Zapytanie ofertowe

Ministerstwo Rozwoju i Technologii z siedzibą przy Pl. Trzech Krzyży 3/5, 00-507 w Warszawie zaprasza do złożenia oferty dotyczącej **wykonania usługi w zakresie przygotowania kampanii informacyjno-edukacyjnej promującej poprawę efektywności energetycznej budynków**

I. Przedmiot i zakres zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie kampanii informacyjno-edukacyjnej promującej poprawę efektywności energetycznej budynków.

Zamówienie obejmuje przygotowanie ogólnopolskiej kampanii informacyjno-edukacyjnej, poprzez opracowanie:

- koncepcji kampanii oraz
- przygotowanie materiałów kreatywnych.

Wykonawca opracuje założenia i narzędzia realizujące kampanię w tym:

1. **Koncepcję kampanii:**
   - hasło lub hasła kampanii wraz z uzasadnieniem;
   - najważniejsze komunikaty (narrację wykorzystywaną) w kampanii;
   - identyfikacją wizualną Kampanii z graficznymi wyróżnikami:
     - Key Visual zawierający: kolorystykę, typografię, elementy graficzne, charakterystykę poszczególnych elementów kreacji;
     - bazowe projekty graficzne formatów reklamowych (Internet, SM (Social media), OOH (out-of-home)) oraz pliki graficzne dla poszczególnych formatów reklamowych;
   - ton przekazu i dopasowanie go do specyfiki poszczególnych grup docelowych;

1.1 Koncepcję spotów animowanych;

1.2 Koncepcję działań kontentowych i reklamowych w Internecie (propozycja formatów, kanałów i innych działań);

1.3 Koncepcja kampanii – wskazówki:

- Koncepcja musi opierać się na precyzyjnej analizie potrzeb i korzyści grup docelowych, wraz ze strategią dotarcia;
- Proponowane kanały oraz narzędzia komunikacji do wykorzystania, to: (np. Internet, media społecznościowe - Facebook, Instagram, YouTube, X-Twitter, LinkedIn, ekrany LCD/LED systemu informacji pasażerskiej – autobusy miejskie, metro, PKP, strony internetowe urzędów miast i gmin). Wykonawca zaproponuje optymalny dobór kanałów komunikacji. Dobór kanałów powinien zostać uzasadniony z punktu widzenia grup docelowych i celów kampanii. Nie dopuszcza się wykorzystywania intruzywnych formatów reklamowych.
- Wszystkie materiały przygotowywane w Kampanii muszą zawierać Logo MRiT zgodnie z księgą znaków i danymi dostępnymi na stronie MRiT

Sposób i termin przygotowania Koncepcji Kampanii:

Wykonawca, uwzględniając cel zamówienia, na podstawie m.in. dostępnych materiałów na stronie MRiT oraz autorskiego pomysłu, przygotuje Koncepcję w ciągu 5 dni kalendarzowych od daty spotkania uzgodnieniowego i organizacyjnego.

Zamawiający zastrzega brak możliwości przedłużenia terminu przygotowania Koncepcji przez Wykonawcę.

Realizacja zamówienia nastąpi do 18 grudnia 2026 r.

1.4 Plan wdrożenia Koncepcji Kampanii:

1.4.1 Wykonawca opracuje jednolity plan wdrożenia Koncepcji w postaci przedłożenia harmonogramu zawierającego elementy obowiązkowe:

1. Lista działań i formatów do realizacji;

2. Harmonogram i plan przygotowania materiałów i działań;

Zamawiający zastrzega warunek akceptacji i naniesienia zmian w harmonogramie, w ciągu 2 dni roboczych od momentu przekazania przez Wykonawcę.

Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić zaproponowane zmiany przez Zamawiającego w harmonogramie, w ciągu 2 dni kalendarzowych od momentu otrzymania uwag od Zamawiającego.

Zamawiający ostatecznie akceptuje harmonogram z naniesionymi przez Wykonawcę zmianami, w ciągu 2 dni roboczych od momentu przekazania dokumentów przez Wykonawcę.

1.5 Przygotowanie pakietu kreacji do późniejszej kampanii w mediach społecznościowych, Internecie i przestrzeni publicznej:

Wykonawca przygotuje zgodnie z ustalonym harmonogramem pakiet kreacji do kampanii w mediach społecznościowych, Internecie oraz w przestrzeni publicznej. Kreacje będą emitowane w późniejszym terminie w mediach społecznościowych zarządzanych przez Zamawiającego (np. media społecznościowe – Facebook, Instagram, X/Twitter, LinkedIn), na stronach internetowych, na YouTube, na ekranach LCD/LED systemu informacji pasażerskiej – autobusy miejskie, metro, PKP, na stronach internetowych urzędów miast i gmin. Emisja kreacji nie wchodzi w zakres zamówienia.

Motywy przewodnie do wykorzystania przy przygotowaniu materiałów kreatywnych:

- Nie zgaduj, gdzie ucieka energia. Sprawdź swój budynek
- Termomodernizacja to więcej niż ocieplenie ścian
- Dobra modernizacja zaczyna się od właściwej diagnozy
- Ogrzewanie to tylko jeden z elementów efektywnego budynku
- Wybierz rozwiązania dopasowane do potrzeb Twojego budynku

Przykładowy zakres pakietu kreacji przygotowywanych w ramach Koncepcji Kampanii, z możliwością zaproponowania przez Wykonawcę optymalnej liczby i rodzaju materiałów w ramach przygotowanej Koncepcji Kampanii obejmuje:

- 20 grafik w formacie 1:1 (podstawowy rozmiar min. 1080x1080), w tym 2 grafiki animowane, w tym przeformatowanie na potrzeby emisji na Facebook, Instagram, X-Twitter, LinkedIn, ekrany LCD/LED systemu informacji pasażerskiej – autobusy miejskie, metro, PKP, strony internetowe urzędów miast i gmin;

- 5 grafik do publikacji (komunikatów) na portalu GOV.pl (rozmiar 2560x1084), np. przeformatowania grafik w formacie 1:1, o których mowa w punkcie powyżej;

- 20 postów Instagram Stories, w tym 4 grafiki animowane;

- 2 spoty animowane, max 2 minutowe, na potrzeby emisji na m.in Facebook, Instagram, X-Twitter, LinkedIn, Youtube, strony internetowe, strony internetowe urzędów miast i gmin. (w tym 1 spot powinien przedstawiać transformację przed i po przeprowadzonej termomodernizacji budynku)

- 4 spoty internetowe 30” w tym 2 na rolki (15”-90”)

- 4 infografiki – do umieszczenia w Internecie, format dopasowany również do ekranów LCD/LED systemu informacji pasażerskiej – autobusy miejskie, metro, PKP;

- 4 Cover Photo na potrzeby FB itp.

2. Przygotowanie materiałów kreatywnych do emisji

Realizacja elementów Kampanii: spoty animowane, w tym kreacja, przygotowanie scenariuszy, produkcja, postprodukcja, grafiki, infografiki, rolki, posty.

2.1 We wskazanych przez Zamawiającego materiałach kreatywnych, o których mowa w pkt 1.5 Wykonawca zapewni audiodeskrypcję materiałów multimedialnych.

2.2 Materiały kreatywne - wskazówki:

2.2.1 Formaty: Formaty wskazane w OPZ są bazowymi jakie mogą być wykorzystane w kampanii. Wykonawca może również zastąpić wskazane formaty i zaproponować własne, dopasowane do własnej propozycji Koncepcji kreatywnej Kampanii.

2.2.2 Tematyka: wynika z Koncepcji kampanii i nie będzie ulegała modyfikacjom

2.2.3 Styl komunikacji: w przekazie konieczny jest brak dystansu w relacji do odbiorcy. Język komunikacji powinien być zrozumiały, nieoficjalny, nieurzędowy, ale poprawny. W wypowiedziach zdania powinny być krótkie, stylistycznie i ortograficznie poprawne.

2.2.4 Prace obejmują głównie przygotowywanie publikacji multimedialnych, w tym wykonanie: prezentacji, publikacji PDF lub HTML, grafik, infografik, interfejsów oraz elementów graficznych stron www: ikon, bannerów statycznych (.jpg, .png) na strony www Zamawiającego (też jako przyciski lub symbole sekcji tematycznych) animowanych bannerów (HTML5) grafik do wykorzystania w Internecie, np. w formie głównego elementu na stronach www Zamawiającego, tzw. obszaru wizerunkowego, infografiki dotyczące tematów przekrojowych.

2.3 Materiały kreatywne - wymogi i sposób realizacji:

2.3.1 Wykonawca zaproponuje w Koncepcji Kampanii zarys wiodących spotów animowanych oraz materiały graficzne dopasowane do pakietu kreacji, o którym mowa w pkt 1.5.

2.3.2 Wykonawca w ciągu 10 dni kalendarzowych od dnia akceptacji Harmonogramu przez Zamawiającego, przygotuje i przekaże Zamawiającemu materiały kreatywne wyróżnione w punkcie 1.5.

2.3.3 Zamawiający zastrzega warunek akceptacji i propozycji zmian w ciągu 2 dni roboczych. Zamawiający wyznacza termin na uwzględnienie uwag przez Wykonawcę w ciągu 2 dni kalendarzowych od przekazania Wykonawcy uwag przez Zamawiającego.

2.3.4 Zamawiający ostatecznie akceptuje materiały kreatywne z naniesionymi przez Wykonawcę zmianami, w ciągu 2 dni roboczych od momentu przekazania materiałów przez Wykonawcę.

2.3.5 Zaproponowane przez Wykonawcę w Ofercie koszty przygotowania materiałów kreatywnych uwzględniają wszystkie koszty związane z ich przygotowaniem, w tym koszty kreacji, przeniesienia praw autorskich / udzielenia licencji, praw do wizerunków, muzyki, lektora, praw do zdjęć i grafik. Materiały będą opierały się na Koncepcji kreatywnej. Wykonawca gwarantuje, że przeniesienie praw lub udzielenie licencji (w tym do wszelkich utworów zależnych i elementów składowych, takich jak muzyka, wizerunek, lektor) nastąpi bez ograniczeń terytorialnych, na polach eksploatacji obejmujących w szczególności: Internet (w tym strony www, media społecznościowe, platformy wideo), telewizję, radio, prasę oraz materiały OOH/drukowane. Przeniesienie praw lub licencja na cele realizacji kampanii reklamowej zostaje udzielona od ostatniego dnia realizacji przedmiotu zamówienia. Po zakończeniu realizacji przedmiotu zamówienia, Zamawiający zachowuje bezterminowe i bezpłatne prawo do dalszego korzystania z przygotowanych wszystkich materiałów kreatywnych (animacji, grafik) w celach rozpowszechniania materiałów kreatywnych, archiwalnych, informacyjno-edukacyjnych oraz wizerunkowych w swoich kanałach własnych (m.in. na własnej stronie internetowej, w sekcji portfolio/case study, na oficjalnych profilach w mediach społecznościowych oraz na kanałach YouTube/Video). Zamawiający zachowuje bezterminowe i bezpłatne prawo do dalszego korzystania z przygotowanych materiałów kreatywnych (w tym filmów, animacji, grafik) w celu dalszego przetwarzania i rozpowszechniania przez wybrane przez Zamawiającego podmioty, w innych kanałach niepowiązanych z MRiT zgodnie z punktem 1.5 OPZ bez konieczności ponoszenia dodatkowych opłat na rzecz Wykonawcy lub osób trzecich.

2.3.6 Wykonawca dostarczy master-pliki oraz otwarte pliki źródłowe. Wszystkie spoty animowane zostaną wyrenderowane w najwyższych bezstratnych kodekach (np. ProRes) oraz w wersjach docelowych (np. mp4 H.264/H.265) z gotowym miksem audio spełniającym normy głośności dla Internetu i systemów digital signage (zazwyczaj -24 LUFS / -14 LUFS), zapewniając gotowość do wdrożenia w dowolnym systemie w przyszłości.

2.3.7 Materiały kreatywne muszą spełniać wymagania dotyczące dostępności dla osób z niepełnosprawnością.

Przy realizacji zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do respektowania zasad równych szans i niedyskryminacji ze względu na rasę, płeć, pochodzenie, wiek, stopień sprawności, orientację seksualną, religię oraz światopogląd.

Przygotowanie kampanii stanowi integralną część działań w zakresie poprawy efektywności energetycznej budynków, zwiększając świadomość wśród odbiorców kampanii na temat korzyści płynących z przeprowadzenia termomodernizacji budynków.

II. Cel zamówienia

Przygotowanie kampanii informacyjno-edukacyjnej wynika bezpośrednio z art. 40 ustawy z dnia 29 sierpnia 2014 r. o charakterystyce energetycznej budynków (Dz.U. z 2024 r. poz. 101), zgodnie z którym minister właściwy do spraw budownictwa, planowania i zagospodarowania przestrzennego oraz mieszkalnictwa prowadzi kampanię informacyjną służącą poprawie charakterystyki energetycznej budynków.

Przygotowanie kampanii stanowić będzie przede wszystkim źródło praktycznych wskazówek dla obywateli dotyczących poprawy charakterystyki energetycznej budynków, zgodnie z koncepcją:

SPRAWDŹ → ZAPLANUJ → ZMODERNIZUJ → OSZCZĘDZAJ

Odbiorca powinien otrzymać odpowiedź na pytanie:

„Co i jak konkretnie mogę zrobić w moim budynku? Oraz jakie korzyści długofalowe mi to przyniesie?

Głównym celem ogólnopolskiej kampanii informacyjno-edukacyjnej jest:

- zwiększenie wiedzy wśród obywateli na temat poprawy charakterystyki energetycznej budynków oraz korzyści z niej wynikających:
    - wskazanie przykładów termomodernizacji- np. spot animowany przed/po
    - wskazanie wprost na korzyści ekonomiczne, zdrowotne (oszczędności w budżecie domowym, polepszenie jakości oraz komfortu użytkowania budynków, lepsze zdrowie).
- zachęcenie właścicieli, użytkowników i zarządców budynków do podejmowania świadomych działań modernizacyjnych:
    - Zwiększenie świadomości czynników wpływających na zużycie energii w budynkach - *Efektywny energetycznie budynek to niższe zużycie energii i większy komfort mieszkańców*
- ułatwienie dostępu obywatelom do informacji o odpowiednich etapach termomodernizacji, tak aby przeprowadzić ją efektywnie i skutecznie:
    - Pokazanie, że termomodernizacja jest procesem wymagającym właściwej diagnozy i planowania - *Zanim wydasz pieniądze na modernizację, sprawdź, czego naprawdę potrzebuje Twój budynek*
    - Zachęcenie odbiorców do wykonania pierwszego kroku – analizy stanu budynku i zaplanowania odpowiednich działań.
- wyposażenie obywateli w wiedzę oraz umiejętności niezbędne w procesie termomodernizacji budynków:
    - Wyjaśnienie, na czym polega poprawa charakterystyki energetycznej budynku;
    - Promowanie korzystania z wiarygodnych informacji i materiałów MRiT – zachęcenie do korzystania z dokumentu: *„Poprawa charakterystyki energetycznej budynków. Poradnik.”*

III. Grupa docelowa

Kampania skierowana do obywateli Polski ze szczególnym uwzględnieniem:

- właścicieli domów jednorodzinnych;
- właścicieli i użytkowników mieszkań w budynkach wielorodzinnych;
- wspólnot mieszkaniowych i zarządców nieruchomości;
- właścicieli i zarządców budynków użyteczności publicznej;
- jednostek samorządu terytorialnego, społeczności lokalnych - osób odpowiedzialnych za budynki publiczne i lokalne działania informacyjne.

IV. Organizacja i harmonogram wykonania zadań

ZADANIE WYKONAWCY	**TERMIN**

Spotkanie uzgodnieniowe i organizacyjne rozpoczynające prace.	W ciągu 2 dni roboczych od dnia podpisania umowy
Przygotowanie koncepcji kampanii	W ciągu 5 dni kalendarzowych od dnia spotkania uzgodnieniowego i organizacyjnego rozpoczynającego prace
Przygotowanie materiałów kreatywnych do emisji	W ciągu 10 dni kalendarzowych od ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego Harmonogramu
Raportowanie informacji nt. postępu prac.	Cyklicznie, na bieżąco/ na żądanie zamawiającego
Ostateczna realizacja przedmiotu zamówienia	do 18 grudnia 2026 r.

Podany harmonogram stanowi wstępne założenie i zostanie szczegółowo opracowany podczas spotkania uzgodnieniowego. Termin przekazania przedmiotu zamówienia jest nieprzekraczalny.

Szczegóły raportowania postępu prac zostaną przedstawione na spotkaniu uzgodnieniowym. Zamawiający dopuszcza możliwość organizacji spotkania uzgodnieniowego za pomocą komunikacji elektronicznej. Wykonawca jest zobowiązany do niezwłocznego informowania o pojawiających się problemach, zagrożeniach, ryzykach lub opóźnieniach w realizacji, a także innych zagadnieniach istotnych dla realizacji zamówienia. W razie wystąpienia lub zidentyfikowania ryzyka związanego z przedmiotem zamówienia, Wykonawca w trybie natychmiastowym zgłosi nieprawidłowości do wyznaczonej osoby odpowiedzialnej w Ministerstwie Rozwoju i Technologii.

Wykonawca zobowiązany jest do stałej roboczej współpracy z Zamawiającym, sprawnej i terminowej realizacji zadań zgodnie z zamówieniem, ofertą i przepisami prawa, pozostawania w stałym kontakcie z Zamawiającym (kontakt telefoniczny, e-mailowy, komunikacja na odległość) oraz uwzględniania uwag i wymagań Zamawiającego.

V. Termin realizacji

Wykonawca zobowiązany jest zrealizować całość przedmiotu zamówienia w nieprzekraczalnym terminie do 18 grudnia 2026 r.

VI. Warunki udziału w postępowaniu

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się podmioty, które w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert (a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie), wykonały należycie co najmniej trzy usługi, polegające na opracowaniu lub przygotowaniu kampanii informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub społecznych, obejmujących opracowanie koncepcji komunikacyjnej oraz przygotowanie materiałów informacyjnych lub edukacyjnych w 2 różnych zakresach spośród wymienionych w literach a-d:

    a) efektywność energetyczna,

    b) oszczędność energii,

    c) termomodernizacja budynków,

    d) odnawialne źródła energii lub ochrona środowiska.

Spełnienie powyższych warunków Wykonawca potwierdzi poprzez dołączenie do oferty wykazu wykonanych usług.

2. Zamawiający dopuszcza możliwość złożenia oferty wspólnej przez dwóch lub więcej Wykonawców, w takim przypadku należy:
   1) ustanowić pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu albo do reprezentowania ich w postępowaniu i zawarcia umowy.
   Pełnomocnictwo to musi być udzielone przez każdego z wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia i podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym, podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, przez osobę uprawnioną do reprezentowania każdego z tych wykonawców.
3. W przypadku złożenia oferty wspólnej warunek określony w pkt 1 może zostać spełniony łącznie przez wykonawców składających ofertę wspólną.

VII. Kryteria oceny oferty:

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty będącej przedmiotem zamówienia, Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami i ich znaczeniem oraz w następujący sposób będzie oceniać oferty w poszczególnych kryteriach**:**

L.p.	**Kryterium**	**Znaczenie kryterium w %**	**Liczba możliwych do uzyskania punktów**
1	**Cena**	**60%**	**60 pkt**
2	**Wstępna koncepcja kreatywna kampanii**	**40%**	**40 pkt**

Sposób obliczenia punktów w **kryterium nr 1: Cena – waga 60%**

Oferta z najniższą ceną brutto otrzyma 60 pkt, pozostałe oferty zostaną ocenione z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, według następującego wzoru:

$$Co = \frac{Co\ min}{Co\ bad} \times 60$$

gdzie:

Co – liczba uzyskanych punktów w kryterium nr 1,

Co min – cena oferty z najniższą ceną brutto,

Co bad – cena brutto oferty badanej.

Sposób obliczenia punktów w **kryterium nr 2: Wstępna koncepcja kreatywna kampanii – waga 40%.**

Wykonawca w ramach kryterium może otrzymać maksymalnie 40 pkt. Ocena kryteriów odbywa się w następujący sposób:

10 pkt - koncepcja w pełni odpowiada wszystkim celom kampanii, zawiera właściwe przekazy dla wskazanej grupy docelowej i jasno pokazuje sposób realizacji celów komunikacyjnych

5 pkt - koncepcja odpowiada celom częściowo lub niektóre elementy wymagają doprecyzowania

0 pkt - koncepcja nie odpowiada celom kampanii lub nie pozwala ocenić sposobu ich realizacji.

Zgodność z tematyką i celami kampanii - czy przedstawiona koncepcja jest zgodna z tematyką i celami kampanii, czy uwzględnia myśl przewodnią w zakresie promowania termomodernizacji budynków. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta: 10 punktów.

Spójność koncepcji kreatywnej, czyli stopień spójności technik i pomysłów kreatywnych kampanii: ogólnej koncepcji, logotypu, hasła, grafika, kolorystyka. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta: 10 punktów.

Atrakcyjność, zauważalność i zapamiętywalność przekazu, czyli stopień, w jakim, dzięki zastosowanym technikom i pomysłom kreatywnym, kampania będzie atrakcyjna dla grupy docelowej, będzie wyróżniała się spośród innych kampanii oraz będzie zapamiętywana. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta: 10 punktów.

Jasność i przejrzystość komunikacji, czyli w jakim stopniu przekazy w ramach kampanii będą formułowane w sposób jednoznaczny i łatwy do zrozumienia dla grup docelowych. Maksymalna liczba punktów jaką może uzyskać oferta: 10 punktów.

Liczba uzyskanych punktów dla każdego z wyżej wymienionych elementów, po zsumowaniu stanowić będzie końcową liczbę punktów w kryterium „Wstępna koncepcja kreatywna kampanii".

UWAGA: W przypadku gdy za kryterium „Wstępna koncepcja kreatywna kampanii" oferta uzyska mniej niż 30 punktów, będzie podlegała odrzuceniu.
Ocenie podlegać będą oferty niepodlegające odrzuceniu.

VIII. Sposób przygotowania i termin złożenia oferty:

Wypełniony w języku polskim formularz ofertowy, według wzoru określonego w załączniku nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego, opatrzony podpisem elektronicznym, należy złożyć drogą mailową na adres: Patrycja.Pyl@mrit.gov.pl lub Sylwia.Staniak@mrit.gov.pl do dnia 13 listopada 2026 r.

INFORMACJE DODATKOWE: Zamawiający informuje, że Ministerstwo Rozwoju i Technologii zawiera umowy na podstawie własnych wzorów umów stosowanych w Ministerstwie.

IX. Osoby uprawnione do kontaktów z oferentami:

Patrycja Pyl,

Departament Zrównoważonej Gospodarki

Ministerstwo Rozwoju i Technologii

tel. +48 22 411 91 56

Patrycja.Pyl@mrit.gov.pl

i

Sylwia Staniak,

Departament Zrównoważonej Gospodarki

Ministerstwo Rozwoju i Technologii

tel. +48 22 411 99 52

Sylwia.Staniak@mrit.gov.pl

X Uwagi:

a) Każdy Oferent może złożyć tylko jedną ofertę.

b) Złożona oferta nie stanowi oferty w myśl ustawy Prawo zamówień publicznych ani ustawy Kodeks cywilny.

c) Zamawiający zastrzega sobie prawo odwołania zapytania ofertowego lub jego zamknięcia bez wybrania którejkolwiek z ofert.

d) W celu zapewnienia porównywalności wszystkich ofert, Zamawiający zastrzega sobie prawo do skontaktowania się z właściwymi Oferentami w celu uzupełnienia lub doprecyzowania ofert.

e) Zamawiający przekaże drogą mailową informację o wyborze najkorzystniejszej oferty wszystkim Oferentom.

f) Zamawiający nie wpłaca zaliczek za realizację zadania. Płatność dokonywana jest po wykonaniu usługi.

g) Formularz oferty powinien obejmować wszystkie koszty realizacji zadań (brutto i netto).

h) Oferta powinna uwzględniać wszystkie koszty ponoszone przez Oferenta w związku z realizacją zadań wskazanych w niniejszym zapytaniu ofertowym, w tym również prawa autorskie.

i) Wykonawca będzie zobowiązany do przestrzegania przepisów 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 (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1) dalej „RODO".

j) Jeśli w ramach realizacji zadania wystąpi potrzeba przetwarzania danych osobowych Wykonawca świadczący usługi zapewni wystarczające gwarancje wdrożenia odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych, by przetwarzanie danych spełniało wymogi RODO i chroniło prawa osób, których dane dotyczą.

Klauzula obowiązku informacyjnego

Na podstawie art. 13 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str.1, z późn. zm.) informuję że:

1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Minister Finansów i Gospodarki, którego obsługę zapewnia Ministerstwo Rozwoju i Technologii z siedzibą w Warszawie, Plac Trzech Krzyży 3/5, mail: kancelaria@mrit.gov.pl, tel. +48 222 500 123, adres skrytki na ePUAP: /MRPIT/SkrytkaESP, adres do doręczeń elektronicznych: AE:PL-68477-29007-EFSHR-25. Wykonującym obowiązki Administratora jest Dyrektor Departamentu Zrównoważonej Gospodarki.

2. Jeśli ma Pani/Pan pytania dotyczące przetwarzania Pani/Pana danych osobowych, a także przysługujących Pani/Panu praw, może się Pani/Pan kontaktować z wyznaczonym przez Administratora Inspektorem Ochrony Danych, wysyłając informację na skrzynkę: iod@mrit.gov.pl.

3. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane na podstawie:

- art. 6 ust. 1 lit. b RODO tj. w związku z zawarciem i realizacją umowy, której jest Pani/Pan stroną;

- art. 6 ust. 1 lit. c RODO tj. wypełnienia obowiązku prawnego wynikającego z art. 34a ust. 1 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 o finansach publicznych (Dz.U. z 2025 r. poz. 1483 z późn. zm.);

- art. 6 ust. 1 lit. f RODO tj. prawnie uzasadnionego interesu administratora, polegającego na konieczności właściwego identyfikowania kontrahenta przy zawieraniu umowy - jeżeli jest Pani/Pan pełnomocnikiem lub osobą reprezentującą stronę przy zawarciu umowy.

4. Pani/Pana dane osobowe są przetwarzane na Pani/Pana żądanie w celu realizacji działań przed zawarciem umowy, a następnie będą przetwarzane w celu jej wykonania i realizacji celów dowodowych i archiwalnych. Jeżeli jest Pani/Pan stroną zawartej z Administratorem umowy, to Pani/Pana dane osobowe będą również przetwarzane w celach, w których przepisy nakazują nam upubliczniać informacje o zawarciu umowy w Centralnym Rejestrze Umów Jednostek Sektora Finansów Publicznych (CRU).

5. Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych mogą być:

- organy władzy publicznej oraz podmioty wykonujące zadania publiczne lub działające na zlecenie organów władzy publicznej, w zakresie i w celach, które wynikają z przepisów powszechnie obowiązującego prawa (np. na żądanie sądów, urzędów skarbowych, Prokuratury lub Policji);

- inne podmioty, które na podstawie stosownych umów podpisanych z MRiT przetwarzają dane osobowe, dla których Administratorem jest Minister Finansów i Gospodarki, którego obsługę zapewnia Ministerstwo Rozwoju i Technologii (np. podmioty świadczące usługi prawne, dostawcy systemów informatycznych i usług IT oraz telekomunikacyjnych, operatorzy pocztowi i kurierzy).

- w zakresie danych zawartych w CRU są one jawne i powszechnie dostępne dla każdego użytkownika za pośrednictwem publicznego portalu internetowego – z wyjątkiem ograniczeń ze względu na prywatność osoby fizycznej.

6. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane przez okres niezbędny do realizacji celów przetwarzania, w tym do czasu upływu okresu przedawnienia zobowiązania podatkowego wynoszącego 5 lat, oraz nie krócej niż okres wskazany w przepisach o archiwizacji, tj. ustawie o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz. U. z 2020 r. poz. 164 z późn. zm.). W zakresie danych upublicznionych w rejestrze CRU Pani/Pana dane będą przechowywane w systemie przez okres 5 lat od roku kalendarzowego, w którym umowa została zawarta. Po tym czasie będą automatycznie usuwane z systemu.

7. Pani/Pana dane osobowe nie będą podlegać zautomatyzowanemu podejmowaniu decyzji lub profilowaniu.

8. Podanie danych jest dobrowolne, ale niezbędne do zawarcia umowy.

9. Pani/Pana dane osobowe nie będą przekazane do państw trzecich.

10. W związku z przetwarzaniem Pani/Pana danych osobowych przysługują Pani/Panu następujące prawa:

- prawo dostępu do swoich danych oraz otrzymania ich kopii zgodnie z art. 15 RODO;

- prawo do sprostowania swoich danych zgodnie z art. 16 RODO;

- prawo do ograniczenia przetwarzania danych zgodnie z art. 18 RODO;

- prawo do złożenia sprzeciwu wobec przetwarzania danych, zgodnie z art. 21 RODO – w odniesieniu do przetwarzania opartego o prawnie uzasadniony interes administratora.

11. W przypadku powzięcia informacji o niezgodnym z prawem przetwarzaniu Pani/Pana danych osobowych, przysługuje Pani/Panu prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego właściwego w sprawach ochrony danych osobowych, tj. Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

Załączniki:

1. Formularz ofertowy
2. Opis Przedmiotu Zamówienia.