realizację co najmniej 2 (dwóch) eventów spełniających wymogi określone w niniejszym punkcie.</u> |
| 5.1.4 | dysponuje osobami zdolnymi do realizacji Przedmiotu Zamówienia i dedykuje do Zespołu do Obsługi Zamawiającego co najmniej dwie osoby, z których każda będzie posiadać przynajmniej dwuletnie doświadczenie w organizacji eventów, obejmujące koordynację realizacji eventów i rozliczanie budżetu; |
| 5.1.5 | znajduje się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie Przedmiotu Zamówienia, tj. terminowo realizuje zobowiązania publicznoprawne; |
| 5.1.6 | zaakceptuje bez zastrzeżeń Umowę, parafując jej treść zawartą w Załączniku nr 3 |
| 5.1.7 | przedłoży Koncepcję Kreatywną dla Zadania Przetargowego w sposób określony poniżej w pkt 10.12, zgodnie z wymogami określonymi w Briefie, która poddana zostanie w Postępowaniu ocenie przez Zamawiającego, zgodnie z kryteriami oceny Ofert określonymi w pkt 12 poniżej. Do Koncepcji Kreatywnej Wykonawca załączy również Kosztorys dla Zadania Przetargowego zgodnie ze wzorem w Briefie i złożony wraz z Ofertą , w celu uszczegółowienia ceny zaproponowanej za jego realizację i złożony do wraz z Ofertą |

5.1.8	przedstawi Wycenę eventu w Formularzu Oferty wraz z kosztorysem szczegółowym według wzoru określonego w Załączniku nr 2B, określając całkowity Koszt Realizacji Zadań Agencji brutto dla Projektu określonego w tym Załączniku, zgodnie z zawartym w nim scenariuszu i wymogami;
5.1.9	zaprezentuje wybrane przez siebie realizacje dwóch eventów w formie prezentacji przesłane w sposób opisany w pkt 10.12, wybierając spośród tych, które zostały wskazane na potwierdzenie posiadania doświadczenia wymaganego zgodnie z pkt. 5.1.3 powyżej.

5.2. Ocena spełnienia warunków, o których mowa wyżej w pkt. 6.1 będzie dokonywana na podstawie dokumentów i oświadczeń złożonych zgodnie z wymogami Postępowania, wyszczególnionych w pkt 6.4. poniżej, a także w oparciu o ewentualnie dokonane weryfikacje informacji wynikających z tych dokumentów i złożonych oświadczeń.

6. OŚWIADCZENIA I DOKUMENTY ORAZ INNE MATERIAŁY SKŁADANE PRZEZ WYKONAWCÓW WRAZ Z OFERTĄ

6.1. Wykonawca zobowiązany jest złożyć:

a)	Formularz Oferty, sporządzony według wzoru określonego w Załączniku nr 1
b)	oświadczenia i dokumenty wymienione w punkcie 6.4 poniżej, w tym: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Koncepcję Kreatywną dla Zadania Przetargowego wraz z Kosztorysem według wzoru określonego w Briefie, ➤ kosztorys Wyceny zgodnie ze wzorem określonym w Załączniku nr 2 B ➤ prezentacje, o których mowa w pkt. 5.1.9
c)	Dodatkowo (nieobligatoryjnie): Oświadczenie Wykonawcy dotyczące wyrażenia zgody na przetwarzanie danych osobowych (dobrowolne) , którego wzór stanowi Załącznik nr 6, w przypadku, gdy chce wyrazić zgodę na umieszczenie danych osobowych w bazie kontrahentów zamawiającego zapraszanych do udziału organizowanych w postępowaniach zakupowych.
d)	Oświadczenie zgodnie z Załącznikiem nr 3 (Klauzula dotycząca przetwarzania danych osobowych przez Totalizator Sportowy Sp. z o. o.);

6.2. Oświadczenia i dokumenty, jakie Wykonawca musi złożyć na potwierdzenie warunków udziału w Postępowaniu, o których mowa w pkt 6.1. powyżej

6.2.1.	aktualny na dzień składania Oferty odpis z właściwego dla Wykonawcy rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do CEIDG potwierdzające, że Wykonawca jest uprawniony do występowania w obrocie prawnym i prowadzenia działalności gospodarczej. Za aktualny uznawany będzie odpis albo zaświadczenie wydane lub pobrane z właściwego rejestru/ ewidencji nie wcześniej niż 6 (sześć) miesięcy przed upływem terminu składania Oferty;
6.2.2.	pełnomocnictwo do reprezentowania Wykonawcy w Postępowaniu albo do reprezentowania Wykonawcy w Postępowaniu i do zawarcia Umowy - w przypadku, gdy Oferta będzie podpisana przez pełnomocnika niewymienionego jako osoba upoważniona do reprezentacji Wykonawcy we właściwym rejestrze. W przypadku załączenia do Oferty pełnomocnictwa substytucyjnego, Wykonawca zobowiązany jest załączyć do Oferty wszystkie pełnomocnictwa (ciąg pełnomocnictw) tak, aby Zamawiający mógł jednoznacznie stwierdzić, że osoba reprezentująca Wykonawcę w Postępowaniu albo osoba podpisująca Ofertę jest należycie umocowana zgodnie z rejestrem Wykonawcy; <i>W przypadku konsorcjum - należy również złożyć <u>pełnomocnictwo dla lidera konsorcjum</u>, który będzie reprezentował pozostałych Wykonawców wchodzących w skład konsorcjum, a gdy pełnomocnictwo nie zostało udzielone przez osoby wskazane we właściwym rejestrze – także pełnomocnictwa osób, które udzieliły umocowania liderowi konsorcjum (ciąg pełnomocnictw) oraz <u>oświadczenie o solidarnej odpowiedzialności</u> wszystkich Wykonawców wchodzących w skład konsorcjum z tytułu udziału w Postępowaniu oraz oświadczenie o wyrażeniu zgody - w przypadku wyboru Oferty – na włączenie do Umowy oświadczenia o solidarnej odpowiedzialności Wykonawców z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy - według wzoru stanowiącego Załącznik nr 8</i>
6.2.3.	wykaz zorganizowanych eventów przez Wykonawcę według wzoru stanowiącego Załącznik nr 4A – spełniających wymogi określone w pkt 6.1.3 wraz z dokumentami potwierdzającymi ich prawidłową realizację przez Wykonawcę (np. referencje, protokoły odbioru itp.); <i>(w przypadku konsorcjum dokumenty złożone muszą być przez tego Wykonawcę, który spełnia warunek)</i>
6.2.4.	wykaz osób dedykowanych do Zespołu do Obsługi Zamawiającego wraz z krótkim opisem posiadanego doświadczenia dla każdej z osób, potwierdzającego spełnienie wymogu określonego w pkt. 6.1.4 i wskazaniem klientów, dla których były organizowane eventy - zgodnie z Załącznikiem nr 4B;
6.2.5.	zaświadczenie lub oświadczenie własne Wykonawcy o terminowym realizowaniu zobowiązań publicznoprawnych wobec właściwych organów podatkowych i wobec Zakładu Ubezpieczeń

	Spółecznych. Zaświadczenie powinno być wystawione przez właściwy organ nie wcześniej niż na 3 (trzy) miesiące przed upływem terminu składania Ofert, a oświadczenie na dzień składania Ofert;
	(w przypadku konsorcjum dokumenty złożone muszą być dla każdego z członków konsorcjum)
6.2.6.	parafowany wzór Umowy - każdej stronie;
	(w przypadku konsorcjum dokument musi być złożony przez lidera konsorcjum)
6.2.7.	jedną Koncepcję Kreatywną dla Zadania Przetargowego w Briefie wraz z Kosztorysem , uszczegółowiającym zaoferowane ceny za realizację przedstawionej Koncepcji (Kosztorys musi być przygotowany według wzoru stanowiącego załącznik do Briefu); Komisja Przetargowa może zwrócić się do każdego z Wykonawców o przeprowadzenie w siedzibie Zamawiającego (ewentualnie poprzez aplikację Teams) prezentacji wybranych przez Zamawiającego elementów składających się na Ofertę, w szczególności zaprezentowanie Koncepcji Kreatywnych. Przewidywany czas prezentacji wraz z dyskusją wyniesie maksymalnie około 1.5 godziny. Termin i zakres prezentacji oraz sposób jej przeprowadzenia zostanie uzgodniony z zapraszającym na prezentację Wykonawcą.
6.2.8.	kosztorys szczegółowy dla Wyceny według wzoru określonego w Załączniku nr 2B;
6.2.9.	nośnik z prezentacją samodzielnie zrealizowanych dwóch eventów, spośród wskazanych przez Wykonawcę w Załączniku nr 4A.

7. OPIS SPOSOBU PRZEDSTAWIENIA CENY W OFERCIE

7.1. Wykonawca podaje:

7.1.1 **oferowaną cenę brutto za wykonanie Zadania Przetargowego zgodnie z zaproponowaną Koncepcją Kreatywną**; w złotych brutto, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, z zastrzeżeniem pkt 7.2 poniżej i z uwzględnieniem, że Prowizja ujęta w cenie za realizację Zadania musi być skalkulowana w oparciu o stawkę maksymalną zaoferowaną przez Wykonawcę na Formularzu Oferty. Oferowana cena za Zadanie Przetargowe nie może przekroczyć wartości Budżetu Projektu określonego w Briefie i musi obejmować wszystkie elementy zaproponowane w przedłożonej Koncepcji i podlegające wycenie zgodnie z Briefem. Cena może nie uwzględniać wyłącznie elementów ujętych na końcu Koncepcji, opisanych jako „elementy opcjonalne”.
Kosztorys złożony wraz z Koncepcją Kreatywną do Zadania Przetargowego musi być zgodny z zaoferowaną ceną w Formularzu Oferty. **oferowaną maksymalną wysokość Prowizji (stawka %)**, (tj. maksymalną stawkę stanowiącą podstawę kalkulacji Prowizji, tj. całkowitego wynagrodzenia Agencji, za realizację Zadań Agencji w ramach jednego Zlecenia, uzależnionego (kalkulowanego) od wartości Kosztów Realizacji Zewnętrznych **netto** wykazanych w Kosztorysie Zlecenia, obejmującego wynagrodzenie Agencji związane z obsługą zakresu Zadań generującego Koszty Realizacji Zewnętrznych jak również wynagrodzenie za Koncepcję Kreatywną wraz z przeniesieniem do niej autorskich praw majątkowych, jeśli wymagane jest jej przygotowanie), z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, obowiązującą w okresie realizacji Umowy, z zastrzeżeniem że **oferowana maksymalna Prowizja nie może być niższa niż 4,00%. Cena za Zadanie Przetargowe oraz Wycena uwzględniają**: Koszty Realizacji Zadań Agencji (Koszty Realizacji Zewnętrzne i Koszty Realizacji Wewnętrzne i Prowizję), w tym Prowizję kalkulowaną od kwoty Kosztów Realizacji Zewnętrznych według stawki procentowej w wysokości zaoferowanej jako maksymalna, wskazanej w Formularzu Oferty – np. jeśli Wykonawca określi dla Zadania Przetargowego/eventu Koszty Realizacji Zewnętrzne netto na poziomie 100 000,00 zł, a w Formularzu Oferty zaoferował maksymalną stawkę Prowizji 8%, to wynagrodzenie z tytułu Prowizji wyniesie (wysokość Prowizji dla Zadania Przetargowego) 8 000,00 zł netto (8 % x 100 000,00).

7.3. W oparciu o Ofertę zostaną w Umowie określone:

- 7.3.1. maksymalne Koszty Realizacji dla Zadania Przetargowego (w wysokości zaoferowanych cen w Formularzu Oferty),
- 7.3.2. maksymalna stawka do kalkulacji Prowizji obowiązująca w okresie realizacji Umowy (w wysokości zaoferowanej w Formularzu Oferty),
- 7.3.3. maksymalny Koszt Realizacji eventu według scenariusza i wymogów określonych w Załączniku nr 2B (w wysokości wskazanej w Formularzu Oferty).

7.4. Wyrażenie cen w walutach obcych lub odwołanie się do tych walut spowoduje uznanie Oferty za nieważną i odrzucenie jej bez dalszego rozpatrywania.

7.5. Wykonawca może podać tylko jedną cenę dla Zadania Przetargowego i Wycenę eventu oraz jedną wysokość stawki Prowizji.

7.6. W przypadku, gdyby oferowane ceny podane zostały z inną dokładnością niż wymagana, to dla podanej ceny z mniejszą niż dopuszczalna dokładność po przecinku – przyjmuje się jakby w kolejnych miejscach po przecinku zostało wpisane „0”, a dla ceny podanej z większą dokładnością – pomija się dalsze miejsca bez dokonywania zaokrągleń.

7.7. W przypadku, gdyby wskazane w Formularzu Oferty ceny za Zadanie Przetargowe i Wycenę eventu różniły się od cen wskazanych w kosztorysach szczegółowych, jako prawidłową przyjmuje się cenę w Formularzu Oferty. W przypadku obliczenia Prowizji według innej stawki niż zaoferowana jako maksymalna w Formularzu Oferty,

Komisja Przetargowa dokona poprawienia ceny, przyjmując prawidłową wysokość stawki, zgodnie z zasadami określonymi w niniejszym punkcie.

- 7.8. Wykonawca nie może w Formularzu Oferty zaoferować ceny 0,00 zł, a stawka procentowa Prowizji nie może być niższa niż 4,00 %.

8. TERMIN SKŁADANIA OFERT, TERMIN NA WNOSZENIE PYTAŃ, TERMIN WAŻNOŚCI OFERTY, ZMIANY W DOKUMENTACJI

8.1. Oferty należy składać w terminie do dnia **06.05.2025 roku**, do godz. 12:00

8.2. Pytania o wyjaśnienie treści dokumentacji należy kierować na adres e-mail wskazany w pkt 1.5 zaproszenia w terminie do dnia **30.04.2025 roku**, do godz.12:00. Pytania, które wpłyną po tym terminie mogą pozostać bez odpowiedzi.

8.3. Okres ważności Oferty wynosi 90 dni od upływu terminu złożenia Oferty.

8.4. Osobą do kontaktów z Wykonawcami jest: Maciej Paluchowski, e-mail: przetarg131DZK2025@totalizator.pl.

8.5. Wszelkie zmiany dokonywane przed upływem terminu składania Ofert w treści dokumentacji oraz odpowiedzi na pytania, bez ujawniania źródła zapytania, będą zamieszczane na stronie internetowej Zamawiającego, w miejscu udostępnienia dokumentacji (pkt 1.6). Odpowiedzi na pytania będą również niezwłocznie przekazane Wykonawcy, który zwrócił się z pytaniami. Udzielone odpowiedzi stanowią wyjaśnienia lub mogą stanowić uzupełnienie bądź zmianę dokumentacji.

9. SPOSÓB SKŁADANIA OFERT, WYCOFANIE I ZMIANA OFERTY

9.1. Oferty należy składać drogą elektroniczną na adres e-mail wskazany w pkt 1.5. (oraz Koncepcję Kreatywną o której mowa w 5.1.7. powyżej, sposób jej złożenia jest opisany w pkt. 10.12. poniżej. Do składanej Oferty Wykonawca załącza również Kosztorys dla Zadania Przetargowego zgodnie ze wzorem w Briefie)

9.2. Ofertę uważa się za złożoną w terminie, jeżeli wpłynie na skrzynkę Zamawiającego na adres e-mail wskazany w dokumentacji do dnia i godziny określonej jako ostateczny termin na złożenie Oferty (wraz ze złożeniem Koncepcji Kreatywnej w sposób opisany w pkt 10.2 poniżej).

9.3. Przed upływem terminu do składania Ofert, można wycofać złożoną Ofertę zachowując prawo do złożenia nowej Oferty w wymaganym terminie, z zastrzeżeniem iż prawo to nie przysługuje Wykonawcy, który złożył Ofertę drogą elektroniczną i przekazał hasło przed upływem terminu składania Ofert.

9.4. Oświadczenie o wycofaniu Oferty powinno być złożone przed upływem terminu na składanie Ofert w formie przesłanego oświadczenia podpisanego przez osoby uprawnione do reprezentacji Wykonawcy podpisem elektronicznym lub skanu podpisanego oświadczenia na adres e-mail wskazany w Zaproszeniu.

9.5. Niedopuszczalne jest wycofanie Oferty i wprowadzanie zmian w Ofercie po upływie ostatecznego terminu składania Ofert.

10. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

10.1. Wykonawca może złożyć tylko jedną Ofertę na realizację całości Przedmiotu Zamówienia.

10.2. **Ofertę należy złożyć w formie dokumentowej jako skany podpisanych dokumentów lub elektronicznej, z użyciem odpowiednio: kwalifikowanego podpisu elektronicznego, zaawansowanego podpisu elektronicznego, podpisu wygenerowanego przy pomocy platform dedykowanych do uwierzytelniania podpisów, zgodnie z wymogami zawartymi w Zaproszeniu.**

10.3. Nie jest dopuszczalne dokonywanie zmian w treści Załączników, z wyjątkiem uzupełnienia ich o wymagane dane.

10.4. Oferta musi być podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania Wykonawcy.

10.5. Oferty należy składać formie dokumentowej lub elektronicznej, zgodnie z poniższymi wytycznymi:

10.5.1 Ofertę należy przekazać na adres e-mail wskazany w pkt. 1.5 (przetarg131DZK2025@totalizator.pl). W tytule należy wpisać: „Oferta zaszyfrowana” i podać numer przetargu.

10.5.2 Zaleca się, aby Wykonawca przesłał informację o zamiarze złożenia Oferty drogą elektroniczną z wyprzedzeniem co najmniej jednodniowym, co pozwoli zminimalizować ewentualne ryzyka techniczne związane z wykorzystaniem poczty elektronicznej do złożenia Oferty.

10.5.3 Oferta składana drogą elektroniczną może zawierać skany podpisanych dokumentów w formacie*.pdf lub dokumenty podpisane elektronicznie (kwalifikowanym podpisem elektronicznym, zaawansowanym podpisem elektronicznym, podpisem wygenerowanym przy pomocy platform dedykowanych do uwierzytelniania podpisów). W przypadku przesyłanych kopii dokumentów podpis Wykonawcy potwierdza zgodność z oryginałem.

10.5.4 **Formularz Oferty/Formularz oferty po negocjacjach powinien być zaszyfrowany** poprzez zabezpieczenie pliku hasłem zgodnie ze standardowymi funkcjonalnościami programów obsługujących pliki *.pdf. Zaleca się, aby hasło składało się z od 10 do 12 znaków zawierających co najmniej: po jednej dużej i jednej małej literze, co najmniej jednej cyfrze i co najmniej jednym znaku specjalnym (tzw. silne hasło).

10.5.5 **Hasło do zaszyfrowanych plików Oferty powinno być przekazane w ciągu 30 minut po upływie terminu składania Ofert na adres e-mail wskazany w pkt. 1.5.**

10.5.6 **W sytuacji, gdy Wykonawca przekaze niezaszyfrowany Formularz Oferty lub hasło zostanie przekazane przed upływem terminu na składanie Ofert, Wykonawca traci prawo do zmiany Oferty.**

10.5.7 Oferta złożona drogą elektroniczną podlega odrzuceniu, jeżeli:

- 10.5.7.1 Wykonawca mimo wezwania nie przekaże Zamawiającemu hasła do odszyfrowania Formularza Oferty w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego, nie dłuższym niż 24 godziny przypadające na dni robocze liczone od upływu terminu składania Ofert,
- 10.5.7.2 przekazane hasło nie pozwala na odszyfrowanie Oferty.
- 10.6. W przypadku, gdy przedstawiony skan dokumentu jest nieczytelny lub budzi wątpliwości co do jego prawdziwości, a Zamawiający nie może sprawdzić jego prawdziwości w inny sposób, może on zażądać przedstawienia oryginału dokumentu lub notarialnie potwierdzonej kopii dokumentu.
- 10.7. Złożone Oferty są traktowane jako poufne i nie są udostępniane innym Wykonawcom z wyjątkiem informacji określonych w pkt. 10.8. poniżej.
- 10.8. Wykonawcom, którzy złożyli Oferty w terminie może zostać przekazana informacja o złożonych Ofertach obejmująca:
- 10.8.1. liczbę Wykonawców, którzy złożyli Oferty;
- 10.8.2. cenę za realizację Zadania Przetargowego;
- 10.8.3. Wycenę;
- 10.8.4. maksymalną stawkę Prowizji (wyrażoną w %).
- 10.9. Ofertę należy sporządzić w języku polskim zgodnie z wymogami określonymi w Zaprośzeniu.
- 10.10. Dokumenty sporządzone w języku obcym są składane wraz z tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę, z tym zastrzeżeniem, że Zamawiający jest uprawniony do zażądania również dostarczenia dokumentów przetłumaczonych przez tłumacza przysięgłego.
- 10.11. Poprawki dokonywane w Ofercie muszą być naniesione czytelnie oraz opatrzone podpisami osób uprawnionych do reprezentowania Wykonawcy.
- 10.12. **sposób przedłożenia Koncepcji Kreatywnej dla Zadania Przetargowego** – poza kosztorysem do Koncepcji Kreatywnej, który zostanie złożony wraz z Ofertą, sama Koncepcja Kreatywna zostanie **złożona w formie plików przesłanych w formie elektronicznej w dowolnej formie w tym także do pobrania przez Zamawiającego (nie ma wyłącznego wymogu złożenia na adres dedykowany do postępowania wskazany w pkt. 5.1)** Koncepcje kreatywne muszą zostać dostarczone do Zamawiającego przed upływem terminu składania Ofert wskazanego w pkt. 8.1 zaproszenia.

11. WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM

Wadium nie jest wymagane.

12. KRYTERIA OCENY OFERT I ZASADY DOKONANIA WYBORU OFERTY

- 12.1. Zamawiający dokona oceny złożonych Ofert, zgodnie z przyjętymi w punkcie 12.2. kryteriami oceny Ofert, w celu ustalenia rankingu Wykonawców, z tym że w ocenie nie będą uwzględniane Oferty złożone po terminie wyznaczonym na składanie Ofert.
- 12.2. Zamawiający dokona weryfikacji złożonych Ofert przez tych Wykonawców, których Oferty zostały ocenione najwyżej i którym zgodnie z zasadami określonymi w Postępowaniu, z uwzględnieniem punktu 1A pkt 6 powyżej, możliwe jest udzielenie Zamówienia - w celu ustalenia czy nie podlegają odrzuceniu. W przypadku, gdy w wyniku dokonanej weryfikacji Zamawiający stwierdzi, że istnieją przesłanki do odrzucenia Oferty, a Oferta nie może być uzupełniona bądź nie zostanie wyjaśniona/uzupełniona w wyniku wezwania Komisji Przetargowej albo nie może zostać poprawiona zgodnie pkt 14 Załącznika nr 5, Komisja Przetargowa poinformuje niezwłocznie Wykonawcę o odrzuceniu Oferty, informując o przyczynie uzasadniającej odrzucenie.
- 12.3. Przyjęte przez Komisję Przetargową Oferty będą oceniane na podstawie kryteriów:

Lp.	Pkt zaproszenia	Skrót	Kryteria	Waga – max pkt
1	12.3.1.	P	Prowizja Agencji – stawka %	10
2	12.3.2.	C	Cena brutto za realizację Zadania Przetargowego i Wycena eventu	50
3	12.3.3.	K	Ocena Koncepcji Kreatywnej dla Zadania Przetargowego	40

12.3.1. Prowizja Agencji (P) – waga kryterium - max 10 punktów.

W ramach kryterium P Zamawiający będzie oceniał zaoferowaną przez Wykonawców w Formularzu Oferty stawkę Prowizji w %, oferowaną jako maksymalna stawka stanowiąca podstawę do kalkulacji całkowitego wynagrodzenia Agencji z tytułu Prowizji (wynagrodzenia Agencji, w ramach jednego Zlecenia, kalkulowanego od wartości Kosztów Realizacji Zewnętrznych netto wykazanych w Kosztorysie Zlecenia, obejmujące wynagrodzenie Agencji związane z obsługą zakresu Zadań generującego Koszty Realizacji Zewnętrznych jak również wynagrodzenie za Koncepcję Kreatywną wraz z przeniesieniem do niej autorskich praw majątkowych, jeśli wymagane jest jej przygotowanie).

Punkty w ramach kryterium P będą kalkulowane w oparciu o wzór:

$$P = \frac{\text{najniższa stawka \% Prowizji jaka została zaoferowana w Postępowaniu}}{\text{stawka \% Prowizji zaoferowana przez Wykonawcę, którego Oferta jest oceniana}} \times 10$$

12.3.2. Cena brutto za realizację Zadania Przetargowego i Wycena eventu (C) – waga kryterium - max 50 punktów.

W ramach kryterium C Zamawiający będzie przyznawał punkty za zaoferowane w Formularzu Oferty:

- cenę brutto za realizację Zadania Przetargowego zgodnie z przedłożoną Koncepcją Kreatywną oraz
- cenę brutto za realizację eventu zgodnie ze scenariuszem i wymogami określonymi w Załączniku nr 2B do zaproszenia (Wycenę eventu).

Ceny te zostaną zsumowane i uzyskany wynik posłuży przyznaniu punktów skalkulowanych w oparciu o wzór:
najniższa suma zaoferowanych cen obejmujących realizację Zadania Przetargowego i Wycenę eventu jaka została zaoferowana w Postępowaniu

$$C = \frac{\text{Suma cen obejmujących realizację Zadania Przetargowego i Wycenę eventu zaoferowana przez Wykonawcę, którego Oferta jest oceniana}}{\text{Wycenę eventu jaka została zaoferowana w Postępowaniu}} \times 50$$

12.3.3. Koncepcja Kreatywna dla Zadania Przetargowego określonego w Briefie (K) – waga kryterium – max. 40 punktów.

W ramach kryterium K Zamawiający będzie oceniał przedłożoną przez Wykonawcę Koncepcję Kreatywną dla Zadania Przetargowego w następujących obszarach (podkryteriach):

- 1) Ocena atrakcyjności Koncepcja mechaniki eventowej, atrakcyjności pomysłu i mechanizmu integracyjnego (K1),
- 2) OUTDOOR Ocena atrakcyjności Stref Promocji (K2),
- 3) INDOOR Ocena atrakcyjności Stref Promocji (K3),
- 4) Ocena upominków i gadżetów (K4),
- 5) Ocena koncepcji komunikacji projektu (K5).

ZASADY OCENY:

Każdy z ocenianego obszaru zawartego w Koncepcji Kreatywnej będzie podlegał analizie i ocenie przez ocenającego członka Komisji:

- a) za elementy merytoryczne, wskazane w poniższej tabeli w kolumnie C poniżej,
- b) zgodnie ze skalą ocen zawartą w poniższej tabeli w kolumnie D – każdy ocenający członek Komisji Przetargowej przyzna punkty w ramach podanej skali (z uwzględnieniem punktacji pośredniej co 0,5 pkt.). Punkty przyznane przez dokonujących oceny członków Komisji Przetargowej zsumowane w danym obszarze zostaną podstawione do wzoru, w celu obliczenia punktów w danym podkryterium z uwzględnieniem maksymalnej punktacji do uzyskania podanej w kolumnie E tabeli poniżej. Wzór do obliczenia punktów:

$$K1-5 = \frac{\text{suma punktów przyznanych przez Komisję Przetargową ocenianemu Wykonawcy za dany obszar Koncepcji Kreatywnej}}{\text{najwyższa suma punktów możliwa do uzyskania w danym obszarze}} \times n$$

gdzie n zgodnie z kolumną E tabeli wynosi dla poszczególnych podkryteriów:

- K1 – max – 10 pkt
- K2 – max – 10pkt
- K3 – max – 10 pkt
- K4 – max – 5 pkt
- K5 – max – 5 pkt

Następnie uzyskane punkty w poszczególnych podkryteriach zostaną zsumowane i uzyskany wynik będzie stanowił końcową ocenę w kryterium K (max. 40 pkt).

	Zadanie	Czego konkretnie oczekujemy	Kryteria oceny	Punktacja
CZĘŚĆ I.				
1	Pomysł mechaniki eventowej	Format, mechanizm motywujący i zachęcający do udziału w kontekście zakupu produktów LOTTO. Czas startu promocji to lipiec 2025 a zakończenia koniec grudnia 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem. • Ocena atrakcyjności pomysłu i mechanizmu integracyjnego (motywator, spójność, łatwość zrozumienia idei, mechanizm zwiększający sprzedaż). • Integracja z obchodami 70-lecia Spółki 	max. 10
2	Strefy Promocji Outdoor	Czas trwania, ilość, częstotliwość, zostały opisane wcześniej. Prosimy o: <ul style="list-style-type: none"> • Propozycje konkretnych lokalizacji przy rekomendowanych przez Państwa wydarzeniach. • Zaproponowanie form aktywności i animacji strefy. • Wizualizację strefy. • Pozostałe opisane w zadaniu 	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem • Ocena planów i aranżacji stref oraz elementów scenografii i widoczności branding. • Ocena scenariusza aktywności i atrakcji w strefie (ambientu) ze szczególnym uwzględnieniem dopasowania działań do charakteru wydarzenia. Orz pozostałe opisane w zadaniu 	max. 10
3	Strefy Promocji Indoor	Czas trwania, ilość, częstotliwość, zostały opisane wcześniej. Prosimy o: <ul style="list-style-type: none"> • Propozycje konkretnych lokalizacji przy rekomendowanych przez Państwa wydarzeniach. • Zaproponowanie form aktywności i animacji strefy. • Pozostałe opisane w zadaniu 	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem • Orz pozostałe opisane w zadaniu 	max. 10
4	Upominki i Gadżety (koncepcja i produkcja)	Konkretne propozycje gadżetów – propozycja „drabinki” 5 gadżetów i nagród (w cenie od 10 do 200 zł)	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem. • Ocena atrakcyjności, innowacyjności i oryginalności pomysłów • Pozostałe opisane w zadaniu 	max. 5

CZĘŚĆ II.				
5	Komunikacja projektu	Koncepcja bez kosztu zakupu mediów i produkcji BTL	Mile widziane przykłady egzekucji kreatywnych	max. 5
a)	BTL	POS/POP – propozycje komunikacji w kolekturach Lotto	Zgodność z briefem Ocena spójności z ogólną koncepcją promocji ocena pomysłów i kreacji	
b)	Internet	Komunikacja w Internecie wykorzystująca obecnie dostępne formy promocji w digitalu (w tym komercyjne). Propozycje mechanizmów lokalizujących – pozyskanie leadów, rejestracja. Koncepcja działań w Social Media skierowanych do osób pełnoletnich, które będą promować i zachęcać potencjalnych użytkowników do wzięcia udziału w projekcie.	Ocena sposobu wykorzystania digitalowych narzędzi promocyjnych, sposobu motywacji użytkownika do rejestracji na platformie online. Oraz pozostałe opisane w zadaniu	
c)	Intranet	Koncepcja i plan komunikacji wewnętrznej do 1400 pracowników w Centrali w Warszawie	Ocena atrakcyjności, innowacyjności i oryginalności pomysłów oraz pozostałe opisane w zadaniu	

- 12.4. Liczba punktów uzyskanych w ramach kryteriów P, C oraz K zostanie zsumowana i suma ta stanowić będzie końcową ocenę danej Oferty.
- 12.5. Zamawiający wybierze maksymalnie pięciu Wykonawców, którzy złożą najkorzystniejsze Oferty, tj. uzyskają najwyższą ocenę Ofert (największą liczbę punktów) zgodnie z kryteriami oceny ofert przyjętymi w niniejszym 12 punkcie (wybierani Wykonawcy), z uwzględnieniem punktu 14 w Załączniku nr 5 .
- 12.6. W przypadku, gdy Zamawiający nie może dokonać wyboru zgodnie z zasadami określonymi w punkcie 12.5 z uwagi na to, że więcej Ofert uzyskało taką samą końcową ocenę Oferty (tj. sumę punktów za wszystkie kryteria), Zamawiający dokona wyboru Oferty/Ofert Wykonawcy/ Wykonawców z wyższą sumą punktów za kryteria cenowe, tj. za kryterium Px i C. W przypadku zaś, gdy w dalszym ciągu nie można dokonać wyboru z uwzględnieniem warunków określonych w poprzednim zdaniu, ze względu na to, że więcej Ofert uzyskało taką samą liczbę punktów za kryteria cenowe, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te Oferty do złożenia ofert dodatkowych, zawierających jedynie zmianę wysokości stawki % Prowizji, Wyceny i ceny za Zadanie Przetargowe. Wykonawcy, składając Oferty dodatkowe nie mogą zaoferować cen/stawki % Prowizji wyższych niż zaoferowane w złożonych pierwotnie Ofertach.
- 12.7. Informacje o dokonanych ocenach nie są udostępniane.

13. ZABEZPIECZENIE NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY I ZLECEŃ

- 13.1 **Agencja tytułem zabezpieczenia należytego wykonania Umowy i Zleceń, wniesie, w terminie do 7 (słownie: siedmiu) Dni Roboczych od dnia podpisania Umowy, zabezpieczenie należytego wykonania Umowy i Zleceń w wysokości 20.000 zł (słownie: dwadzieścia tysięcy złotych). Zabezpieczenie będzie ważne przez 13 m-cy od dnia podpisania Umowy. W przypadku przedłużenia Umowy o 4.2. powyżej zabezpieczenie należytego wykonania Umowy i Zleceń, będzie ważne na okres przedłużenia.**
- 13.2 Zabezpieczenie należytego wykonania Umowy może być wniesione:
- w pieniądzu - na rachunek bankowy Zamawiającego w Banku PKO BP S.A. Warszawa o numerze: 48 1020 1042 0000 8902 0014 8270, albo
 - w formie gwarancji bankowej albo ubezpieczeniowej, stosownie do wymogów określonych w Umowie.
- 13.3 Szczegółowe informacje dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania Umowy i Zleceń zawarte są w §12 Umowy.

14. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH.

- Informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych przez Zamawiającego stanowią Zał. nr 7.
- Wykonawca zobowiązany jest przedstawić w imieniu Zamawiającego, w stosunku do wszystkich osób, których dane osobowe przekazał w związku z Ofertą oraz w przypadku wyboru Wykonawcy na podstawie umowy, obowiązek informacyjny stanowiący Załącznik nr 7, jednocześnie wskazując siebie jako źródło pochodzenia danych osobowych oraz poinformować o zakresie przekazanych danych do Zamawiającego.

15. WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW:

- Załącznik nr 1 – Formularz Oferty;
Załącznik nr 2A – Brief (oraz kosztorys);
Załącznik nr 2B - Scenariusz i wymogi eventu wraz ze wzorem Kosztorysu (oraz kosztorys);
Załącznik nr 3 - Wzór Umowy;
Załącznik nr 4 A - Wykaz zorganizowanych eventów;
Załącznik nr 4 B - Wykaz osób dedykowanych do obsługi Zamawiającego;
Załącznik nr 5 - Istotne informacje o postępowaniu;
Załącznik nr 6 - Oświadczenie Wykonawcy dotyczące wyrażenia zgody na przetwarzanie danych osobowych (dobrowolne);
Załącznik nr 7 - Klauzula dotycząca przetwarzania danych osobowych przez Zamawiającego.
Załącznik nr 8 - Oświadczenia członków konsorcjum.

4. Warunki zawarte w Zaproszeniu zostały przez nas zaakceptowane i zobowiązujemy się w przypadku wybrania naszej Oferty do zawarcia i realizacji Umowy;
5. W okresie realizacji Umowy wynagrodzenie z tytułu Prowizji będzie określone z uwzględnieniem maksymalnej stawki wskazanej w Formularzu Oferty, a stawka ta nie będzie podlegać podwyższeniu w okresie obowiązywania Umowy;
6. Jesteśmy uprawnieni do występowania w obrocie prawnym, zgodnie z wymogami ustawowymi i posiadamy/posiadamy uprawnienia do wykonywania działalności obejmującej Przedmiot Zamówienia;
7. Nie wszczęto wobec nas postępowania likwidacyjnego, upadłościowego, ani też nie ogłoszono upadłości;
8. Posiadamy/posiadamy* niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponujemy/dysponujemy* potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania Przedmiotu Zamówienia;
9. Znajdujemy/my się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie Przedmiotu Zamówienia;
10. Zapoznałem/zapoznaliśmy* się z treścią Umowy określoną w Załączniku nr 3 do Specyfikacji i wyrażam/y zgodę na zawarcie Umowy ramowej w brzmieniu zgodnym z określonymi w niej warunkami bez zastrzeżeń;
11. **Wyrażam/ nie wyrażam* zgody na stosowanie płatności przy zastosowaniu podziału płatności wg mechanizmu split paymentu (w przypadku braku wyboru Wykonawcy, Zamawiający przyjmie płatność split payment);**
12. Dane zawarte w złożonym odpisie z Krajowego Rejestru Sądowego/ wyciągu z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej /* oraz pełnomocnictwie/ pełnomocnictwach* są aktualne na dzień składania Oferty;
13. W załączeniu przedkładamy:
 - a) aktualny odpis z właściwego rejestru (KRS/CEIDG*);
 - b) pełnomocnictwo/ pełnomocnictwa*;
 - c) Wykaz zorganizowanych eventów - zgodnie z Załącznikiem nr 4A;
 - d) Wykaz osób dedykowanych do Zespołu do obsługi Zamawiającego – zgodnie z Zał. nr 4B;
 - e) zaświadczenie /oświadczenie Wykonawcy o terminowym realizowaniu zobowiązań publicznoprawnych wobec właściwych organów podatkowych*;
 - f) zaświadczenie / oświadczenie Wykonawcy o terminowym realizowaniu zobowiązań Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*;
 - g) parafowany wzór Umowy;
 - h) Koncepcję Kreatywną (patrz pkt. 10.12. zaproszenia) dla Zadania Przetargowego zawartego w Briefie (w Załączniku nr 2A) wraz z Kosztorysem według wzoru określonego w Briefie, uszczegółowiającym zaproponowaną cenę za jego realizację zgodnie z przedstawioną Koncepcją;
 - i) kosztorys do Wyceny eventu zgodny z wzorem w Załączniku nr 2;
 - j) nośnik z prezentacją zrealizowanych dwóch wybranych eventów;
 - k) Załącznik nr 6 - oświadczenie Wykonawcy dotyczące wyrażenia zgody na przetwarzanie danych osobowych (dobrowolne)* (nieobligatoryjne)
 - l) Załącznik nr 7 - Klauzulę dotyczącą przetwarzania danych osobowych przez Zamawiającego.

.....
podpis osoby/ osób upoważnionych, pieczęcie*

**niepotrzebne skreślić*

Załącznik nr 2 A do zaproszenia

BRIEF ZADANIE NR 1

CYKL WYDARZEŃ PROMOCYJNO WIZERUNKOWYCH MARKI LOTTO i TS, Z WYKORZYSTANIEM PROJEKTÓW PARTNERSKICH Z OBSZARU KULTURY, NA KANWIE KOMUNIKACJI OBCHODÓW 70-LECIA TOTALIZATORA SPORTOWEGO I WAŻNYCH WYDARZEŃ KULTURALNYCH W 2025 ROKU

A - TŁO MARKETINGOWE DLA ZADANIA

Totalizator Sportowy, właściciel marki LOTTO, działa nieprzerwanie od blisko 70 lat. Dysponuje siecią ponad 27 400 punktów sprzedaży (własnych i agencyjnych), które oferują szeroki wachlarz produktów loteryjnych.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, od grudnia 2018 r. Totalizator Sportowy prowadzi także **sprzedaż produktów online** (obszar e-commerce). Spółka dokonała w ostatnich latach, największych zmian technologicznych i biznesowych w swojej historii, które wcześniej ze względu na obowiązujące w Polsce prawo nie mogły zostać zrealizowane.

Z okazji jubileuszu – 70 lecia Totalizatora Sportowego przypadającego w 2025 roku, dbając o wizerunek, oraz mając na uwadze doskonałą okazję do przedstawienia historii firmy, Spółka planuje szeroką komunikację tego faktu (więcej szczegółów poniżej w opisie ważnych wydarzeń 2025 roku).

Totalizator Sportowy jest znaczącą marką w kraju zaadresowaną do szerokiego grona konsumentów z różnych grup wiekowych. Poziom ich świadomości cyfrowej jest zróżnicowany, dlatego planując działania należy uwzględnić adekwatne formy komunikacji (w języku polskim). Celem jest między innymi odmłodzenie grupy docelowej (18+). Krótka charakterystyka grupy docelowej to:

Demografia:

- Kobiety i mężczyźni, z przewagą tych ostatnich jako częściej korzystających z rozrywki przez Internet.
- Wiek **18-64+** (wszelkie działania promocyjne i komunikacyjne należy dostosować do grupy 18+).
- Mieszkańcy miast (średnich i dużych).
- Zarabiający nieco powyżej średniej krajowej.
- Wykształcenie zawodowe, średnie i wyższe.






Psychografia:

- Osoby z marzeniami i wiarą, że mogą je spełnić, mając ku temu okazje („łowcy okazji”).
- Osoby, które wierzą w możliwość zmiany w życiu – nie chodzi o przewrót, lecz o możliwość realizacji planów i marzeń, jeśli tylko okoliczności i los będą sprzyjające.
- Użytkownicy Internetu – zarówno osoby pracujące w Internecie ja i traktujący sieć jako źródło rozrywki.
- Gracze w gry LOTTO, szczególnie młodszy, którzy chętnie skorzystają z możliwości zagrania „bez wychodzenia z domu” i są podatni na przeniesienie codziennych czynności typu zakupy, z kanału tradycyjnego do online.
- Osoby otwarte na nowości i ułatwienia technologiczne, ceniące produkty i marki, które się unowocześniają, rozwijają i odpowiadają na potrzeby klientów.
- Osoby traktujące Internet jako źródło rozrywki, zatem uczestnicy i klienci marek oferujących gry w Internecie.
- Świadomi użytkownicy Internetu, dla których ważne jest bezpieczeństwo transakcji i wiarygodność (marki).

Drugorzędne grupy docelowe komunikacji to osoby niegrające w LOTTO, ale nie odrzucające gry w przyszłości, grający sporadycznie lub wyłącznie przy okazji dużych kumulacji, także młodzi ludzie (18+) którzy jeszcze nie spróbowali gry w LOTTO.

Komunikacja nie powinna dystansować niegrających.

SEGMENTACJA GRACZY GIER I ROZRYWEK O PIENIĄDZE

	 PRO-GRACZE	 OLD-SCHOOL	 ŁOWCY OKAZJI	 OSTROŻNI	 ZAANGAŻOWANI
% graczy	33%	27%	18%	16%	7%
W co grają? Z jakich rozrywek o pieniądze korzystają?	relatywnie często gry wymagające umiejętności, np. bukmacherka, relatywnie rzadko LOTTO	głównie LOTTO, czasem loterie promocyjne	prawie wszyscy: LOTTO i loterie promocyjne, relatywnie często konkursy SMS, bukmacherka, automaty	prawie wyłącznie LOTTO	we wszystko
W jakie gry LOTTO grają częściej od innych?	żadne	Lotto, Zdrapki	wszystkie	Lotto, Zdrapki, Multi Multi	wszystkie
Czego szukają w grach i rozrywkach o pieniądze (bardziej niż inni)?	premiowania zaawansowanych graczy	prostość, bezpieczeństwa, wygranych	emocji, szybkich korzyści, lubią zarówno stare, jak i nowe gry, zarówno wymagające szczęścia, jak i kompetencji	wszystkiego (prostość, bezpieczeństwa, nagród, emocji, nowości), ale nie premiowania graczy zaawansowanych	nowoczesności, nowości, premiowania graczy zaawansowanych
Co myślą, czego chcą, jacy są?	chcą sukcesu i silnych wrażeń, godzą się na ryzyko, nie wierzą w szczęśliwe trafy	stające spokojne, niechętnie podejmowaniu ryzyka, nastawione bardziej na oszczędzanie niż konsumpcję	chcą mieć więcej pieniędzy, by zaoszczędzić na przyszłość, ale zdarza im się też zaszaleć na zakupach	przekonanie o znaczeniu ciężkiej pracy i wytrwałości łączą z silną wiarą w szczęście i przyjemność płynącą z konsumpcji	lubią silne wrażenia, gotowi na podejmowanie ryzyka, nie lubią rutyny, bywają gadżeciarzami
Na co przeznaczają wygraną (częściej niż inni)?	coś luksusowego lub odważną inwestycję	zabezpieczenie na przyszłość, pomoc innym	bieżące wydatki (np. spłaty długów) lub podniesienie jakości życia	przyjemności	bieżące wydatki (np. spłaty długów) lub podniesienie jakości życia
Kim są?	mężczyźni, często 18-34 lat	kobiety, zwykle 55+ lat	niewiele częściej kobiety, często 45-54 lat	niewiele częściej kobiety, często 35-44 lat	mężczyźni, zwykle 25-44 lat

B - DEFINICJE

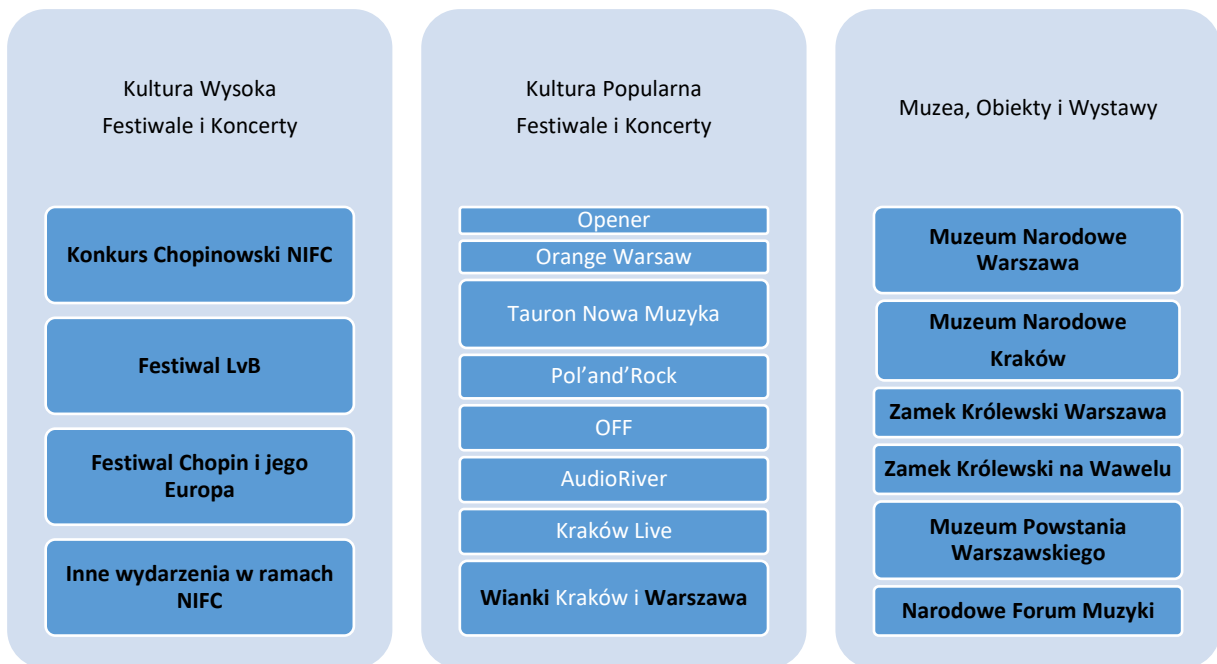
- **Partnerstwa i Sponsoring:**

Klasyczna działalność partnerska i sponsoringowa Totalizatora Sportowego skoncentrowana jest na sporcie i kulturze. Kluczowymi partnerstwami z obszaru kultury są m.in. współpraca z NIFC, Muzeum Narodowym w Warszawie i Krakowie, partnerstwo ze Stowarzyszeniem Ludwiga van Beethovena w ramach Wielkanocnego Festiwalu LvB. Obecnie Spółka nie prowadzi żadnego projektu sponsoringowego (jedynie partnerskie), wszelka aktywność realizowana jest w formie partnerstw.

• **Wspieranie Sportu i Kultury**

Totalizator Sportowy na mocy ustawy o grach hazardowych jest jedynym podmiotem na polskim rynku, którego działalność wiąże się z koniecznością odprowadzania wpływów z dopłat na powołane w tym celu fundusze celowe, z naciskiem na sport i kulturę (szczegółowe informacje na temat zakresu wsparcia infrastruktury i obiektów dostępne są na : [Mapa dofinansowań | Totalizator Sportowy](#) oraz na temat zakresu wsparcia kultury: [Wsparcie kultury | Totalizator Sportowy](#)). Poza wsparciem pośrednim poprzez te fundusze, Totalizator angażuje dodatkowe środki, realizując wiele projektów z obszaru sportu, kultury masowej, wysokiej i społecznej zarówno o charakterze ogólnopolskim jak i lokalnym. Dobór poszczególnych projektów zależy również od możliwości przeprowadzenia ambientowych działań około projektowych, które wpływają na decyzję zakupową oraz budują pozytywny wizerunek wśród obecnych Klientów oraz pozwalają pozyskać nowych. Wśród wielu projektów partnerskich wspierających kulturę w Polsce należy wymienić te najważniejsze w które marka LOTTO jest zaangażowana:

Kultura: Wydarzenia w 2025 których TS **jest** partnerem (czarna czcionka) oraz te które wg. nas mają potencjał przyszłej współpracy (biała czcionka).



C - WAŻNE WYDARZENIA W 2025 ROKU KTÓRYCH SPÓŁKA JEST PARTNEREM

1.	Obchody 70 lecia Totalizatora Sportowego	Spółka chce wykorzystać narzędzia ambientowe jako elementy komunikacji obchodów 70-lecia Spółki w 2025 roku. Te niestandardowe działania (których częścią ma być również realizacja niniejszego briefu) mają za zadanie znacząco i długofalowo wzmocnić wizerunek, przedstawić historię i rozwój Spółki jak również podkreślić wpływ naszej działalności na rozwój sportu i kultury. Chcemy aby obchody 70-lecia były wplecione w serię wydarzeń przedstawiających nie tylko długą historię Spółki ale także znacząco podkreślają jej nowoczesność. Plan komunikacji obchodów wraz z jego linią kreatywną jest w trakcie tworzenia (przez agencje ATL) a przedmiot niniejszego briefu jest jednym z planowanych elementów marketing mixu. Zależy nam aby osiągnąć pełną spójność i synchronizację komunikacji zarówno w czasie, w obszarze „Big Idea” jak i w zakresie linii kreatywnej.
2.	Festiwal Ludwiga van Beethovena	W dniach 6-18 kwietnia 2025 r. odbędzie się w Warszawie 29. Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena. Honorowy patronat nad projektem przyjął Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej. Wszystkie wydarzenia w ramach tego projektu realizowane są we współpracy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Dyrektor generalną wszystkich projektów jest Elżbieta Penderecka, a festiwale promować będą, m.in. Telewizja Polska, Polskie Radio oraz Polska Agencja Prasowa. 29. edycja Festiwalu będzie dwunastą z rzędu, której Partnerem Głównym jest LOTTO. Festiwal Beethovena jest znaczącym wydarzeniem w przestrzeni kulturalnej. Znanym i cenionym przez melomanów, przyciągającym światowe sławy. Cieszy się renomą i uznaniem znawców muzyki poważnej w Polsce i za granicą.
3.	Festiwal Chopin i jego Europa	Festiwal co roku gromadzi w Warszawie wielotysięczną publiczność, w tym melomanów z kraju i zagranicy, a wiele koncertów jest transmitowanych na antenie Programu 2 Polskiego Radia i on-line. Organizowany przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina (opisany poniżej) Międzynarodowy Festiwal Muzyczny „Chopin i jego Europa” przygląda się twórczości Chopina przez arcydzieła twórców zafascynowanych jego muzyką, tych, którzy stanowili dla niego źródło inspiracji, oraz tych jemu współczesnych, a zwłaszcza bliskich przyjaciół –polskich kompozytorów, jak np.: Ignacy Feliks Dobrzyński, Józef Nowakowski, Julian Fontana, Józef Krogulski. Spółka już od wielu lat jest partnerem tego wydarzenia.
4.	NIFC	Narodowy Instytut Fryderyka Chopina jest największym centrum Chopinowskim na świecie, które w pełni i wszechstronnie promuje, chroni, bada i upowszechnia dziedzictwo Fryderyka Chopina. Instytut zajmuje się m.in. badaniami naukowymi oraz popularyzacją wiedzy o Fryderyku Chopinie i

		jego muzyce, publikacjami, organizowaniem koncertów, konferencji, kursów, współdziała z instytucjami i organizacjami Chopinowskimi na całym świecie. Chopin – to silna polska marka, rozpoznawalna na całym świecie i jedna z najatrakcyjniejszych wizytówek Polski. Postać Fryderyka Chopina wykracza poza rolę kompozytora i pianisty, jest symbolem tożsamości narodowej i najważniejszych elementów kultury. To symbol geniuszu, atrybut perfekcji i kwintesencja polskości. Poprzez wsparcie Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina, Totalizator Sportowy przede wszystkim zwiększa swoją widoczność, poprzez zaangażowanie się w działalność związaną z finansowaniem kultury, co przyciąga uwagę osób zainteresowanych twórczością Fryderyka Chopina. Zaangażowanie Totalizatora Sportowego w wydarzenia organizowane przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina, stanowią doskonałą okazję do promocji wizerunku marki, zarówno w ujęciu ogólnopolskim jak i globalnym.
5.	Konkurs Chopinowski	XIX Konkurs Chopinowski w Warszawie będzie najważniejszym wydarzeniem muzycznym w Polsce w 2025 roku i jednym z najważniejszych wydarzeń muzycznych na świecie. Obok olbrzymiej roli jaką pełni w popularyzacji muzyki Chopina, odkrywa największe talenty pianistyczne, zapewniając młodym muzykom najsukcesywniejszy start w międzynarodowej karierze. Jest źródłem wielokulturowej polaryzacji, którą świat obserwuje w różnorodnych interpretacjach muzyki genialnego kompozytora. Obecność marki LOTTO jako partnera Konkursu, w sposób bardzo dopasowany buduje wizerunek Spółki jako największego mecenasa kultury.

SKRÓCONY OPIS ZADANIA

Zadanie przetargowe polega na:

- 1- Zaproponowaniu koncepcji kreatywno-wykonawczej spójnego cyklu 8 powtarzalnych akcji promocyjnych (stref) o charakterze wizerunkowo sprzedażowym (dalej „projekt”), dostosowanych do charakteru każdego wydarzenia, spajającego wybrane i rekomendowane do aktywacji przez Agencję najważniejsze projekty w obszarze kultury w roku 2025 w Polsce, w tym także projekty partnerskie Totalizatora Sportowego z tego obszaru. Podkreślenie 70-lecia istnienia Spółki.
- 2- Ustanowienie standardu obsługi i aktywacji projektów z obszaru kultury wysokiej i masowej
- 3- Zaproponowanie koncepcji komunikacji projektów z obszaru kultury

Opis szczegółowy zadania:

Projekt powinien opierać się i integrować komunikacyjnie większość ważnych projektów z obszaru kultury w które Spółka TS jest zaangażowana (opisanych powyżej w punkcie B), z uwzględnieniem komunikacji obchodów 70-lecia Totalizatora Sportowego i wybranych najważniejszych wydarzeń kulturalnych 2025 roku (opisanych powyżej). Prosimy także o rekomendację obszarów kultury w które Spółka powinna się zaangażować dodatkowo (zbiór ważnych projektów kulturalnych wymieniony w punkcie B nie jest zamknięty) Projekt polegać ma na **cyklu wydarzeń** (np. typu roadshow - o charakterze odtwarzalnych **stref** organizowanych w wybranych lokalizacjach wydarzeń w całej Polsce) w okresie od lipca do końca grudnia 2025 roku .

Celem przewodnim Projektu byłaby budowa wizerunku największego mecenasa kultury wyrażona w postaci aktywacji typu roadshow (organizowanych przy wybranych wydarzeniach kulturalnych w Polsce) ze szczególnym uwzględnieniem w komunikacji i całym projekcie **obchodów 70-lecia Totalizatora Sportowego**. (Obchody 70-lecia będą też tematem kampanii wizerunkowej w 2025 roku (w przygotowaniu przez agencje ATL – nie jest to jednak element niniejszego briefu, niemniej wskazana będzie spójność idei i kreacji na dalszym etapie). Nie posiadamy na tym etapie żadnych projektów graficznych planowanej przyszłej komunikacji nawiązujących do tematu briefu.

Cele projektu to : Wizerunkowe i Sprzedażowe:

- Podkreślenie zaangażowania TS z marką LOTTO we wspieraniu kultury w Polsce, wzmocnienie wizerunku marki LOTTO jako „największego” mecenasa kultury
- Wykorzystanie projektów partnerskich LOTTO na kanwie ważnych wydarzeń kulturalnych planowanych w 2025 roku – wymienionych w (ale nie ograniczających się do) tabeli powyżej
- Wykorzystanie Ambasadorów marki LOTTO (prześliśmy listę ambasadorów na żądanie)
- Pokazanie 70-letniej historii Totalizatora
- Promocja sprzedaży wybranych produktów Spółki
- Ujednolicenie standardu aktywacji i brandingu wydarzeń kultury wyższej i masowej

CELEM DLA AGENCJI JEST PRZEDSTAWIENIE KONCEPCJI:

CZEŚĆ I.

1. **Pomysł i Mechanika.** Przedstawienie pomysłu mechaniki eventowej integrującej wszystkie elementy wskazane w opisie zadania a szczególnie w punktach B i C powyżej. Projekt powinien funkcjonować przy wybranych istniejących dużych wydarzeniach kultury wysokiej i popularnej w Polsce. Głównym, ale nie jedynym motywatorem uczestnictwa powinny być nagrody (gadżety). Prosimy o zaproponowanie mechanizmu promocyjnego wiążącego zakup produktów LOTTO z zaangażowaniem uczestnika w strefach promocyjnych przy wydarzeniach.
2. **Strefy promocji:** to będą realne strefy działające od lipca 2025 do końca roku 2025, w określonych lokalizacjach przy wydarzeniach kulturalnych w Polsce. Prosimy o wybór i rekomendację konkretnych **8 wydarzeń w dwóch wariantach:**
 - a. **Outdoor:** w lokalizacjach na przestrzeni otwartej, (np. podczas koncertów i festiwali masowych - **4 lokalizacje**),
 - b. **Indoor:** w budynku tam gdzie to wymusza charakter wydarzenia (np. wydarzenia kultury wysokiej – **4 lokalizacje**)

Koszt, oraz sprawy formalne czyli między innymi, wynajęcie miejsca pod strefę od organizatora lub właściciela lokalizacji będą leżały po stronie Agencji w przypadku zlecenia ich realizacji w ramach budżetu tego briefu. Zakładamy do celów kosztorysowania jak wspomniano wyżej 8 wydarzeń (stref promocji), przeciętna strefa będzie czynna przed i podczas trwania wydarzenia) (godziny mogą być modyfikowane, ale także do celów kosztorysowania muszą obejmować **5 godzin pracy dziennie**), w okresie trwania wydarzenia. Zakładamy, że strefy promocji będą jednostkami odtwarzalnymi w kolejnych lokalizacjach i będą świetnie dostosowane do charakteru wydarzenia. Mogą to być zestawy mobilne (do wydarzeń na zewnątrz np. podczas popularnych wydarzeń muzycznych) a wybrane elementy będą umożliwiać także ich wykorzystanie w przestrzeni zamkniętej (np. we foyer Sali w której się

odbywa wydarzenie.) Chcielibyśmy ustanowić powtarzalne standardy obsługi tych wydarzeń, (branding, aktywności, estetyka i design użytych elementów) odzwierciedlające potrzeby i cechy naszych grup docelowych.

Prosimy o:

- o **projekt z wizualizacją i planem przestrzennym strefy.**
 - o Powierzchnia do wykorzystania na budowę strefy wydarzenia **outdoorowego** to ok. 200m². W każdej strefie zewnętrznej (w ramach sugerowanej powierzchni) powinna być także zaplanowana lokalizacja kolektury mobilnej. Powierzchnia niezbędna do prowadzenia punktu sprzedaży (kolektury mobilnej) to 3x3m. Sprzęt sprzedażowy do kolektury mobilnej strefy (terminal oraz podajnik do Zdrapek) obsługa (kolektor) są zapewniane przez TS. Agencja powinna zaprojektować także stoisko sprzedażowe (kolekturę mobilną) obejmujące: ladę / kontuar z półkami do przechowywania kuponów oraz dwa krzesła dla sprzedawców a także wysłone / przepierzenie dla mini zaplecza sprzedawcy, stojak do podwieszenia ekranu (ekran po stronie TS).
 - o Powierzchnia do wykorzystania w ramach wydarzenia **indoorowego** zależna będzie od lokalizacji. Prosimy o koncepcje kreatywne maksymalnie dostosowane do charakteru wydarzenia, w którym nie zawsze da się zainstalować kolekturę, niemniej pozostałe aktywności muszą być zaplanowane i to adekwatnie do charakteru wydarzenia.
- o **opracowanie scenariusza działań i atrakcji** w Strefach Promocji z uwzględnieniem mechanizmów promocji wiążącymi zakup produktów LOTTO w Internecie lub kolekturze mobilnej z nagrodą i aktywnością uczestnika. Koncepcja powinna zawierać propozycje atrakcji związane z kulturą wg. wydarzeń wymienionych w punktach B i C powyżej. Prosimy także o **propozycje kontekstowej interakcji z otoczeniem (uczestnikami)** przed wejściem do Strefy Promocji (np.: zachęcanie do udziału, rejestracji konta, gry miejskie, mini - konkursy etc.) Działania opisane w niniejszym briefie muszą być skierowane jedynie do osób w wieku 18+ w czasie trwania Projektu w danej lokalizacji przez cały czas jego trwania.

Uwaga: Wstęp na wydarzenia strefy promocji może (ale nie musi) odbywać się poprzez wcześniejszą rejestrację na platformie Internetowej lub instalację i rejestrację dedykowanej aplikacji LOTTO na telefonie. Możliwa będzie także rejestracja przed strefą promocji, dzięki czemu uczestnik może otrzymać jakąś drobną nagrodę.

3. Upominki i Gadżety. Prosimy o przedstawienie propozycji symbolicznych gadżetów i bardziej wartościowych upominków od LOTTO (asortyment 5 różnych upominków o wartości od 10 zł do 200 zł jako dodatkowych motywatorów dla uczestników), przy zakupie produktu przez Internet lub fizycznie, tak aby motywować do udziału w promocji. Drabinka nagród może być modyfikowana wg. potrzeb koncepcji zaproponowanej przez Agencję.

Koncepcja i produkcja nagród i gadżetów, leży po stronie agencji w ramach budżetu. Należy zapewnić pełen asortyment proponowanych gadżetów i upominków przez cały czas trwania promocji. TS nie przesądza o ich ilościach pozostawiając decyzję Agencji która powinna dostosować ją do swojej koncepcji i zaproponowanych mechanizmów promocyjnych.

CZĘŚĆ II.

5. Komunikacja Projektu. Prosimy o przedstawienie koncepcji wielokanałowej promocji marki LOTTO i hasła „Gramy dla kultury” w kontekście Projektu ze szczególnym naciskiem na kontekst 8 (ośmiu) wybranych przez agencję ważnych wydarzeń 2025 i partnerstw LOTTO (punkty B i C). Zależy nam na nieszablonowej promocji kanałów sprzedaży przez Internet (zakup mediów i produkcja mediowa leży po stronie klienta (TS) i nie jest zawarty w budżecie projektu). Prosimy jedynie o propozycję linii kreatywnej i KV komunikacji.

ATL:

a) BTL

- o Propozycja planu komunikacji zakładającego niestandardowe sposoby zapraszania do Stref Promocji przy wydarzeniach.
- o POS/POP: Propozycję kompleksowej komunikacji w punktach sprzedaży LOTTO w okresie od lipca do końca roku 2025. Propozycje materiałów POS do wszystkich kolektur zachęcających do wzięcia udziału w promocji i uczestniczenia w projekcie (standy, rollupy, ulotki, ekrany TV, plakaty itp.). Materiały mają zachęcać do kupowania produktów a także do rejestrowania kont w internecie na www.gry.lotto.pl. Produkcja po stronie TS

b) Internet:

- o Propozycja planu wypromowania projektu w Internecie poprzez między innymi zaangażowanie, uczestnictwo i promocję doświadczania marki (z użyciem narzędzi tworzących platformę komunikacyjną on line tzn. np. dedykowanego landing page'a, istniejącego fanpage'a, wydarzeń na istniejącym profilu FB, Instagramie, X i innych.
- o Opracowanie koncepcji działań w Social Media skierowanych do osób pełnoletnich które będą promować i zachęcać potencjalnych użytkowników do wzięcia udziału w projekcie.
- o Prosimy o rekomendację promocji contentu oraz sposobu motywacji użytkownika do rejestracji poprzez mechanizmy komercyjne.
- o Propozycje mechanizmów lojalizujących (utrzymujących) klientów (np. rejestracja i dalsze czynne zaangażowanie)

c) Intranet:

- o Komunikacja wewnętrzna dla pracowników TS w postaci konkursów z drobnymi nagrodami takimi jak bilety na wydarzenie (propozycje gadżetów).

Podsumowanie zadań dla agencji wraz z ich punktacją (max. 40)

	Zadanie	Czego konkretnie oczekujemy	Kryteria oceny	Punktacja
CZĘŚĆ I.				
1	Pomysł mechaniki	Format, mechanizm motywujący i zachęcający do udziału w kontekście zakupu produktów LOTTO.	<ul style="list-style-type: none">• Zgodność z briefem.• Ocena atrakcyjności pomysłu i mechanizmu integracyjnego	max. 10

	eventowej Promocji integrującej wszystkie elementy wskazane w opisie zadania	Czas startu promocji to lipiec 2025 a zakończenia koniec grudnia 2025	(motywator, spójność, łatwość zrozumienia idei, mechanizm zwiększający sprzedaż). • Integracja z obchodami 70-lecia Spółki	
2	Strefy Promocji Outdoor	Czas trwania, ilość, częstotliwość, zostały opisane wcześniej. Prosimy o: • Propozycje konkretnych lokalizacji przy rekomendowanych przez Państwa wydarzeniach. • Zaproponowanie form aktywności i animacji strefy. • Wizualizację strefy. • Wstępny i orientacyjny koszt realizacji 4 jednodniowych wydarzeń w 4 lokalizacjach Polski (jeśli wydarzenie trwa dłużej niż 1 dzień to kalkulacja powinna uwzględniać taką opcję ale podstawowym okresem realizacji który ułatwi nam porównanie ofert jest 1 dzień)	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem • Ocena planów i aranżacji stref oraz elementów scenografii i widoczności brandingów. • Ocena scenariusza aktywności i atrakcji w strefie (ambientu) ze szczególnym uwzględnieniem dopasowania działań do charakteru wydarzenia. • Ocena wyboru i ocena uzasadnienia wyboru samego wydarzenia. • Ocena spójności działań eventowych z propozycjami komunikacji (część II poniżej) • Lokalizacja stref promocji będzie oceniona pod względem atrakcyjności ekspozycyjnej przestrzeni na wydarzeniu w danym venue oraz traffic'u uczestników) • Sam projekt strefy będzie oceniany pod kątem estetycznym, brandingowym oraz potencjału mobilności i odtwarzalności strefy w nowej lokalizacji. • Oceniany będzie także potencjał utworzenia z danego projektu standardu realizacji podobnych aktywacji na innych wydarzeniach 	max. 10
3	Strefy Promocji Indoor	Czas trwania, ilość, częstotliwość, zostały opisane wcześniej. Prosimy o: • Propozycje konkretnych lokalizacji przy rekomendowanych przez Państwa wydarzeniach. • Zaproponowanie form aktywności i animacji strefy. • Wizualizację strefy. • Wstępny i orientacyjny koszt realizacji 4 jednodniowych wydarzeń w 4 lokalizacjach Polski (jeśli wydarzenie trwa dłużej niż 1 dzień to kalkulacja powinna uwzględniać taką opcję ale podstawowym okresem realizacji który ułatwi nam porównanie ofert jest 1 dzień)	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem • Ocena planów i aranżacji stref oraz elementów scenografii i widoczności brandingów. • Ocena scenariusza aktywności i atrakcji w strefie (ambientu) ze szczególnym uwzględnieniem dopasowania działań do charakteru wydarzenia. • Ocena wyboru i ocena uzasadnienia wyboru samego wydarzenia. • Ocena spójności działań eventowych z propozycjami komunikacji (część II poniżej) • Lokalizacja stref promocji będzie oceniona pod względem atrakcyjności ekspozycyjnej przestrzeni na wydarzeniu w danym venue oraz traffic'u uczestników) • Sam projekt strefy będzie oceniany pod kątem estetycznym, brandingowym oraz potencjału mobilności i odtwarzalności strefy w nowej lokalizacji. • Oceniany będzie także potencjał utworzenia z danego projektu standardu realizacji podobnych aktywacji na innych wydarzeniach 	max. 10
4	Upominki i Gadżety (koncepcja i produkcja)	Konkretne propozycje gadżetów – propozycja „drabinki” 5 gadżetów i nagród (w cenie od 10 do 200 zł) motywująca do udziału w promocji na każdym jej etapie. Koszt do ujęcia w kosztorysie w ramach budżetu	<ul style="list-style-type: none"> • Zgodność z briefem. • Ocena atrakcyjności, innowacyjności i oryginalności pomysłów • Ocena spójności z charakterem wydarzenia 	max. 5
CZĘŚĆ II.				
5	Komunikacja projektu	Konceptcja bez kosztu zakupu mediów i produkcji BTL	Mile widziane przykłady egzekucji kreatywnych	max. 5
a)	BTL	POS/POP – propozycje komunikacji w kolekturach Lotto	Zgodność z briefem	

			Ocena spójności z ogólną koncepcją promocji ocena pomysłów i kreacji
b)	Internet	Komunikacja w Internecie wykorzystująca obecnie dostępne formy promocji w digitalu (w tym komercyjne). Propozycje mechanizmów lokalizujących – pozyskanie leadów, rejestracja. Koncepcja działań w Social Media skierowanych do osób pełnoletnich, które będą promować i zachęcać potencjalnych użytkowników do wzięcia udziału w projekcie.	Ocena sposobu wykorzystania digitalowych narzędzi promocyjnych, sposobu motywacji użytkownika do rejestracji na platformie online. Ocena koncepcji komunikacji w SoMe (generowanie zaangażowania, potencjał viralowy)
c)	Intranet	Koncepcja i plan komunikacji wewnętrznej do 1400 pracowników w Centrali w Warszawie (3 lokalizacje Targowa 25, Kijowska 1, i Tor Służewiec. Jeden koncept dla wszystkich w tym propozycja drobnych nagród. Komunikacja intranetowa w Spółce jest obecnie oparta na platformie Sharepoint 2013 v. Standard. (nie możemy udostępnić podglądu strony)	Ocena atrakcyjności, innowacyjności i oryginalności pomysłów

ZADANIEM AGENCJI NIE JEST:

- Nie jest: Koncepcja kampanii ATL
- Nie jest: Realizacja i wycena całej kampanii BTL (poza koncepcją i propozycją KV dla BTL)
- Nie jest: Zakup Mediów: BTL Internet
- Nie jest: Kreacja nowych lub modyfikacja istniejących produktów LOTTO
- Nie jest: Sprzedaż produktów LOTTO

ELEMENTY OBOWIĄZKOWE DO WYKORZYSTANIA W KONCEPCJI REALIZACJI ZADANIA:

- Logo LOTTO i/lub logo produktów z portfolio LOTTO
- Wykorzystanie projektów i wydarzeń wskazanych w punktach B i C briefu
- Wykorzystanie hasła „Gramy dla kultury” lub innego hasła które będzie obowiązywało w momencie przygotowania oferty (informacja taka będzie dostępna dla oferentów)
- Wykorzystanie sygnatury i KV „70 lat Totalizatora Sportowego” lub innych elementów kampanii obchodów jubileuszu.
- Promocja LOTTO partnera innych podmiotów z dziedziny kultury
- Obsługa stoiska sprzedażowego LOTTO (obsługa kolektury i sprzęt typu terminal po stronie LOTTO).

KOSZTORYS

Prosimy o przygotowanie wspólnego kosztorysu z podziałem na następujące elementy projektu:

	Zadanie	Kosztorys	W ramach budżetu
1	Koncepcja / pomysł mechaniki eventowej promocji	TAK Koncepcja kreatywno-wykonawcza	TAK
2	Koncepcja i realizacja 4 Stref Promocji OUTDOOR	TAK Koncepcja Koszt realizacji stref w 4 lokalizacjach w Polsce kompleksowa realizacja: budowa, aktywności, prowadzenie itp.) w tym koszty najmu lokalizacji	TAK
3	Koncepcja i realizacja 4 Stref Promocji INDOOR	TAK Koncepcja Koszt realizacji stref w 4 lokalizacjach w Polsce kompleksowa realizacja: budowa, aktywności, prowadzenie itp.) w tym koszty najmu lokalizacji	TAK
4	Propozycje i produkcja gadżetów i nagród	TAK Koncepcja Produkcja	TAK
5	Komunikacja projektu	Koncepcja Bez kosztu zakupu mediów i produkcji BTL/Online	TYLKO KOSZTKONCEPCJI, PLANÓW I WIZUALIZACJI
A	ATL	NIE	NIE
B	BTL	Tylko Koncepcja plan i wizualizacja komunikacji (KV)	TYLKO KOSZT KONCEPCJI
C	Internet	Tylko Koncepcja plan i wizualizacja komunikacji (KV)	TYLKO KOSZT KONCEPCJI
D	Intranet	Tylko Koncepcja, plan i wizualizacja komunikacji wewnętrznej do pracowników	TYLKO KOSZT KONCEPCJI

BUDŻET CAŁKOWITY

Całkowity koszt (uwzględniający wynagrodzenie agencji) wszystkich zaproponowanych działań komunikacyjnych i produkcji w ramach niniejszego briefu, zgodnie z oczekiwaną koncepcją **nie może przekroczyć kwoty 3.500.000 zł brutto. Uwaga: Zadanie kosztowe nr 2 przetargu jest objęte odrębnym budżetem. KOSZTORYS do uzupełnienia** dostępny w pliku. xls

Załącznik 2 B do zaproszenia

ZADANIE KOSZTOWE: WYCENA EVENTU

SCENARIUSZ EVENTU: Gala Jubileuszu 70-lecia Totalizatora Sportowego.

Niniejszy dokument opisuje scenariusz Gali, jaką należy wycenić w załączonym szablonie kosztorysu (dostępny w pliku. xls) określającego zakres Zadań Agencji. Niektóre z atrakcji, osoby i wyposażenie zapewnia TS – zostały one wyszczególnione i nie podlegają one wycenie.

Cel: Organizacja Gali Jubileuszu 70-Lecia Totalizatora Sportowego w tym wręczenie nagród i odznaczeń (Nagrody w gestii Totalizatora Sportowego)

Grupa docelowa: Pracownicy TS, członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej TS, goście TS

Miejsce: Warszawa – Tor Wyścigów Konnych - Służewiec

Termin: 25.09.2025 (data może ulec zmianie)

Niektóre z pozycji ujęte w kosztorysie zostały poddane wycenie. Wartości tych pozycji są maksymalnymi i nie podlegają zwiększeniu. Należą do nich wyceny ujęte w pozycji oprawy artystycznej:

OPRAWA ARTYSTYCZNA	
Gwiazda wieczoru-koncert	100 000,00 zł brutto
Zespół Coverowy	40 600,00 zł brutto
ZAiKS	10 150,00 zł brutto
Prowadzący (2 osoby)	29 600,00 zł brutto

KONCEPT WYDARZENIA – Gala 70-lecia Totalizatora Sportowego na 1000 osób. Na terenie Toru Wyścigów Konnych – Służewiec, teren Trybuny II oraz przyległy park (udostępnienie powierzchni po stronie TS). Podczas Gali odbędzie się uroczyste wręczenie nagród (nagrody po stronie TS), Wykonawca musi zapewnić catering oraz oprawę artystyczną i prowadzących. Szczegóły w pozycjach poniżej oraz w kosztorysie:

● **CATERING (1000 osób) stoły bankietowe, po 10 osób przy stołach)**

Open bar z obsługą barmańską (12 osób): wódka stumbras, wino białe i czerwone, campari, martinia, malibu, bacardi rum, gin, tequila, whisky ballantines i J. Walker, napoje bezalkoholowe (woda, soki, napoje gazowane) w godz 21:00-4:00
poczęstunek dla 1000 osób w godzinach 20:00-4:00 w tym czasie dostępne będą:
bufet przekąsek zimnych (15 rodzajów)
zupy (3 rodzaje)
bufet dań gorących (10) w tym 2 dania wegetariańskie, 2 rybne
surówki (5)
sałatki (5)
desery (10)
tort okolicznościowy na 1000 osób
kawa, herbata, soki, woda, napoje gazowane
ciastka przed galą (muffinki w biało-czerwonych papilotkach)
Finger food bufet 1h - przekąski zimne 6 szt./osoba, deser w formie finger food - 2 szt./osoba (19:00-20:00)
Welcome drink (19:00-20:15)
zastawa, szkło dla 1000 osób (komplet)

● **OPRAWA ARTYSTYCZNA**

Gwiazda wieczoru-koncert
Zespół Coverowy
ZAiKS
DJ - podkłady i oprawa muzyczna
Prowadzący (2 osoby)
Oprawa graficzna imprezy (bumper, jingle, animacje)
reżyser Gali

● **TECHNIKA I MULTIMEDIA**

Nagłośnienie zgodnie z riderem D. Podsiadło
Multimedia - 2 ekrany diodowe ColorShot 5x3m, źródła obrazu, okablowanie, peryferia, mikser
oświetlenie architektoniczne
Nagłośnienie zgodnie z riderem artystów
Oświetlenie sali i sceny, światło profilowe
Realizacja kamerowa live (2 kamery z operatorami, obraz na żywo transmitowany na ekrany)
Technika - montaż/obsługa/demontaż

Realizacja (nagłośnienie, oświetlenie, multimedia)
Transport techniki
<ul style="list-style-type: none"> o Grafika dynamiczna wyświetlana na fasadzie budynku. o Przygotowanie prezentacji multimedialnej przedstawiającej 70 lat historii Totalizatora Sportowego (po stronie TS),
<ul style="list-style-type: none"> • SCENOGRAFIA
Scena (podesty sceniczne, konstrukcja, obicie hipsem, schody, zabezpieczenie) wg raidera D. Podsiadło
Obudowa diody 5x3m x 2, obicie hipsem
Ścianka środkowa, zasłony
Stół (10 osób) - (na stole serwetka płócienna, biała, obrus biały, przyprawy, dzbanki na napoje, szklanki) z krzesłami - wynajem, transport, aranżacja
Dodatkowe wysłony (reżyserka, monitory itd.)
Montaż/obsługa/demontaż
Zadaszenie, aranżacja strefy chill out dla 80 osób na zewnątrz
VIP room dla 15 osób, bufet, bar, dedykowana obsługa (1 os)
Recepcja (łada, ścianka)
Parkiet taneczny
<ul style="list-style-type: none"> • MATERIAŁY GRAFICZNE I DRUKI
Projekty graficzne (zaproszenia, dyplom, statyczne materiały graficzne)
Druk zaproszeń
Druk dyplomów
Teczka na dyplomy
Koperty do zaproszeń z logotypem (w tym wydruk próbny)
<ul style="list-style-type: none"> • INNE
<ul style="list-style-type: none"> o System rejestracji gości, recepcja, logistyka wejścia, o Ochrona o Koordynacja współpracy z hotelem (650 gości)
Recepcja dla gości z szatnią dla 1050 osób, System rejestracji gości, logistyka wejścia,
Opieka medyczna - dwóch ratowników medycznych (18:00-5:00)
Hostessy
Stroje dla hostess, wypożyczenie, pranie
Make up dla artystów i mówców
Relacja foto
Relacja video
Aranżacja i wyposażenie garderób artystów zgodnie z riderami D. Podsiadło
Noclegi artystów wg raidera D. Podsiadło
Opaski ID
Transport techniczny
Dyżur ppoż.
Transport gości z hoteli (Warszawa, do 15 km od miejsca Gali, 650 osób)
Aranżacja miejsca do palenia na zewnątrz budynku
Zapewnienie wszelkich zgód i praw do utworów jak i wizerunku artystów i prowadzących

HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

19.00 – 20.00 Przybycie gości, poczęstunek powitalny, powitanie
 20.00 – 21.00 Przemówienia, wręczenie nagród
 21.00 – 4.00 Catering i open bar
 22.00 - 23.30 Część artystyczna

oddzielny plik

Załącznik nr 4A do zaproszenia

WYKAZ obsługiwanych przez Wykonawcę w okresie ostatnich trzech lat, klientów (klienta), organizując dla nich (niego) eventy z uwzględnieniem, że budżet dla co najmniej 2 (dwóch) eventów wynosił każdorazowo przynajmniej 100 000,00 zł brutto, budżet dla co najmniej 1 (jednego) eventu wynosił minimum 350 000,00 zł brutto							
Lp.	Nazwa kontrahenta	Adres kontrahenta	Informacje o eventach				Dane kontaktowe do osoby/firmy, na rzecz której został zorganizowany event (imię, nazwisko, telefon, adres email)
			Krótki opis eventu z wyszczególnieniem, w którym został zorganizowany event	Termin eventu	Liczba uczestników eventu	Wartość brutto zł (eventu) (budżet)	
1							
2							
3							
4							
5							
...							

W załączeniu przedstawiam/y sztuk referencji / dokumentów referencyjnych

Miejscowość, data:

.....
podpis osoby/ osób* upoważnionych, pieczęcie

*niepotrzebne skreśli

WYKAZ OSÓB DEDYKOWANYCH DO OBSŁUGI ZAMAWIAJĄCEGO
W skład Zespołu do Obsługi Zamawiającego wskazanego do współpracy w ramach Umowy wchodzi:

Lp.	IMIĘ	NAZWISKO	Funkcja przy realizacji Przedmiotu Zamówienia
1			
2			

W załączeniu do wykazu przedstawiamy doświadczenie zawodowe dla dwóch osób wyżej wymienionych, spełniających wymogi określone w punkcie 5.1.4 wraz ze wskazaniem klientów na rzecz których realizowane były eventy, w realizacji których ww. osoby uczestniczyły, koordynując ich realizację i rozliczając budżet.

Miejscowość, data:

.....

podpis osoby/ osób* upoważnionych, pieczęcie

**niepotrzebne skreślić*

Doświadczenie zawodowe osoby dedykowanej do Zespołu do Obsługi Zamawiającego

..... (imię i nazwisko)

Lp.	Doświadczenie zawodowe			
	Termin organizowanego eventu	Nazwa eventu	Krótki opis eventu z wyszczególnieniem miejsca i firmy na rzecz której został zorganizowany event	Dane kontaktowe do osoby/firmy, na rzecz której został zorganizowany event (imię, nazwisko, telefon, adres email)
1				
2				

.....
*pieczęć i podpis osoby uprawnionej
do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy*

**niepotrzebne skreślić*

Załącznik nr 5 do zaproszenia

Istotne zasady obowiązujące w postępowaniu zakupowym prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego

1. Postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie wewnętrznych regulacji i nie podlega przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Postępowanie może zostać unieważnione w każdym czasie, bez podania przyczyny.
3. Postępowanie zakupowe prowadzone jest w języku polskim z zachowaniem formy pisemnej, dokumentowej lub elektronicznej, z użyciem odpowiednio: kwalifikowanego podpisu elektronicznego, zaawansowanego podpisu elektronicznego, podpisu wygenerowanego przy pomocy platform dedykowanych do uwierzytelniania podpisów, skanu podpisanego dokumentu.
4. Zamawiający może przed upływem terminu składania Ofert zmienić treść Zaproszenia i warunki przetargu, w tym przedłużyć również termin składania Ofert. Informacja o wprowadzonych zmianach zostanie przesłana do Wykonawców zaproszonych do udziału w Postępowaniu.
5. Postępowanie zakupowe, z wyjątkiem Zaproszenia ma charakter niejawnny - ujawnieniu podlegają wyłącznie informacje, których zakres określony jest w Zaproszeniu.
6. W sytuacji, gdy w Postępowaniu przewidziano udostępnianie części dokumentów wyłącznie Wykonawcom, którzy podpiszą umowę o zachowaniu poufności, wówczas odpowiedzi na pytania Wykonawców dotyczące tej części dokumentów obejmujących dane poufne przekazywane są wyłącznie Wykonawcom, którzy podpisali umowę o zachowaniu poufności.
7. Wykonawca może złożyć tylko jedną Ofertę. Złożenie jednej ważnej Oferty w Postępowaniu wystarczy do jego przeprowadzenia.
8. Wykonawca jest związany Ofertą przez okres określony w Zaproszeniu.
9. Oferty wraz z Załącznikami oraz wszelkie oświadczenia i inne dokumenty składane przez Wykonawcę w trakcie postępowania są traktowane jako poufne i nie są udostępniane innym Wykonawcom.
10. Zamawiający może wezwać Wykonawców, którzy w wyznaczonym terminie składania Ofert nie złożyli wymaganych dokumentów, oświadczeń lub innych materiałów, do ich uzupełnienia w wyznaczonym terminie. Nie jest dopuszczalne uzupełnienie: Formularza Oferty, braków w treści Formularza Oferty w zakresie danych mających wpływ na wybór Oferty, braku wadium lub dokumentów potwierdzających wniesienie wadium, jeżeli wadium jest wymagane.
11. Jeżeli w trakcie postępowania wymagane jest dokonanie wyjaśnień z Wykonawcą w zakresie złożonej Oferty lub innych wymaganych dokumentów, Zamawiający dokonuje odpowiednich ustaleń, wzywając Wykonawcę do wyjaśnień.
12. W trakcie postępowania Zamawiający zastrzega sobie, iż może przeprowadzić weryfikację informacji przedstawionych przez Wykonawcę oraz złożonych oświadczeń, polegającą w szczególności na potwierdzeniu posiadanego doświadczenia.
13. Zamawiający może poprawić w Ofercie:
 - 13.1. omyłki rachunkowe, z uwzględnieniem konsekwencji rachunkowych dokonanych poprawek;
 - 13.2. omyłki pisarskie;
 - 13.3. inne błędy polegające na niezgodności Oferty z wymogami zawartymi w Zaproszeniu, niepowodujące istotnych zmian w treści Oferty, w tym polegające na braku ceny bezpośrednio w Formularzu Oferty, o ile cena została podana w innym wymaganym dokumencie złożonym jednocześnie z Ofertą w terminie wyznaczonym na składanie Ofert.
14. Zamawiający zastrzega sobie prawo do przeprowadzenia negocjacji w zakresie zaoferowanych przez Wykonawcę warunków realizacji Przedmiotu Zamówienia i uwzględnienia ich w dokonywanej ocenie Ofert zgodnie z przyjętymi kryteriami. Wykonawca nie może zaoferować mniej korzystnych warunków, w tym wyższych cen niż zaoferował w Ofercie pierwotnej.
15. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem Oferty przez Wykonawcę.
16. Wykonawca ponosi ryzyko odrzucenia jego Oferty w przypadku złożenia Oferty niespełniającej wymogów określonych w Zaproszeniu. Wykonawcy nie przysługują żadne roszczenia odszkodowawcze przeciwko Zamawiającemu z powodu nie wybrania jego Oferty.
17. Zamawiający będzie się komunikował z Wykonawcami, którzy złożyli Oferty za pomocą poczty elektronicznej – na adres e-mail wskazany przez nich na Formularzu Oferty.
18. Informacja o wyniku Postępowania zostanie przekazana na adresy e-mail wskazane w Formularzu Oferty Wykonawców, którzy złożyli Oferty w terminie, z wyjątkiem Wykonawców poinformowanych o odrzuceniu Oferty.
19. W przypadku Oferty składanej drogą elektroniczną, Zamawiający może zażądać przed zawarciem Umowy oryginałów dokumentów złożonych w formie skanów podpisanych dokumentów, w szczególności w sytuacji gdy skan dokumentu jest mało czytelny.
20. Zamawiający zastrzega, że do zawarcia Umowy dochodzi w momencie jej podpisania przez upoważnionych przedstawicieli stron.
21. Jeżeli z winy Wykonawcy, którego Oferta została wybrana nie dojdzie do zawarcia Umowy w wyznaczonym przez Zamawiającego terminie, postępowanie może zostać unieważnione albo Zamawiający dokona zmiany wyboru Wykonawcy i zawrze Umowę z Wykonawcą, którego Oferta uzyskała w kolejności najwyższą ocenę zgodnie z kryteriami oceny Ofert.
22. W Postępowaniu odrzuca się Ofertę:
 - 22.1. złożoną po upływie terminu do składania Ofert;

- 22.2. której treść nie odpowiada wymogom określonym w Zaproszeniu;
- 22.3. Wykonawcy, który nie spełnia warunków udziału w Postępowaniu, jeżeli takie warunki określono;
- 22.4. Wykonawcy nie zaproszonego do udziału w Postępowaniu;
- 22.5. Wykonawcy, który nie złożył dokumentów lub innych materiałów, w tym np. próbek, wzorów wymaganych w Postępowaniu lub złożone dokumenty zawierają błędy i nie zostały uzupełnione lub skorygowane pomimo wezwania komisji zakupowej;
- 22.6. Wykonawcy, w stosunku, do którego otwarto likwidację lub ogłoszono upadłość;
- 22.7. która zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa jest nieważna.
23. W Postępowaniu może być odrzucona Oferta:
 - 23.1. w przypadku stwierdzenia, że jej złożenie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;
 - 23.2. w sytuacji, gdy Oferta zawiera rażąco niską cenę, tj. cenę znacząco odbiegającą od cen rynkowych, wskazującą na prawdopodobieństwo nienależytej realizacji Przedmiotu Zamówienia;
 - 23.3. Wykonawcy, który złożył więcej niż jedną Ofertę wbrew zasadom określonym w Postępowaniu;
 - 23.4. Wykonawcy, z którym w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem Postępowania rozwiązano umowę lub od umowy odstąpiono z winy Wykonawcy;
 - 23.5. Wykonawcy, który w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem Postępowania:
 - 23.5.1. odstąpił od realizacji umowy lub rozwiązanie umowy nastąpiło w trybie wypowiedzenia przez wykonawcę albo w formie porozumienia stron, ale przyczyną porozumienia było nienależyte wywiązywanie się Wykonawcy z umowy,
 - 23.5.2. nie podpisał umowy pomimo dokonania wyboru jego oferty w postępowaniu lub nie wniósł zabezpieczenia i umowa nie weszła w życie,
 - 23.5.3. realizował umowę w sposób nienależyty powodujący naliczanie kar umownych przez Zamawiającego, uzasadniający brak gwarancji należytej realizacji Przedmiotu Zamówienia;
 - 23.6. Wykonawcy, który w okresie ostatnich 5 lat przed wszczęciem Postępowania nie wykonywał obowiązków gwarancyjnych zgodnie z umową;
 - 23.7. Wykonawcy, który zalega z uiszczaniem podatków, opłat lub składek na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne, z wyjątkiem przypadków, gdy uzyskał on przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie, rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu;
 - 23.8. Wykonawcy, który złożył nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik Postępowania;
 - 23.9. Wykonawców należących do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r., którzy złożyli odrębne oferty, chyba że przynależność do tej samej grupy kapitałowej i istniejące między nimi powiązania nie mają wpływu na kalkulacje cenowe Ofert i złożenie odrębnych Ofert.
24. Wykonawcy, którzy złożyli Ofertę po wyznaczonym terminie na składanie Ofert oraz którzy złożyli Oferty nie zabezpieczone wadium, jeżeli wadium było wymagane, są informowani o odrzuceniu ich Ofert. W pozostałych przypadkach uzasadniających odrzucenie Oferty, Zamawiający może poinformować Wykonawcę, którego Oferta podlega odrzuceniu.
25. Złożenie Oferty jest uważane za akceptację zasad prowadzenia Postępowania opisanych w Zaproszeniu.
26. Jeżeli oferta zostanie złożona przez wykonawcę mającego siedzibę za granicą, zastrzega się prawo żądania certyfikatu rezydencji podatkowej lub innych oświadczeń wymaganych na podstawie obowiązującego prawa podatkowego.
27. **Nie dopuszcza się:**
 - 27.1. dokonywania przez Wykonawców zmian w treści załączonych do Zaproszenia Załączników, z wyjątkiem uzupełnienia ich o wymagane dane;
 - 27.2. możliwości składania ofert częściowych – Wykonawca może złożyć tylko jedną Ofertę na realizację całości Przedmiotu zamówienia;
 - 27.3. możliwości składania ofert wariantowych, tj. Ofert przewidujących odmienny niż określony przez Zamawiającego sposób wykonania Przedmiotu zamówienia;
 - 27.4. wykazywania się przez Wykonawcę doświadczeniem osób trzecich;
28. **Dopuszcza się:**
 - 28.1. **udział podwykonawców Wykonawcy**, przy czym Wykonawca ponosi wówczas odpowiedzialność za działania i zaniechania takich podmiotów jak za własne oraz jest wyłącznie odpowiedzialny za zapłatę wynagrodzenia na ich rzecz;
 - 28.2. **Wykonawcy mogą wspólnie ubiegać się o udzielenie Zamówienia (konsorcjum)**. W tym celu powołają pełnomocnika (lidera konsorcjum), z uwzględnieniem pkt 6.2.2. zaproszenia. Na żądanie Zamawiającego lider konsorcjum przedłoży umowę regulującą współpracę wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia (umowę konsorcjalną zawartą na piśmie, określającą warunki współpracy wykonawców przy wykonywaniu Przedmiotu Zamówienia). W przypadku złożenia oferty w ramach konsorcjum dopuszcza się łączenie doświadczenia członków konsorcjum, z zastrzeżeniem określonym w punkcie 5.1.2. Wykonawcy przysługujące prawo do wykazania się doświadczeniem w realizacji całego zamówienia, jeśli zrealizował je w konsorcjum z innym podmiotem, ponosząc solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy. Wszelkie postanowienia w zaproszeniu dotyczące Wykonawcy mają odpowiednie zastosowanie do konsorcjum.
29. Wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem Oferty ponosi Wykonawca.
30. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia Postępowania w każdym czasie bez podania przyczyny.

Załącznik nr 6 do zaproszenia

OŚWIADCZENIE WYKONAWCY DOTYCZĄCE WYRAŻENIA ZGODY NA PRZETWARZANIE DANYCH OSOBOWYCH (dobrowolne)

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych w związku z umieszczeniem w bazie kontrahentów Totalizatora Sportowego Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, ul. Targowa 25 w postaci: nazwy firmy, adresu oraz wskazanego (wskazanych) w Formularzu Oferty imienia i nazwiska, nr telefonu, adresu email, tj.:

Imię i nazwisko	
Nazwa firmy	
Adres firmy	
Numer telefonu	
Adres e-mail	

w celu przekazywania informacji o organizowanych w przyszłości przez Totalizator Sportowy Sp. z o.o. postępowaniach zakupowych.

Zgodę można wycofać w dowolnym momencie wysyłając e-mail na adres: iod@totalizator.pl. Wycofanie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej wycofaniem.

Data.....

Podpis.....

Dane osób, które wyraziły zgodę na umieszczenie swoich danych w bazie kontrahentów Totalizatora Sportowego sp. z o.o. będą przetwarzane do momentu wycofania tejże zgody.

1. Administrator danych

Administratorem Twoich danych osobowych jest Totalizator Sportowy sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Targowej 25, 03-728, Warszawa (dalej „Administrator”). Z Administratorem można skontaktować się przesyłając e – mail na adres: iod@totalizator.pl a także za pośrednictwem poczty tradycyjnej, pod wskazanym powyżej adresem siedziby Administratora.

2. Cele i podstawy przetwarzania

Twoje dane osobowe mogą być przetwarzane w celu umieszczenia w bazie kontrahentów Administratora, aby informować Cię o przyszłych postępowaniach zakupowych organizowanych przez Administratora, na podstawie dobrowolnej zgody, udzielonej poprzez wypełnienie niniejszego Załącznika do Specyfikacji (art. 6 ust. 1 lit. a RODO).

3. Prawa osób, których dane dotyczą

W związku z przetwarzaniem danych osobowych osobie, której dane dotyczą przysługują następujące prawa do: dostępu do danych, sprostowania danych, usunięcia danych, ograniczenia przetwarzania danych, prawo do przenoszenia danych. Prawa te przysługują Państwu w przypadkach i w zakresie przewidzianym przez obowiązujące przepisy prawa. W związku z przetwarzaniem danych przysługuje również prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego - Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

Wyrażenie zgody na umieszczenie danych osobowych w bazie kontrahentów Administratora ma charakter fakultatywny. Brak zgody nie skutkuje żadnymi negatywnymi konsekwencjami podczas Postępowania.

W oparciu o dane osobowe osób, które wyraziły zgodę na umieszczenie swoich danych w bazie kontrahentów, Administrator nie będzie podejmował zautomatyzowanych decyzji, w tym decyzji będących wynikiem profilowania. Szczegółowe informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych znajdują się w Załączniku nr 7

**KLAUZULA DOTYCZĄCA PRZETWARZANIA DANYCH OSOBOWYCH
PRZEZ TOTALIZATOR SPORTOWY SP. Z O.O.**

Dane osobowe przekazane na podstawie oferty w postępowaniu prowadzonym pod nr 131/DZK/2025 (dalej „Oferta”) oraz w przypadku wyboru Wykonawcy na podstawie umowy, której wzór stanowi Załącznik nr 3 do Zaproszenia (dalej: „Umowa”) przetwarzane są zgodnie z przepisami 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) (Dz.Urz.UE.L Nr 119, str. 1) (dalej „RODO”) oraz ustawy z dnia 10 maja 2018r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2019 r. poz. 1781).

1. Administrator danych

Administratorem danych osobowych osób przekazanych na podstawie Oferty oraz w przypadku wyboru Wykonawcy na podstawie Umowy jest Totalizator Sportowy sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Targowej 25, 03-728, Warszawa (dalej „Administrator”). Z Administratorem można skontaktować się przesyłając e-mail na adres: iod@totalizator.pl a także za pośrednictwem poczty tradycyjnej, pod wskazanym powyżej adresem siedziby Administratora.

2. Inspektor ochrony danych

Administrator wyznaczył osobę odpowiedzialną za ochronę danych osobowych, tj. Inspektora Ochrony Danych, z którym kontakt jest możliwy za pośrednictwem adresu mailowego: iod@totalizator.pl, oraz za pośrednictwem poczty tradycyjnej, pod wskazanym powyżej adresem siedziby Administratora z dopiskiem „Do Inspektora Ochrony Danych”.

3. Cele i podstawy przetwarzania

Dane osobowe będą przetwarzane w następujących celach:

- a) prowadzenia Postępowania na podstawie przekazanej dokumentacji – podstawą prawną przetwarzania są czynności niezbędne do podjęcia działań na żądanie osoby, której dane dotyczą, przed zawarciem umowy (art. 6 ust. 1 lit. b RODO) jeżeli stroną postępowania jest osoba fizyczna;
- b) prowadzenia postępowania na podstawie przekazanej dokumentacji - podstawą prawną przetwarzania danych jest niezbędność przetwarzania do realizacji prawnie uzasadnionego interesu Administratora, jeżeli dane osobowe są pozyskane w sposób inny niż bezpośrednio od osoby której dane dotyczą (art. 6 ust. 1 lit. f RODO) jeżeli stroną postępowania jest osoba prawna;
- c) ewentualnego zawarcia i wykonania Umowy - podstawą prawną przetwarzania są czynności niezbędne do wykonania umowy, której stroną jest osoba, której dane dotyczą, lub do podjęcia działań na żądanie osoby, której dane dotyczą, przed zawarciem umowy (art. 6 ust. 1 lit. b RODO);
- d) ewentualnego zawarcia i wykonania umowy - podstawą prawną przetwarzania danych jest niezbędność przetwarzania do realizacji prawnie uzasadnionego interesu Administratora, jeżeli dane osobowe są pozyskane w sposób inny niż bezpośrednio od osoby której dane dotyczą (art. 6 ust. 1 lit. f RODO);
- e) przekazywania informacji o organizowanych w przyszłości przez Administratora postępowaniach zakupowych – podstawą prawną przetwarzania jest zgoda osoby, której dane dotyczą (art. 6 ust. 1 lit. a RODO);
- f) ewentualnego ustalenia, dochodzenia lub obrony przed roszczeniami - podstawą prawną przetwarzania danych jest niezbędność przetwarzania do realizacji prawnie uzasadnionego interesu Administratora, rozumianego w tym przypadku jako możliwość ustalenia, dochodzenia lub obrony przed roszczeniami (art. 6 ust. 1 lit. f RODO);
- g) podatkowych i rachunkowych - podstawą prawną przetwarzania danych jest niezbędność ich przetwarzania w celu wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na Administratorze (art. 6 ust. 1 lit. c RODO).

4. Odbiorcy danych

Dane osobowe mogą być udostępnione podmiotom upoważnionym na podstawie przepisów powszechnie obowiązującego prawa, w szczególności instytucjom uprawnionym do kontroli działalności Administratora lub instytucjom uprawnionym do uzyskania danych osobowych na podstawie przepisów prawa. Dane osobowe mogą być przetwarzane przez inne podmioty na podstawie zawartych z Administratorem umów powierzenia przetwarzania danych osobowych.

5. Okres przechowywania danych

Okres przechowywania danych przez Administratora zależy od celu przetwarzania. Co do zasady dane przechowywane są:

- a) do momentu zakończenia Postępowania albo
- b) do momentu przedawnienia roszczeń z tytułu Oferty / Umowy albo
- c) do momentu wycofania zgody (w zakresie, w jakim dane są przetwarzane na podstawie zgody) albo
- d) do momentu realizacji prawnie uzasadnionego interesu Administratora albo
- e) do momentu wygaśnięcia obowiązku przechowywania danych osobowych wynikającego z przepisów powszechnie obowiązującego prawa (np. obowiązek przechowywania dokumentów księgowych).

Wycofanie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej wycofaniem.

6. Prawa osób, których dane dotyczą

W związku z przetwarzaniem danych osobowych osobie, której dane dotyczą przysługują następujące prawa do: dostępu do danych, sprostowania danych, usunięcia danych, ograniczenia przetwarzania danych, prawo do sprzeciwu wobec przetwarzania danych, prawo do przenoszenia danych. Prawa te przysługują Państwu w przypadkach i w zakresie przewidzianym przez obowiązujące przepisy prawa. W związku z przetwarzaniem danych przysługuje również prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego - Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

7. Informacja o wymogu/dobrowolności podania danych

Podanie danych osobowych ma charakter dobrowolny, jednakże jest niezbędne do rozpatrzenia Oferty oraz ewentualnego zawarcia Umowy. Niepodanie danych osobowych w niezbędnym zakresie skutkuje brakiem możliwości rozpatrzenia Oferty oraz ewentualnego zawarcia Umowy.

8. Informacja o zautomatyzowanym podejmowaniu decyzji, w tym profilowaniu

W oparciu o dane osobowe Administrator nie będzie podejmował zautomatyzowanych decyzji, w tym decyzji będących wynikiem profilowania.

9. Kategorie danych osobowych

Administrator przetwarza następujące kategorie danych osobowych: imię, nazwisko, stanowisko służbowe, numer telefonu, adres poczty elektronicznej.

10. Źródło danych osobowych

Administrator otrzymał dane osobowe od podmiotu, w imieniu którego Państwo działają.

Zapoznałam/em się z treścią niniejszej klauzuli informacyjnej i zobowiązuje się przekazać powyższe informacje o przetwarzaniu danych osobowych osobom, których dane zostały przekazane Administratorowi w związku ze złożeniem Oferty i/lub zawarciem Umowy, jednocześnie wskazując siebie, jako źródło pochodzenia danych osobowych oraz poinformować o zakresie przekazanych danych do Administratora.

W imieniu Wykonawcy

.....
pieczęć firmowa Wykonawcy

.....
miejscowość, data

OŚWIADCZENIE O SOLIDARNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI CZŁONKÓW KONSORCJUM

1. z siedzibą w (...-.....), przy
ul.....,
2. z siedzibą w (...-.....), przy
ul.....,
3. z siedzibą w (...-.....), przy
ul.....,*
zwane dalej wspólnie „Konsorcjum”

niniejszym oświadczamy, że przyjmujemy solidarną odpowiedzialność z tytułu udziału w Postępowaniu przetargowym prowadzonym pod numerem sprawy 131/DZK/2025 na **obsługę Spółki Totalizator Sportowy Sp. z o.o. w zakresie badań marketingowych**, a także – na wypadek wyboru naszej Oferty – wyrażamy zgodę na włączenie do Umowy postanowień o naszej solidarnej odpowiedzialności z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy.

Podpisy i pieczęcie wszystkich członków Konsorcjum

.....
.....
.....

* niepotrzebne skreślić