

Polska Agencja Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna
ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

REGULAMIN KONKURSU

na wybór Operatora prowadzącego sklep na Światowej Wystawie EXPO 2020 w Dubaju
(Zjednoczone Emiraty Arabskie)

Warszawa, 28.04.2021 r.

§ 1

Organizator konkursu

Organizatorem Konkursu jest Polska Agencja Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna, z siedzibą w Warszawie (00-025) przy ul. Kruczej 50, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000109815, kapitał zakładowy w wysokości 81 382 492,02 zł, wpłacony w całości, posiadająca numer NIP: 526-030-01-67 oraz REGON: 012070669 (www.paih.gov.pl), tel. +48 22 334 99 80, faks +48 22 334 99 99, zwana dalej „Organizatorem Konkursu” lub „PAIH S.A.”

§ 2

Przedmiot konkursu

1. Przedmiotem Konkursu jest wybór – na podstawie kryteriów opisanych w niniejszym Regulaminie – podmiotu, który na własny rachunek i własne ryzyko będzie prowadził sklep, stanowiący jeden z elementów Pawilonu Polski na Światowej Wystawie EXPO 2020 w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie), zwany dalej „Konkursem”.
2. Nagrodą w Konkursie jest zawarcie umowy na Operatora sklepu na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
3. Niniejszy Konkurs jest prowadzony z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2019 roku poz. 2019 t.j. z późn. zm.). Niniejszy Konkurs prowadzony jest na podstawie wewnętrznej procedury PAIH S.A. oraz na podstawie art. 919-921 ustawy z dnia z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2019 roku poz. 1145 t.j. z późn. zm.).

§ 3

Informacja o Światowej Wystawie EXPO 2020 w Dubaju i udziale Polski

1. Podstawowe informacje dotyczące Światowej Wystawy EXPO

Wystawa Światowa EXPO 2020 odbędzie się w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie) w dniach od 1 października 2021 r. do 31 marca 2022 r. (182 dni). Wystawy Światowe EXPO nie są targami branżowymi skierowanymi do profesjonalistów, ekspertów czy też przedsiębiorców działających w danej branży, lecz międzynarodowymi imprezami promocyjnymi, w ramach których na wielu forach i w różnych formach prezentowany jest dorobek kulturalny, naukowy, gospodarczy, techniczny, czy też atrakcje turystyczne poszczególnych państw-uczestników EXPO.

Wystawy EXPO skierowane są do szerokiej publiczności. Kompleksowa, wielobarwna prezentacja dorobku niemal wszystkich krajów i największych organizacji na świecie tworzy olbrzymie

innowacyjne widowisko, wykorzystujące multimedia i najnowsze techniki budowania ekspozycji. Miasta, w których odbywają się wystawy EXPO na ponad pół roku stają się stolicami świata, które przyciągają szerokie spektrum gości – od delegacji państwowych na najwyższych szczeblach, poprzez przedsiębiorców i biznesmenów, a skończywszy na turystach oraz mieszkańcach kraju-organizatora. Z ostatniej grupy gości, najliczniej wystawy EXPO odwiedzają rodziny z dziećmi. Światowe Wystawy EXPO mają takie znaczenie, jak w sporcie igrzyska olimpijskie czy mistrzostwa świata w piłce nożnej (Mundial).

Hasłem przewodnim Światowej Wystawy EXPO 2020 w Dubaju będzie „Connecting Minds, Creating the Future” – „łącząc umysły, tworzymy przyszłość”. Temat przewodni rozwijają trzy podtematy: Opportunity (Szanse), Mobility (Mobilność) i Sustainability (Zrównoważony Rozwój). Organizatorzy Wystawy przewidują, że Wystawę w Dubaju odwiedzi 18 mln gości, zaś w Wystawie weźmie udział ponad 200 krajów i organizacji międzynarodowych. Teren Wystawy EXPO 2020 otwarty będzie dla zwiedzających codziennie w godzinach od 10.00 do 1 rano (w czwartki i piątki do 2.00), zaś pawilony narodowe (w tym Pawilon Polski) czynne będą dla zwiedzających codziennie w godzinach od 10.00 do 22.00.

Więcej na temat Światowej Wystawy EXPO 2020 w Dubaju na oficjalnej stronie organizatora Wystawy - <https://www.expo2020dubai.com/>.

2. Udział Polski w Światowej Wystawie EXPO 2020

Polska od wielu lat jest aktywnym uczestnikiem Wystaw Światowych EXPO. W pawilonach mieszczących polską ekspozycję istotnym elementem, który przyciągał znaczną liczbę gości były restauracje i punkty sprzedaży (np. na Wystawie Światowej w Hanowerze 2000 r, w Aichi w 2005 r., w Mediolanie w 2015 r., czy też na ostatniej Wystawie EXPO w Astanie w 2017 r.).

Polski udział w Wystawie EXPO 2020 będzie zawierał trzy wątki tematyczne: technologia, współpraca międzynarodowa i natura.

Cele obecności Polski na Wystawie EXPO w Dubaju obejmują zarówno promocję gospodarczą (wzmocnienie kontaktów gospodarczych Polski z ZEA, całym regionem Bliskiego Wschodu i wykraczające poza ten obszar); w szczególności w zakresie wspierania polskich przedsiębiorców w poszukiwaniu nowych rynków zbytu oraz budowaniu trwałych relacji handlowych, a także wzmocnienie wizerunku Polski na arenie międzynarodowej. Niniejsze cele będą realizowane również poprzez sklep, w którym goście Pawilonu Polski będą mogli zapoznać się z najbardziej atrakcyjnymi produktami i usługami polskich firm.

Założeniem polskiej obecności na EXPO Dubaj 2020 jest promocja technologii i firm reprezentujących branże strategiczne z punktu widzenia potencjału eksportowego na rynki Bliskiego Wschodu i inne rynki, a tym samym realny wzrost transakcji biznesowych.

3. Pawilon Polski na Światowej Wystawie EXPO 2020

Głównym forum polskiej prezentacji na EXPO 2020 będzie Pawilon Polski, o powierzchni użytkowej całkowitej 1.400 m², którego hasłem będzie: „Creativity inspired by nature” („Kreatywność inspirowana

naturą”). Do tego hasła nawiązywać będzie zarówno bryła i fasada Pawilonu, jak i ekspozycja wewnętrzna. Pawilon Polski będzie głównym miejscem koncentracji różnych wydarzeń promocyjnych, spotkań decydentów i ekspertów. Ramowe założenia ścieżki zwiedzania w Pawilonie zawarte są w Załączniku nr 1.

Pawilon Polski będzie zlokalizowany na terenie Wystawy EXPO 2020 w bardzo korzystnym miejscu pod względem promocyjnym. Wybrane miejsce umożliwi dobrą widoczność fasady Pawilonu Polski z jednego z głównych traktów komunikacyjnych na terenie Wystawy EXPO 2020, co będzie sprzyjać przyciąganiu gości do Pawilonu Polski. Zapewni to odpowiednią frekwencję (i obroty) również w sklepie w Pawilonie Polski. Pawilon Polski będzie w stanie przyjąć maksymalnie ok. 1.000 zwiedzających na godzinę.

W Pawilonie Polskim, w bezpośrednim sąsiedztwie sklepu, będzie zlokalizowana restauracja, która umożliwi zaprezentowanie dorobku i osiągnięć polskiej sztuki kulinarnej, publiczności nie tylko arabskiej, ale i światowej (70% gości Wystawy EXPO ma pochodzić spoza ZEA), a jednocześnie stanowić może ciekawe miejsce spotkań towarzyskich gości z różnych krajów, miejsce do którego chętnie się wraca i poleca innym.

To co wyróżnia Pawilon Polski, to rozbudowana strefa dzieci – podzielona na część dedykowaną dzieciom młodszym oraz część warsztatową dla dzieci starszych. W myśl tematu przewodniego EXPO – „Łącząc umysły, tworzymy przyszłość”, ofertę Pawilonu kierujemy również do młodszych pokoleń, które będą tworzyć przyszłość naszego świata.

4. Koncepcja sklepu w ramach Pawilonu Polski

Koncepcja Programowa udziału Polski w Wystawie EXPO 2020 w Dubaju, której wyciąg stanowi Załącznik nr 2 do niniejszego Regulaminu, przewiduje funkcjonowanie w ramach Pawilonu Polski sklepu, który będzie miejscem promocji i sprzedaży polskich produktów dla szerokiego grona międzynarodowych gości Pawilonu Polski. Sklep będzie dostępny dla gości w formie fizycznej w Pawilonie (showroom), jak również przez Internet, w tym na urządzeniach mobilnych.

Sklep, niezależnie od kanału dostępu (showroom w Pawilonie, e-sklep dostępny przez internet, oraz urządzenia mobile), powinien oferować asortyment spójny z koncepcją udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju oraz ekspozycją wewnętrzną w Pawilonie Polski, jak również zakres oferowanych produktów do sprzedaży powinien być spójny wewnątrz w ramach różnych kanałów dostępu. Klienci powinni mieć swobodę wyboru metody, miejsca i czasu dokonania zakupu i za każdym razem mieć dostęp do spójnej oferty. Internetowa odsłona sklepu powinna być tak przygotowana, aby zakupów mogły dokonywać również osoby, które nie są gośćmi EXPO (korzystające z niego z polecenia np. Zagranicznych Biur Handlowych PAIH lub placówek dyplomatycznych). Szczegółowe założenia dla sklepu zawarte są w Załączniku 3 do Regulaminu Konkursu.

Operator sklepu ma jednakże swobodę w kształtowaniu szczegółowych założeń swej koncepcji, przy konieczności uwzględnienia następujących wytycznych:

- a) Charakter sklepu oraz zasady promocji polskich marek będą spójne i powiązane merytorycznie z tematem przewodnim polskiej ekspozycji „Poland: Creativity inspired by nature” („Polska: Kreatywność inspirowana naturą”) i uwzględniają przekazane przez Organizatora Konkursu rekomendacje w zakresie produktów odpowiadających tematycznie strefom ekspozycji w Pawilonie Polski;
- b) Charakter sklepu oraz promowane marki powinny stanowić ważne narzędzie promocji Polski i budowania pozytywnych skojarzeń związanych z Polską;
- c) Uczestnik Konkursu zaproponuje docelową nazwę marketingową sklepu, która będzie podlegać zatwierdzeniu przez Organizatora Konkursu. Wizualizacja sklepu zostanie wypracowana przez Organizatora Konkursu w porozumieniu z uczestnikiem Konkursu, po zatwierdzeniu docelowej nazwy marketingowej sklepu, w oparciu o system identyfikacji wizualnej obecności Polski na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju;
- d) Showroom w Pawilonie Polski będzie uzupełnieniem strefy komercyjnej, w której skład wchodzi dodatkowo restauracja. W ofercie showroom mogą znaleźć się np. polskie słodczyki cieszące się zarówno na rynkach arabskich, jak i azjatyckich dużym powodzeniem (np. krówki, śliwki w czekoladzie, ptasie mleczko oraz zestawy polskich przysmaków), drobne wyroby rękodzielnicze o wysokich walorach wzorniczych i jakościowych, płyty i inne nośniki z polską muzyką i inne artykuły promujące polskie wzornictwo i wyroby regionalne (dodatki odzieżowe, elementy zastawy lub wystroju wnętrz, tradycyjne zabawki, tekstylia z polskimi wzorami, ceramika, biżuteria, kosmetyki naturalne, produkty ekskluzywne etc.). Sklep w Pawilonie powinien pełnić funkcję nie tylko „pamiątkarską”, ale stanowić spójny z ekspozycją element promocji polskich produktów i usług oraz uzupełnienie opowieści o Polsce w kontekście tematu przewodniego wystawy, z którą zwiedzający mogli zapoznać się w Pawilonie Polski;
- e) Wytyczne dotyczące prowadzenia działalności komercyjnej na terenie Wystawy EXPO znajdują się w szczególności w następujących dokumentach arabskiego organizatora Wystawy EXPO 2020, stanowiące Załącznik nr 4:
 - i. Commercial Guide;
 - ii. Food and Beverage Guide;
 - iii. Food and Beverage Instructional Handbook
 - iv. Logistics and Customs Guide;
 - v. Value Added Tax Guide
 - vi. Special Regulation No 9-Concerning Commercial Activities by Official Participants;
 - vii. Expo 2020 RISE Guidelines for Sustainable Operations.
- f) W przypadku produktów spożywczych, selekcja powinna być zgodna z postanowieniami Food and Beverage Guide, zawartym w Załączniku nr 4 b), a przechowanie produktów - zgodne zaleceniami Organizatora Expo – przestrzeganie tych obowiązków leży po stronie Uczestnika Konkursu;
- g) Ze względu na ograniczoną przestrzeń przewidzianą w projekcie architektonicznym Pawilonu na strefę sklepu (7,75 m²), planowane jest jego prowadzenie w formule showroomu, natomiast większa część sprzedaży ma się odbywać poprzez platformę internetową („e-

- sklep”). Formuła ta pozwoli na poszerzenie asortymentu oferowanego towaru, uwzględniając także produkty o większych gabarytach (np. meble, artykuły wyposażenia wnętrz).
- h) Oferta produktowa w ramach sklepu powinna być prezentowana w taki sposób, aby przedstawiać klientowi tradycje i potencjał polskich produktów i całych branż, kluczowe zalety i inne elementy, które przyczynią się do zbudowania pozytywnych skojarzeń z Polską i polskimi produktami.
 - i) „E-sklep” będzie zintegrowany z bazą produktów i usług, oferowanych przez polskie podmioty, zawartą w elektronicznej wersji Publikacji Promocyjnej na temat branż strategicznych o największym potencjale eksportowym, opracowanej przez Organizatora w ramach innego zamówienia, opublikowanej na stronie www.expo.gov.pl, przynajmniej w ten sposób, że na stronie prezentującej dany produkt lub usługę zostaną umieszczone:
 - i. linki do informacji zamieszczonej w elektronicznej wersji Publikacji Promocyjnej o producencie danego towaru / usługi;
 - ii. linki do strony Publikacji Promocyjnej prezentującej daną branżę i producentów z danej branży.
 - j) Charakter sklepu oraz sposób promowania marek powinien mieć jak największe przełożenie na eksport polskich produktów i usług; w związku z tym preferowane będą funkcjonalności, których celem i efektem będzie sprzedaż dla końcowego konsumenta, jak również skorzystanie z linków do Publikacji Promocyjnej, złożenie zapytania lub przynajmniej nawiązanie kontaktu z polskimi firmami.
 - k) Sposób prezentacji oferty w sklepie powinien uwzględniać zróżnicowane oczekiwania różnych segmentów odwiedzających Wystawę EXPO, w tym wynikające z wieku, kultury, religii, stylu życia, wyznawanych wartości czy innych cech demograficznych i socjologicznych.
 - l) Zakres promowanej oferty może obejmować zarówno produkty, jak i usługi (np. turystyka medyczna, ekologiczna, wypoczynkowa itp.); może obejmować również produkty niematerialne i cyfrowe (utwory muzyczne, filmy, gry komputerowe, aplikacje itp.). Okazje zakupowe związane z ekspozycją stałą Pawilonu Polski zaprezentowane są w Załączniku nr 5.
 - m) Organizator preferuje wzbogacanie sklepu o działania wprowadzające zmienność (promocje, oferty specjalne, np. wynikające z polskich świąt i zwyczajów czy wydarzeń, które mają miejsce w Pawilonie Polski); działania takie powinny być prowadzone zarówno w sklepie w Pawilonie, jak również w jego internetowej odsłonie („e-sklepie”).
 - n) Uczestnik Konkursu zaproponuje w ramach oferty zasady doboru asortymentu towarów i usług oraz doboru dostawców. Ostateczny wybór produktów i usług Wykonawca będzie dokonywał przy współudziale PAIH.
 - o) Wykonawca zaproponuje sposób kategoryzacji asortymentu z podziałem na kanały sprzedaży (fizyczny w ramach Pawilonu i online w ramach e-sklepu) – np. poprzez odniesienie do stref Pawilonu, podział na branże, rodzaj produktów, etc.;
 - p) W związku z planowanymi w ramach Pawilonu Polski na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju prezentacjami regionalnymi, sklep może być okresowo wzbogacony o produkty i treści związane z poszczególnymi regionami.

- q) Przedsiębiorcy korzystające z usług sklepu powinny mieć możliwość wyboru sposobu, zakresu, czasu i intensywności promocji swojej oferty, np.:
 - i. prezentacja i sprzedaż oferty w kanale internetowym (różne warianty w zależności od sposobu ekspozycji),
 - ii. prezentacja i sprzedaż oferty w Pawilonie Polski (różne warianty ekspozycji):
 - iii. miks powyższych sposobów promocji oraz inne warianty nie wymienione wyżej.
- r) W przypadku produktów oferowanych fizycznie w sklepie w Pawilonie, Operator jest zobowiązany do utrzymywania ich odpowiednich zapasów i organizację dostaw, w taki sposób aby zapewnić ich nieprzerwaną sprzedaż podczas całej Wystawy.

Uwaga:

Szczegółowe założenia sklepu zawarte w Załączniku nr 3 są przykładowe. Propozycja koncepcji sklepu, jego funkcjonalności z punktu widzenia klientów oraz polskich przedsiębiorców, jak również zakresu oferowanych produktów i usług (przy wzięciu pod uwagę przez Uczestnika Konkursu założeń wymienionych w ust. 4), będą ważnymi elementami oferty, a propozycja koncepcji będzie podlegać ocenie, zgodnie z kryteriami określonymi w § 8.

§ 4

Warunki techniczno-organizacyjne funkcjonowania sklepu w formie „showroom” w Pawilonie Polski

1. Organizator Konkursu udostępni wybranemu w Konkursie Operatorowi sklepu powierzchnię, tzw. showroom, w ramach ekspozycji w Pawilonie Polski, zlokalizowany na parterze w ramach przestrzeni strefy komercyjnej, o powierzchni 7,75 m² oraz zaplecze o powierzchni ok. 5,27 m² (zlokalizowany pod schodami, sufit nachylony, wysokość sufitu od 1,4 m do 2,8 m). Dodatkowo na II piętrze przewidziano szatnię wspólną dla pracowników restauracji i showroomu – dwa pomieszczenia po 3,93 m².
2. Obok showroomu, na parterze Pawilonu w ramach przestrzeni strefy komercyjnej, zlokalizowana jest przestrzeń restauracji. Z uwagi na bezpośrednie sąsiedztwo obu przestrzeni Organizator podaje istotne informacje o koncepcji obszaru restauracji:

W części konsumpcyjnej przewidziano ok. 70 miejsc. W tej części znajdować się będą stoły do spożywania posiłków oraz lada sprzedażowa. Wystrój będzie formą „opowieści” o kulturze, tradycji upraw, produktach ekologicznych i prozdrowotnych w formie ekspozycyjnych stanowisk roślinnych – roślin uprawnych, jadalnych, ziół – wewnątrz stołów restauracyjnych. Stanowiska te będą opisane skrótową informacją o roślinach. Część jadalną zaprojektowano w formie otwartego, zewnętrznego ogródka gastronomicznego w zadaszonej frontowej strefie Pawilonu Polski, obok strefy dzieci (plac zabaw przed Pawilonem) oraz strefy, w której ustawiać się będzie kolejka gości do Pawilonu. Takie usytuowanie restauracji powinno sprzyjać zapewnieniu odpowiedniej frekwencji gości restauracji. Podczas trwania Wystawy EXPO 2020 w Pawilonie Polski odbywać się będą również prezentacje regionów Polski, których nieodłącznym elementem będą prezentacje potraw regionalnych.

Strefa konsumpcji w restauracji będzie tematycznie i wizualnie zintegrowana z całością polskiej ekspozycji. Dlatego też np. stoły jadalne zostały zaplanowane w postaci stanowisk roślinnych – grup roślin w wielkoprzestrzennych donicach wpuszczonych w powierzchnie blatów stołów. Meble będą wykonane z podobnych, naturalnych materiałów, jak pozostała część ekspozycji, tj. drewno, stal, szkło.

3. Wykończenie i podstawowe wyposażenie powierzchni showroomu i zaplecza: Operatorowi zostanie udostępniony showroom w formie lady sprzedażowej wykonanej z drewna o powierzchni 7,75 m². Projekt lady sprzedażowej stanowi załącznik nr 6A. Operator nie będzie uprawniony do dokonywania jakichkolwiek zmian w udostępnionej powierzchni w zakresie instalacji, a także zmian techniczno-budowlanych. Posadzka będzie wykonana z kostki granitowej. Zaplecze magazynowe będzie posiadało wykończenie ścian powłoką malarską emulsyjną, zaś posadzka będzie wykończona gresem. Powierzchnia zaplecza magazynowego wynosi 5,27 m².
4. Operator sklepu na swój koszt wyposaży showroom i zaplecze w niezbędne urządzenia i sprzęt. Organizator Konkursu przekaze Operatorowi wszelkie ewentualne wytyczne Organizatora EXPO odnośnie wyposażenia technicznego (np. kasy fiskalne, ekrany TV, kioski internetowe itp.). Lokalizacja przyłączy może być zmieniona w uzgodnieniu z wykonawcą budowy Pawilonu Polski.
5. Dostawy towarów do zaplecza showroomu zapewnione będą od południowo-zachodniej strony działki, od ulicy serwisowej zlokalizowanej na tyłach Pawilonu. Dostawy możliwe będą zarówno w porze nocnej, jak i dziennej, przy zachowaniu regulacji określonych przez Organizatora Wystawy EXPO, zgodnie z Załącznikiem nr 4, część Logistics and Customs Guide.
6. Projekt architektoniczny strefy komercyjnej, tj. restauracji i showroomu, jej wizualizacja oraz plan sytuacyjny usytuowania tej strefy w ramach Pawilonu Polski znajdują się w Załączniku nr 5 do niniejszego Regulaminu.
7. Zwycięzca Konkursu zostanie zaproszony do negocjacji umowy o współpracy z PAIH S.A. po zakończeniu Światowej Wystawy EXPO 2020 w zdefiniowanym zakresie promocji polskich marek i polskich produktów.
8. Zwycięzca Konkursu zostanie zaproszony do udziału w Katalogu online polskich przedsiębiorców.

§ 5

Obowiązki Operatora sklepu

1. Zadaniem wyłonionego w Konkursie Operatora będzie zaprojektowanie, uruchomienie i prowadzenie sklepu w ramach Pawilonu Polski w czasie trwania Światowej Wystawy EXPO 2020 w Dubaju, zarówno w formie fizycznej na miejscu w Pawilonie (showroom), jak również w formie wirtualnej (e-sklep).
2. Operator, w ramach prowadzenia sklepu w formie showroomu, zapewni na swój koszt:
 - a) dostawę i montaż kompletnego wyposażenia i wszelkich niezbędnych urządzeń do prezentacji oferty w showroomie, które zostały wskazane w ofercie (np. stanowiska z dostępem do „e-

sklepu” przez internet, lady, gabloty itp.) oraz właściwe dopasowanie funkcjonowania zaplecza (a po zakończeniu Wystawy EXPO 2020, w terminach wskazanych przez Organizatora Konkursu również demontaż i wywóz), jak również dostosowanie wyposażenia showroomu do ogólnych warunków technicznych istniejących w Pawilonie Polski na EXPO 2020 oraz do ogólnych przepisów arabskich organizatorów, obowiązujących na terenie Wystawy EXPO 2020; wyposażenie będzie zawierało elementy systemu identyfikacji wizualnej, w tym logo sklepu, które zostanie opracowane i dostarczone przez Organizatora,

- b) asortyment towarów w ilości i różnorodności wystarczającej do zaspokojenia potrzeb potencjalnych kupujących;
- c) opakowania, torby oraz materiały do pakowania, zgodnie z wzorami przedstawionymi przez Organizatora;
- d) organizację magazynu i dostaw, zgodnie z przepisami obowiązującymi na Wystawie Światowej EXPO 2020 i w ZEA, z uwzględnieniem przepisów celnych obowiązujących w ZEA i w obrocie między Polską a ZEA;
- e) stałą obsługę showroomu, zaplecza i magazynu, przez cały okres Wystawy w godzinach aktywności Polskiego Pawilonu, w tym osobę decyzyjną ds. bieżących (osobę zarządzającą sklepem) obecną przez min. 4 godziny działania showroomu w ciągu dnia przez min. 5 dni w tygodniu na miejscu w Pawilonie. Personel obsługi klientów musi posługiwać się biegle językiem angielskim, a dodatkowo przynajmniej jedna osoba z obsługi klienta w showroomie oraz jedna osoba infolinii e-sklepu na każdej zmianie posługiwały się językiem arabskim. Zalecane jest, aby obsługa była przeszkolona i miała wcześniejsze doświadczenie w zakresie obsługi klientów międzynarodowych. Operator zapewni pracownikom obsługi klienta w showroomie stroje wg wzoru uzgodnionego z Organizatorem Konkursu. Operator będzie zobowiązany do dbania o czystość strojów i ich schludny wygląd;
- f) czystość i higienę w miejscu prowadzenia showroomu i na zapleczu oraz odpowiednie warunki BHP dla wszystkich zatrudnianych przez siebie pracowników obsługi (w tym także dla pracowników magazynu zewnętrznego odpowiednie stroje robocze) oraz środki czystości spełniające aktualne wymogi związane z pandemią COVID-19 dla wszystkich swoich pracowników; w sytuacji zagrożenia epidemiologicznego Operator wyposaży swoich pracowników w maseczki oraz rękawiczki oraz inne niezbędne akcesoria, w niezbędnej ilości oraz zobowiąże ich do wykonywania pracy w sposób zgodny z aktualnymi zaleceniami epidemicznymi.
- g) ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej, na sumę gwarancyjną nie mniejszą niż 1 000.000 zł (słownie: jeden milion złotych), ważne również na terenie Zjednoczonych Emiratów Arabskich, w okresie od dnia przekazania przez Organizatora Konkursu Operatorowi powierzchni showroomu i zaplecza do dnia zwrotu przez Operatora przekazanej powierzchni,
- h) niezbędne ubezpieczenie personelu showroomu, magazynu i zaplecza (w tym ubezpieczenie zdrowotne obejmujące koszty leczenia, ubezpieczenie od NNW, polisa OC); ważne na terenie Zjednoczonych Emiratów Arabskich w okresie zatrudnienia personelu w sklepie;

- i) spełnienie przez personel sklepu wszelkich wymogów dotyczących obowiązkowych szkoleń, badań lekarskich, oraz wypełnienie innych przepisów obowiązujących na terenie Światowej Wystawy Expo 2020 oraz Państwa Zjednoczonych Emiratów Arabskich (np. kwestie wizowe, podatkowe, itp.).
3. Operator, w ramach tworzenia i prowadzenia sklepu w formie „e-sklepu”, zapewni na swój koszt:
- a) w pełni funkcjonalną i intuicyjną w użytkowaniu platformę internetową, umożliwiającą klientom zakup oferowanych polskich produktów i usług (preferowane firmy z polskim kapitałem i tradycyjne polskie marki);
 - b) przed przystąpieniem do realizacji platformy „e-sklepu”, Operator opracuje koncepcję funkcjonalną (merytoryczną) oraz techniczną „e-sklepu”, przeprowadzi analizę UX, opracuje „ścieżki użytkownika” oraz przygotuje jego makietę i wizualizację platformy, która powinna być spójna z systemem identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju; wszystkie elementy prac będą podlegały akceptacji Organizatora;
 - c) Operator przygotuje harmonogram wdrożenia programistycznego i testów „e-sklepu”;
 - d) Operator wykona kompleksowe testy wydajnościowe, bezpieczeństwa, UAT (testy akceptacyjne z udziałem przedstawicieli Organizatora Konkursu); pozytywny wynik testów jest warunkiem koniecznym do odbioru platformy „e-sklepu” przez Organizatora;
 - e) Po zakończeniu prac programistycznych i testów Operator zasili platformę „e-sklepu” odpowiednimi treściami oraz ofertami produktów / usług;
 - f) na etapie tworzenia koncepcji oraz prac programistycznych i testów platformy „e-sklepu” Operator będzie odbywał spotkania statusowe z Organizatorem Konkursu min. raz w tygodniu, na których będzie przedstawiał do weryfikacji i akceptacji przez Organizatora Konkursu wykonane elementy „e-sklepu”;
 - g) dostęp do platformy „e-sklepu” przez stronę internetową (dostosowaną do różnych typów urządzeń stacjonarnych i mobilnych i do osób o szczególnych wymaganiach);
 - h) „e-sklep” powinien funkcjonować w kilku językach – zaproponowanych przez Operatora (w tym obowiązkowo w wersji polskiej, angielskiej i arabskiej);
 - i) odpowiednią organizację wysyłki towarów i zapewnienie możliwie krótkiego czasu dostawy do docelowego kupującego po możliwie niskim koszcie i wysokiej skuteczności – potencjalnie dostawa do miejsc zlokalizowanych na całym świecie;
 - j) organizację ubezpieczenia przesyłek na wypadek zdarzeń losowych podczas transportu;
 - k) organizację obsługi płatności w najbardziej popularnych standardach, umożliwiając dokonanie płatności osobom z całego świata – w tym kartą kredytową, kartą debetową, poprzez PayPal, PayU, Google Pay, Apple Pay, Alipay i inne systemy zgodnie z wynikami analiz Operatora;
 - l) przygotowanie regulaminu „e-sklepu” oraz dostosowanie do regulacji konsumenckich przy sprzedaży transgranicznej, w tym do obsługi zwrotów i reklamacji;
 - m) obsługę klienta „e-sklepu” przez 24h na dobę (obsługa zapytań, reklamacji), z czasem na odpowiedź maksymalnie 24h, przy założeniu, że pracujące przy obsłudze klienta będą posługiwały się płynnie językiem angielskim oraz językiem arabskim.
 - n) asortyment towarów o różnorodności większej niż w „showroomie” w Pawilonie;

- o) obsługę dostawców produktów i usług, uregulowaną za pomocą odpowiednich regulaminów i umów;
 - p) zgodność z przepisami podatkowymi, celnymi i innymi regulacjami przy sprzedaży transgranicznej;
 - q) niezbędne ubezpieczenie personelu „e-sklepu” na czas zatrudnienia (w tym ubezpieczenie zdrowotne obejmujące koszty leczenia, ubezpieczenie od NNW, polisa OC); w przypadku pracowników pracujących w Zjednoczonych Emiratach Arabskich ubezpieczenie powinno być ważne na terytorium tego państwa ;
 - r) spełnienie przez personel „e-sklepu” wszelkich wymogów dotyczących obowiązkowych szkoleń, badań lekarskich, oraz wypełnienie innych obowiązujących przepisów, w tym obowiązujących na terenie Wystawy Expo lub Państwa Zjednoczonych Emiratów Arabskich (np. kwestie wizowe, podatkowe, itp.);
 - s) realizację działań promocyjnych, których celem jest zwiększenie zainteresowania sklepem, zwiększenie sprzedaży i znajomości polskich marek. Organizator będzie promował sklep poprzez kanały własne (strona internetowa www.expo.gov.pl, media społecznościowe). Do zadań Operatora należy wsparcie działań promocyjnych Organizatora oraz realizacja działań promocyjnych z wykorzystaniem własnych kanałów komunikacji. Zakres i harmonogram działań będą konsultowane z Organizatorem Konkursu.
4. Operator we własnym zakresie zapewni oznaczenia produktów sprzedawanych w sklepie (w „showroomie” i „e-sklepie”), które będą związane z Polską i zostaną przygotowane na podstawie systemu identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju. Oznaczenia mogą mieć postać spójnych opakowań lub dobrze widocznych oznaczeń na opakowaniach produktów lub opakowaniach zewnętrznych przesyłek (np. w formie jednolitych opakowań lub naklejek). Organizator preferuje oznaczenie wszystkich sprzedawanych produktów w „showroomie” i „e-sklepie”.
 5. Operator zapewni na swój koszt systemową weryfikację rzetelności dostawców produktów oraz weryfikację jakości produktów w celu zapewnienia najlepszego doświadczenia klienta.
 6. Operator jest zobligowany do przestrzegania przepisów ogólnych oraz szczegółowych dotyczących prowadzenia działalności komercyjnej w ZEA i na terenie Wystawy EXPO 2020, w tym zawartych w tzw. EXPO Guides, Commercial Guide i innych regulacji zawartych w Załączniku nr 4.
 7. Operator będzie zobowiązany do prowadzenia w pełni udokumentowanego obrotu finansowego (kasy fiskalne) oraz odprowadzania należnej prowizji (royalties) od obrotu netto showroomu na rzecz Organizatora Wystawy EXPO 2020, zgodnie z zapisami Załącznika nr 4.
 8. Operator będzie partycypował w kosztach zużycia energii elektrycznej według wskazań podliczników zainstalowanych dla showroomu i zaplecza (lub w formie ryczałtu) oraz pokrywał koszty wywozu odpadów powstałych w wyniku jego działalności w Pawilonie Polski.
 9. Operator, jako prowadzący działalność komercyjną na obszarze ZEA, będzie podlegał miejscowemu prawu podatkowemu, z uwzględnieniem przepisów szczególnych dotyczących działalności na terenie

Wystawy EXPO 2020, w tym będzie zobowiązany do zarejestrowania swojej działalności w ZEA, która podlegać będzie m.in. opodatkowaniu miejscowym podatkiem VAT.

Pozostałe wpływy z działalności Sklepu (poza zobowiązaniami podatkowymi w ZEA wynikającymi z prowadzonej działalności) pozostają po stronie Operatora.

§ 6

Warunki udziału w Konkursie

1. Każdy z uczestników bierze udział w Konkursie na równych zasadach, z zachowaniem zasady uczciwej konkurencji i równego traktowania wszystkich uczestników.
2. Uczestnikiem Konkursu może być osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, osoba prawna, jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, a także podmioty te występujące wspólnie, o ile spełniają następujące warunki:
 - a) przedmiotem faktycznej i aktualnej działalności jest:
 - i. prowadzenie sklepu internetowego, oferującego produkty i/lub usługi od min. 10 dostawców, realizującego sprzedaż w modelu B2C (sprzedawca komercyjny – konsument) lub
 - ii. prowadzenie platformy typu marketplace, czyli serwisu internetowego, którego zadaniem jest umożliwienie oferowania towarów i/lub usług wielu sprzedawcom oraz umożliwienie ich zakupu przez klientów, w modelu B2B2C (sprzedawca komercyjny – operator platformy – konsument) lub
 - iii. świadczenie usług polegających na realizacji i wdrażaniu rozwiązań handlu internetowego w modelach B2C i/lub B2B2C lub
 - iv. świadczenie usług polegających na doradztwie strategicznym przy realizacji i wdrożeniu rozwiązań handlu internetowego w modelach B2C i/lub B2B2C.
 - b) posiada odpowiednie doświadczenie w prowadzeniu działalności określonej w pkt. a., czyli:
 - i. min. 2-letnie doświadczenie w faktycznym prowadzeniu działalności, o której mowa w lit. a. tiret i. lub ii., przy czym przychody ze sprzedaży w kanale internetowym wyniosły za rok 2020 min. 1 mln zł lub
 - ii. zrealizował lub realizuje w latach 2017-2020 jako podmiot wiodący min. 2 usługi polegające na realizacji i wdrożeniu rozwiązań handlu internetowego w modelach B2C i/lub B2B2C, każdy o wartości min. 50 tys. zł lub
 - iii. zrealizował lub realizuje w latach 2017-2020 jako podmiot wiodący min. 2 usługi polegające doradztwie strategicznym przy realizacji i wdrożeniu rozwiązań handlu internetowego w modelach B2C i/lub B2B2C, każdy o wartości min. 30 tys. zł lub
 - iv. dysponuje min. 1 osobą, która współpracowała lub była zatrudniona w podmiotach spełniających kryteria określone w lit. a. tiret i.-iv., gdzie osoba ta zarządzała sprzedażą internetową, lub pełniła rolę eksperta lub lidera w ramach realizacji wskazanych tam

- usług (podmiot dysponujący kompetencjami i doświadczeniem w postaci pracownika, ale jako firma niespełniający kryteriów określonych w pkt. a. pp. i-iv.).
- c) posiada potencjał kadrowy dedykowany do prowadzenia sklepu, tj. dysponuje lub będzie dysponował zespołem osób (ekspertów), posiadających następujące doświadczenie:
- i. Kierownik projektu, który:
 - posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w roli kierownika projektów informatycznych,
 - pełnił funkcję kierownika projektu w min. 1 projekcie informatycznym związanym z tworzeniem rozwiązań dla handlu internetowego,
 - ii. Architekt systemów IT, który:
 - posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w roli architekta systemu informatycznego,
 - iii. Ekspert ds. projektowania doświadczeń użytkownika (user experience) w serwisach internetowych, który:
 - posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w roli eksperta ds. projektowania doświadczeń użytkownika w serwisach internetowych,
 - iv. Ekspert ds. transgranicznego handlu internetowego, który:
 - posiada co najmniej 5-letnie doświadczenie w roli eksperta ds. projektowania i/lub zarządzania systemami handlu internetowego w modelach B2C lub B2B2C (w tym co najmniej 2-letnie doświadczenie w zakresie transgranicznego handlu internetowego),
 - v. Osoba zarządzająca Sklepem, która:
 - posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie na stanowisku kierowniczym w roli osoby odpowiedzialnej za sprzedaż w kanale tradycyjnym i internetowym (wielokanałowym), w tym za podejmowanie decyzji biznesowych i strategicznych, planowanie pracy i zarządzanie zespołem min. 10 osób, współpracę z partnerami zewnętrznymi (dostawcami, operatorami płatności itp.) oraz kontrolę działania i wyników sprzedaży
 - posiada wysokie umiejętności organizacji pracy własnej i zespołu,
 - posiada umiejętność podejmowania decyzji pod presją czasu,
 - posiada doświadczenie w pracy w środowisku międzynarodowym,
 - posiada znajomość języka angielskiego na poziomie min. B2.

Uwaga:

Uczestnik Konkursu powinien być gotowy do przedstawienia, na żądanie Organizatora Konkursu, dokumentów poświadczających fakt prowadzenia działalności w wymaganych obszarach, posiadanie doświadczenia oraz kwalifikacje personelu uczestnika Konkursu oraz przeprowadzenia rozmowy kwalifikacyjnej z każdym z nich.

Organizator Konkursu może, na każdym etapie postępowania i na etapie realizacji Umowy, uznać, że Operator nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli zaangażowanie zasobów

technicznych lub zawodowych Operatora w inne przedsięwzięcia gospodarcze Operatora może mieć negatywny wpływ na funkcjonowanie sklepu.

- d) znajduje się w sytuacji finansowej zapewniającej odpowiednie wykonanie przedmiotu Konkursu, tj.:
- i. przychody ze sprzedaży za ostatni zamknięty rok obrotowy były większe niż 2.000.000 zł w przypadku podmiotów prowadzących sklep internetowy lub platformę typu marketplace, oraz 1.000.000 zł w przypadku innych podmiotów;
 - ii. przedstawi zabezpieczenie należytego wykonania umowy na kwotę 50.000 zł w pieniądzu, poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, gwarancjach bankowych, gwarancjach ubezpieczeniowych lub poręczenia funduszy poręczeniowych;
 - iii. nie zalega z płatnościami podatków, składek na ubezpieczenie społeczne i innych opłat publicznoprawnych lub też uzyskał zgodę właściwego organu na zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji organu podatkowego.
3. W przypadku podmiotów występujących wspólnie:
- a) warunki określone w ust. 2 lit. a., b. oraz d. tiret i oraz ii musi spełniać przynajmniej jeden z podmiotów,
 - b) warunek określony w ust. 2 lit. d. tiret iii muszą spełniać wszystkie podmioty,
 - c) warunki określone w ust. 2 lit. c. mogą być spełnione łącznie przez podmioty występujące wspólnie.
4. Ocena spełnienia powyższych warunków będzie dokonywana metodą „0/1”, tj. spełnia lub nie spełnia, w oparciu o dokumenty, oświadczenia i inne materiały dołączone do oferty. Uczestnicy niespełniający powyższych warunków zostaną wykluczeni z Konkursu.
5. W Konkursie nie mogą uczestniczyć:
- a. osoby biorące udział w opracowaniu niniejszego Regulaminu,
 - b. osoby biorące udział w organizowaniu Konkursu, w tym członkowie Komisji Konkursowej.

§ 7

Informacja o wymaganych dokumentach i sposobie przygotowania oferty

1. Uczestnik Konkursu może złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie więcej niż jednej oferty spowoduje odrzucenie wszystkich złożonych ofert.
2. Organizator Konkursu nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Organizator Konkursu nie dopuszcza możliwości złożenia oferty wariantowej.

4. Oferta musi być złożona w języku polskim.
5. Oferta wraz z załącznikami powinna być podpisana przez osobę upoważnioną do reprezentowania Uczestnika Konkursu.
6. Uczestnik Konkursu jest związany ofertą przez okres 90 dni od terminu składania ofert. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
7. Każdy z uczestników biorący udział w Konkursie jest zobowiązany złożyć ofertę na formularzu stanowiącym Załącznik nr 7 oraz dołączyć:
 - a) oświadczenie o zapoznaniu się i związaniu warunkami Konkursu oraz o akceptacji istotnych warunków umowy;
 - b) udokumentowanie prowadzenia działalności gospodarczej w obszarach wskazanych w § 6 ust. 2 lit. a.;
 - c) udokumentowanie doświadczenia w prowadzeniu działalności, o którym mowa w §6 ust. 2 lit. b.;
 - d) udokumentowanie kompetencji osób zaangażowanych w realizację sklepu, w tym życiorysy lub inne dokumenty potwierdzające wskazane w §6 ust. 2 lit. c. kompetencje osób stanowiących zespół realizujący i prowadzący sklep;
 - e) oświadczenie o niezaleganiu z płatnościami podatków, składek na ubezpieczenie społeczne i innych opłat publicznoprawnych lub też o uzyskaniu zgody właściwego organu na zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji organu podatkowego;
 - f) oświadczenie o fakcie osiągnięcia przychodów ze sprzedaży wyższych niż minima wskazane w § 6 ust. 2 lit. b. tiret i oraz lit. d. tiret. i. za ostatni zamknięty rok obrotowy, a w przypadku podmiotów prowadzących sklep internetowy lub platformę typu marketplace dodatkowo o ilości dostawców oraz obrotach osiągniętych w kanale internetowym.
 - g) informację z instytucji poręczającej potwierdzającą gotowość do wystawienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy na kwotę 50.000 zł lub o posiadaniu środków w pieniądzu na to zabezpieczenie na kwotę 50.000 zł;
 - h) prezentację uczestnika Konkursu zawierającą opis jego działalności, doświadczenia oraz potencjału kadrowego, o których mowa w § 6 ust. 2 lit. a.-c. oraz osobną prezentację doświadczenia zawodowego i kompetencji osoby zarządzającej sklepem;
 - i) prezentację koncepcji biznesowej sklepu zawierającą opis i uzasadnienie proponowanych rozwiązań w zakresie:
 - i. zasad doboru asortymentu towarów i usług oraz doboru dostawców;
 - ii. wystroju oraz sposobu prezentacji produktów w „showroomie” i w „e-sklepie” wraz z przykładowymi wizualizacjami,
 - iii. metod zaangażowania odpowiedniej liczby polskich przedsiębiorców w sprzedaż w Sklepie;
 - iv. obsługi klientów w „showroomie” oraz aktywności w Pawilonie Polski i na terenie Wystawy EXPO 2020;

- v. funkcjonalności „e-sklepu”, wraz z propozycją wyglądu głównych ekranów i sposobu promocji polskich branż i marek,
 - vi. głównych założeń umowy z dostawcami oraz struktury opłat,
 - vii. głównych założeń regulaminu „e-sklepu” dla kupujących wraz z rozwiązaniami dotyczącymi rodzajów i czasu dostaw, obsługi zwrotów i reklamacji, obsługi klienta, obsługi płatności,
 - viii. rozwiązań logistycznych zapewniających ciągłość dostaw;
 - ix. stosowanych opakowań lub oznaczeń produktów, zgodnie z systemem identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju, którego opis stanowi Załącznik nr 8;
 - x. działań promocyjnych, których celem jest zwiększenie zainteresowania sklepem oraz zwiększenie sprzedaży i znajomości polskich marek;
 - xi. docelowej nazwy sklepu;
 - xii. spełnienia wymagań prawa konsumenckiego, przepisów podatkowych i celnych i innych regulacji związanych z handlem transgranicznym;
 - xiii. główne ryzyka realizacji przedmiotu Konkursu, które mogą się pojawić w trakcie funkcjonowania sklepu, ich istotność dla powodzenia zamówienia oraz sposób zarządzania danym ryzykiem;
 - xiv. pozostałych istotnych kwestii, które uczestnik Konkursu uzna za istotne do zaprezentowania.
- j) prezentację koncepcji rozwiązania technologicznego dla zintegrowanego wielokanałowego sklepu, zawierającą opis i uzasadnienie proponowanych rozwiązań w zakresie:
- i. założeń architektury technicznej rozwiązania,
 - ii. technologii teleinformatycznej dla kluczowych komponentów systemu,
 - iii. sposobu i zakresu integracji różnych kanałów dostępu,
 - iv. jakości i bezpieczeństwa systemu (bezpieczeństwo kodu, bezpieczeństwo teleinformatyczne, zapewnienie bezpieczeństwa systemów, danych klientów Sklepu, zabezpieczenie aplikacji, testy systemu itp.), posiadanie odpowiednich certyfikatów,
 - v. infrastruktury niezbędnej do uruchomienia systemu oraz parametrów wydajności,
 - vi. parametrów dostępności systemu informatycznego (platformy internetowej „e-sklepu”) oraz maksymalnych czasów naprawy dwóch kategorii błędów:
 - 1) błąd krytyczny – błąd, który spowodował całkowity brak możliwości korzystania z „e-sklepu” lub całkowicie wstrzymał działanie „e-sklepu”, lub który powoduje niepełną funkcjonalność „e-sklepu” skutkującą niedostępnością usługi realizowanej przez „e-sklep” lub powodujący wstrzymanie lub znaczące utrudnienia w obsłudze kluczowych procesów biznesowych, o ile na jego skutek jest niemożliwa obsługa znacznej części użytkowników;
 - 2) usterka – błąd zakłócający pracę „e-sklepu”, który może mieć wpływ na jej funkcjonalność, nie ograniczający zdolności operacyjnych w obrębie obsługi i wspomagania procesu biznesowego.

- vii. dostosowania systemu do wymogów WCAG 2.0.
- viii. harmonogramu realizacji projektu wraz z opisem poszczególnych działań i kamieni milowych, uwzględniającego datę uruchomienia systemu w dniu 20.09.2021 r.,
- ix. sposobu badań potrzeb i weryfikacji produktów projektu przez użytkowników (podejście do badań potrzeb użytkowników i interesariuszy, zaprojektowania systemu, weryfikacji prototypów systemu, uczestnictwa użytkowników w testach itp.),
- x. zastosowanej metodyki zarządzania projektem,
- xi. modelu komunikacji pomiędzy uczestnikiem Konkursu a Organizatorem w czasie tworzenia systemu informatycznego dla obsługi „e-sklepu”,
- xii. pozostałych istotnych kwestii, które uczestnik Konkursu uzna za istotne do zaprezentowania.

Uwaga: koncepcja sklepu powinna spełniać wytyczne Organizatora Konkursu opisane w § 3 ust. 4 niniejszego Regulaminu.

8. W przypadku Uczestnika mającego siedzibę poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej składa on wszystkie niezbędne dokumenty w języku polskim, a dokumenty urzędowe wraz z tłumaczeniem przysięgłym na język polski. Jeżeli w państwie siedziby Uczestnika nie wydaje się wymaganych dokumentów, Uczestnik może zamiast tych dokumentów przedłożyć oświadczenie Uczestnika, ze wskazaniem osoby albo osób uprawnionych do jego reprezentacji, lub oświadczenie osoby, której dokument miał dotyczyć, złożone przed notariuszem lub przed organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego właściwym ze względu na siedzibę lub miejsce zamieszkania Uczestnika.
9. Do dokumentów wymienionych powyżej w ust. 1 pkt. i. rekomendujemy załączenie wizualizacji, fotografii, itp. (najlepiej w formie elektronicznej).
10. Wszystkie strony oferty powinny być trwale złączone i ponumerowane.
11. Wszystkie dokumenty muszą być podpisane przez osobę/osoby uprawnioną/-e do reprezentacji uczestnika Konkursu, zgodnie z właściwymi dokumentami rejestrowymi.
12. Wszystkie dokumenty, o których mowa w ust. 1 muszą być sporządzone w języku polskim oraz złożone w oryginale. Dopuszcza się składanie kopii pod warunkiem ich potwierdzenia za zgodność z oryginałem (na każdej stronie podpis wraz z klauzulą „za zgodność z oryginałem”) przez osobę/osoby uprawnioną/e do reprezentacji uczestnika Konkursu, zgodnie z właściwymi dokumentami rejestrowymi.
13. W przypadku podmiotów występujących wspólnie, do oferty należy załączyć pełnomocnictwo dla osoby reprezentującej podmioty występujące wspólnie, które zawierać będzie nazwę konkursu, wskazanie podmiotów biorących wspólnie udział w Konkursie, wskazanie ustanowionego w Konkursie pełnomocnika oraz zakres jego umocowania, podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania każdego z podmiotów biorących wspólnie udział w Konkursie.

14. Koszty przygotowania ofert i udziału w Konkursie ponoszą w całości uczestnicy.
15. Uczestnikom nie przysługuje prawo wystąpienia z roszczeniami wobec Organizatora Konkursu z tytułu zwrotu kosztów uczestnictwa w Konkursie, w tym kosztów przygotowania oferty.

§ 8

Kryteria oceny ofert konkursowych

1. Oferty uczestników spełniających warunki udziału w Konkursie zostaną ocenione według następujących kryteriów:

Lp.	Nazwa kryterium	Znaczenie kryterium
1	Doświadczenie Uczestnika Konkursu w prowadzeniu działalności spójnej z przedmiotem zamówienia	20 %
2	Potencjał kadrowy dedykowany do realizacji przedmiotu Konkursu	20 %
3	Koncepcja biznesowa Sklepu	30 %
4	Koncepcja rozwiązania technologicznego dla zintegrowanego wielokanałowego Sklepu	20 %
5	Ocena kandydata na osobę zarządzającą Sklepem	10 %

Organizator Konkursu dokona oceny ofert, przyznając punkty w ramach kryteriów, przyjmując zasadę że 1 punkt = 1%.

2. Punkty za kryterium „**Doświadczenie Uczestnika Konkursu w prowadzeniu działalności spójnej z przedmiotem zamówienia**” dotyczą prowadzeniu działalności określonej w § 6 ust. 2 lit. a. i zostaną przyznane w skali do 20 pkt. w oparciu o dokumenty, o których mowa w § 7 ust. 7 lit. b. i c., dołączone do oferty. Dokumenty te powinny obejmować następujące elementy:
 - a) opis działalności Uczestnika Konkursu,
 - b) okres prowadzenia przez Uczestnika Konkursu działalności, o której mowa w § 6 lit. a. tiret i. oraz ii., wartość przychodów ze sprzedaży w kanale internetowym w ostatnich 3 latach, krótki opis modelu biznesowego i kluczowe osiągnięcia lub
 - c) opis usług, które Uczestnik Konkursu zrealizował lub realizuje jako podmiot wiodący, polegających na realizacji i wdrożeniu rozwiązań handlu internetowego w modelach B2C i/lub B2B2C lub

- d) opis usług, które Uczestnik Konkursu zrealizował lub realizuje jako podmiot wiodący, polegających na doradztwie strategicznym przy realizacji i wdrożeniu rozwiązań handlu internetowego w modelach B2C i/lub B2B2C lub
- e) opis doświadczenia i kompetencji osoby lub osób, którymi dysponuje Uczestnik Konkursu do celów realizacji Przedmiotu Konkursu, które współpracowały lub były zatrudnione w podmiotach spełniających kryteria i.-iv., gdzie osoby te zarządzały sprzedażą internetową, lub pełniły rolę ekspertów lub liderów w ramach realizacji tych usług.
- f) Uzasadnienie adekwatności posiadanego doświadczenia i kompetencji do realizacji Przedmiotu Konkursu.

Organizator Konkursu przyzna punkty wg. następujących zasad:

Opis oceny	Liczba punktów
Przedstawione doświadczenie i kompetencje Uczestnika Konkursu spełniają wymagania uczestnictwa w Konkursie w stopniu minimalnym lub bliskim minimalnego. W pojedynczych przypadkach możliwe istotne przekroczenia wymogów minimalnych. Opis działalności i uzasadnienie adekwatności kompetencji do realizacji Przedmiotu Konkursu są akceptowalne.	1-6
Przedstawione doświadczenie i kompetencje Uczestnika Konkursu spełniają wymagania uczestnictwa w Konkursie w stopniu wyższym niż minimalny. Dla wielu kryteriów występuje istotne przekroczenia wymogów minimalnych. Opis działalności i uzasadnienie adekwatności kompetencji do realizacji Przedmiotu Konkursu jest pełny i jednoznacznie odpowiada wymaganiom Przedmiotu Konkursu.	7-13
Przedstawione doświadczenie i kompetencje Uczestnika Konkursu w znacznym stopniu przekraczają wymagania uczestnictwa w Konkursie. W niemal wszystkich kryteriach występują znaczne przekroczenia wymogów minimalnych (np. wielokrotnie). Opis działalności i uzasadnienie adekwatności kompetencji do realizacji Przedmiotu Konkursu jest pełny i gwarantuje realizację Przedmiotu Konkursu na bardzo wysokim poziomie jakości.	14-20

- 3. Punkty za kryterium „**Potencjał kadrowy dedykowany do realizacji przedmiotu Konkursu**” dotyczą wymagań wobec osób, które określono w § 6 ust. 2 lit c. i zostaną przyznane w skali od 0 do 20 pkt. w oparciu o dokumenty, o których mowa w § 7 ust. 7 lit. d., dołączone do oferty. Dokumenty te powinny obejmować następujące elementy:
 - a) Życiorysy osób dedykowanych do realizacji Sklepu prezentujące ich doświadczenie adekwatne do realizacji Przedmiotu Konkursu, w tym:
 - i. zajmowane stanowiska w okresie ostatnich latach,
 - ii. opis zakresu obowiązków na poszczególnych stanowiskach,

- iii. opis kluczowych sukcesów zawodowych adekwatnych dla przedmiotu Konkursu,
 - iv. krótki opis projektów, w których osoby brały udział jako eksperci lub liderzy (cel projektu, osiągnięte efekty, wartość projektu, rola w projekcie itp.),
- b) Uzasadnienie adekwatności posiadanego doświadczenia i kompetencji poszczególnych osób do realizacji przedmiotu Konkursu.

Organizator Konkursu przyzna punkty wg. następujących zasad:

Opis oceny	Liczba punktów
<p>Przedstawione doświadczenie i kompetencje osób dedykowanych do realizacji przedmiotu Konkursu przez Uczestnika Konkursu spełniają wymagania uczestnictwa w Konkursie w stopniu minimalnym lub bliskim minimalnego. W pojedynczych przypadkach możliwe istotne przekroczenia wymogów minimalnych. Brak lub niewielkie doświadczenie w prowadzeniu internetowego handlu transgranicznego skierowanego do konsumentów. Opis adekwatności posiadanego doświadczenia i kompetencji poszczególnych osób dedykowanych do realizacji przedmiotu Konkursu są akceptowalne.</p>	1-6
<p>Przedstawione doświadczenie i kompetencje osób dedykowanych do realizacji przedmiotu Konkursu przez Uczestnika Konkursu spełniają wymagania uczestnictwa w Konkursie w stopniu wyższym niż minimalny. W wielu przypadkach występuje istotne przekroczenia wymogów minimalnych. Uczestnik zadeklarował udział większej ilości osób niż określono w wymogach minimalnych, których doświadczenie i kompetencje są adekwatne do realizacji przedmiotu Konkursu. Niewielkie lub wystarczające doświadczenie w prowadzeniu internetowego handlu transgranicznego skierowanego do konsumentów. Opis adekwatności posiadanego doświadczenia i kompetencji poszczególnych osób dedykowanych do realizacji przedmiotu Konkursu jest pełny i jednoznacznie odpowiada wymaganiom Konkursu.</p>	7-13
<p>Przedstawione doświadczenie i kompetencje osób dedykowanych do realizacji przedmiotu Konkursu przez Uczestnika Konkursu w znacznym stopniu przekraczają wymagania uczestnictwa w Konkursie. W niemal wszystkich kryteriach występują znaczne przekroczenia wymogów minimalnych (np. wielokrotnie). Uczestnik zadeklarował udział większej ilości osób niż określono w wymogach minimalnych, których doświadczenie i kompetencje są adekwatne do realizacji przedmiotu Konkursu. Wystarczające lub znaczące doświadczenie w prowadzeniu internetowego handlu transgranicznego skierowanego do konsumentów. Opis adekwatności posiadanego doświadczenia i kompetencji poszczególnych osób dedykowanych do realizacji przedmiotu Konkursu jest pełny i gwarantuje realizację przedmiotu Konkursu na bardzo wysokim poziomie jakości.</p>	14-20

4. Punkty za kryterium „**Koncepcja biznesowa sklepu**” zostaną przyznane w skali od 0 do 30 pkt. w oparciu o dołączony do oferty dokument zawierający elementy, o których mowa w § 7 ust. 7 lit. i.

Organizator Konkursu przyzna punkty wg. następujących zasad:

Opis oceny	Liczba punktów
<p>Przedstawiona koncepcja biznesowa zawiera min. 80% elementów wskazanych w § 7 ust. 7 pkt. i. Opis koncepcji jest poprawny, jednakże w wielu miejscach nieprecyzyjny, co nie pozwala Organizatorowi Konkursu zidentyfikować dokładnych zamiarów Uczestnika. Opis koncepcji w wielu elementach nie zawiera istotnych kwestii lub nie zostało wskazane dokładne rozwiązanie. Uczestnik nie przedstawił uzasadnienia dla proponowanych rozwiązań lub uzasadnienie to jest niepełne lub nieprzekonujące. Przedstawiona koncepcja nie realizuje w pełni celów przedmiotu Konkursu lub nie jest w pełni spójna z koncepcją Pawilonu Polski lub nie spełnia wytycznych Organizatora opisanych w § 3 ust. 4.</p>	1-10
<p>Przedstawiona koncepcja biznesowa zawiera wszystkie elementy wskazane w § 7 ust. 7 lit. i., jak również zawiera pojedyncze dodatkowe elementy. Opis koncepcji jest wystarczająco szczegółowy, jednakże w pojedynczych miejscach nieprecyzyjny, co nie pozwala Organizatorowi Konkursu zidentyfikować dokładnych zamiarów Uczestnika. Opis koncepcji w pojedynczych elementach nie zawiera istotnych kwestii lub nie zostało wskazane dokładne rozwiązanie. Uczestnik przedstawił wyczerpujące uzasadnienia dla większości proponowanych rozwiązań. Przedstawiona koncepcja realizuje w pełni cele przedmiotu Konkursu, jest w pełni spójna z koncepcją Pawilonu Polski i spełnia wytyczne Organizatora opisane w § 3 ust. 4.</p>	10-20
<p>Przedstawiona koncepcja biznesowa zawiera wszystkie elementy wskazane w § 7 ust. 7 lit. i., jak również zawiera wiele dodatkowych elementów. Opis koncepcji jest bardzo szczegółowy i pozwala Organizatorowi Konkursu zidentyfikować dokładne zamiary Uczestnika. Opis koncepcji we wszystkich elementach zawiera wskazanie dokładnych rozwiązań. Uczestnik przedstawił wyczerpujące uzasadnienie dla wszystkich proponowanych rozwiązań. Przedstawiona koncepcja realizuje w pełni cele przedmiotu Konkursu, jest w pełni spójna z koncepcją Pawilonu Polski i spełnia wytyczne Organizatora opisane w § 3 ust. 4.</p>	20-30

5. Punkty za kryterium „**Koncepcja rozwiązania technologicznego dla zintegrowanego wielokanałowego sklepu**” zostaną przyznane w skali od 0 do 20 pkt. w oparciu o dołączony do oferty dokument zawierający elementy, o których mowa w § 7 ust. 7 lit. j.

Organizator Konkursu przyzna punkty wg. następujących zasad:

Opis oceny	Liczba punktów
<p>Przedstawiona koncepcja rozwiązania technologicznego zawiera min. 80% elementów wskazanych w § 7 ust. 7 lit. j. Opis koncepcji jest poprawny, jednakże w wielu miejscach nieprecyzyjny, co nie pozwala Organizatorowi Konkursu zidentyfikować dokładnych zamiarów Uczestnika. Opis koncepcji w wielu elementach nie zawiera istotnych kwestii lub nie zostało wskazane dokładne rozwiązanie. Uczestnik nie przedstawił uzasadnienia dla proponowanych rozwiązań lub uzasadnienie to jest niepełne lub nieprzekonujące. Przedstawiona koncepcja nie realizuje w pełni celów przedmiotu Konkursu lub nie jest w pełni spójna z koncepcją Pawilonu Polski lub nie spełnia wytycznych Organizatora opisanych w § 3 ust. 4.</p>	1-7
<p>Przedstawiona koncepcja rozwiązania technologicznego zawiera wszystkie elementy wskazane w § 7 ust. 7 lit. j., jak również zawiera pojedyncze dodatkowe elementy. Opis koncepcji jest wystarczająco szczegółowy, jednakże w pojedynczych miejscach nieprecyzyjny, co nie pozwala Organizatorowi Konkursu zidentyfikować dokładnych zamiarów Uczestnika. Opis koncepcji w pojedynczych elementach nie zawiera istotnych kwestii lub nie zostało wskazane dokładne rozwiązanie. Uczestnik przedstawił wyczerpujące uzasadnienia dla większości proponowanych rozwiązań. Przedstawiona koncepcja realizuje w pełni cele przedmiotu Konkursu, jest w pełni spójna z koncepcją Pawilonu Polski i spełnia wytyczne Organizatora opisane w § 3 ust. 4.</p>	8-14
<p>Przedstawiona koncepcja rozwiązania technologicznego zawiera wszystkie elementy wskazane w § 7 ust. 7 lit. j., jak również zawiera wiele dodatkowych elementów. Opis koncepcji jest bardzo szczegółowy i pozwala Organizatorowi Konkursu zidentyfikować dokładne zamiary Uczestnika. Opis koncepcji we wszystkich elementach zawiera wskazanie dokładnych rozwiązań. Uczestnik przedstawił wyczerpujące uzasadnienia dla wszystkich proponowanych rozwiązań. Przedstawiona koncepcja realizuje w pełni cele przedmiotu Konkursu, jest w pełni spójna z koncepcją Pawilonu Polski i spełnia wytyczne Organizatora opisane w § 3 ust. 4.</p>	15-20

6. Punkty za kryterium „Ocena kandydata na osobę zarządzającą sklepem” dotyczą osoby, dla której minimalne wymagania określono w § 6 ust. 2 lit. c. tiret v., zostaną przyznane w skali od 0 do 10 pkt. w oparciu o wynik przeprowadzonej rozmowy weryfikacyjnej.

Organizator Konkursu przyzna punkty wg. następujących zasad:

Opis oceny	Liczba punktów
Kandydat na osobę zarządzającą sklepem spełnia wszystkie wymagania określone w § 6 ust. 2 lit. c. tiret v. w stopniu minimalnym lub w niewielkim stopniu przekraczającym minima. W wielu przypadkach nieprzekonująco lub nieprecyzyjnie przedstawił kompetencje miękkie (umiejętność organizacji pracy własnej i zespołu, umiejętność podejmowania decyzji pod presją czasu, doświadczenie w pracy w środowisku międzynarodowym). Powstały wątpliwości co do poziomu umiejętności posługiwania się językiem angielskim. Powstały wątpliwości, czy kandydat posiada wymagane doświadczenie i kompetencje zarządcze i decyzyjne.	1-3
Kandydat na osobę zarządzającą sklepem spełnia wszystkie wymagania określone w § 6 ust. 2 lit. c. tiret v. w stopniu minimalnym, a w pojedynczych przypadkach w znacznym stopniu przekraczającym minima. W pojedynczych przypadkach nieprzekonująco lub nieprecyzyjnie przedstawił kompetencje miękkie (umiejętność organizacji pracy własnej i zespołu, umiejętność podejmowania decyzji pod presją czasu, doświadczenie w pracy w środowisku międzynarodowym). Nie ma wątpliwości co do poziomu umiejętności posługiwania się językiem angielskim. Nie ma wątpliwości, że kandydat posiada wymagane doświadczenie i kompetencje zarządcze i decyzyjne.	4-6
Kandydat na osobę zarządzającą sklepem spełnia wszystkie wymagania określone w § 6 ust. 2 lit. c. tiret v. w stopniu znacznie przekraczającym minima. Przekonująco i precyzyjnie przedstawił doświadczenie w pracy w środowisku międzynarodowym. Nie ma wątpliwości co do poziomu umiejętności posługiwania się językiem angielskim. Możliwa znajomość innych języków (preferowany arabski). Nie ma wątpliwości, że kandydat posiada doświadczenie i kompetencje zarządcze i decyzyjne przekraczający minima.	7-10

- Oferty zostaną ocenione w formie pisemnej przez każdego członka Komisji Konkursowej powołanej przez Organizatora Konkursu, stosując kryteria oceny ofert określone w ust. 2-6.
- Ocena danego kryterium dla danego Uczestnika Konkursu powstanie poprzez obliczenie średniej arytmetycznej z ocen wykonanych przez poszczególnych członków Komisji Konkursowej.
- Dla każdego Uczestnika Konkursu oceną końcową oferty będzie suma liczby punktów otrzymanych za poszczególne kryteria.
- Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta z największą liczbą punktów, tj. przedstawiająca najkorzystniejszy bilans kryteriów oceny ofert, o których mowa w ust. 1.
- Każdy z członków Komisji Konkursowej złoży oświadczenie o nie pozostawianiu w takim związku prawnym lub faktycznym z uczestnikami, który mógłby wpływać na jego bezstronność.

§ 9

Miejsce i termin składania ofert

1. Oferty należy składać w siedzibie Organizatora Konkursu w Warszawie (kod: 00-025), ul. Krucza 50, do **14 maja r. do godziny 16.00**. W przypadku wysłania oferty drogą pocztową decyduje data wpływu oferty do siedziby Organizatora Konkursu. Uczestnik Konkursu ponosi odpowiedzialność w przypadku dostarczenia oferty drogą pocztową po terminie składania ofert.
2. Ofertę wraz ze wszystkimi wymaganymi załącznikami należy umieścić w zapieczętowanej lub w inny trwały sposób zabezpieczonej kopercie, oznaczonej opisem: **„Oferta - Konkurs na Operatora prowadzącego Sklep w ramach Pawilonu Polski na Światowej Wystawie EXPO 2020 w Dubaju”** oraz **„Nie otwierać przed 14 maja 2021 r.”**.
3. Organizator Konkursu zastrzega sobie prawo do wprowadzenia komunikacji elektronicznej z uczestnikami Konkursu, w szczególności za pośrednictwem poczty e-mail. Powyższe może dotyczyć także składania ofert w Konkursie i może być spowodowane wyłącznie przez czynniki zewnętrzne w stosunku do Organizatora Konkursu, w tym sytuacją epidemiologiczną związaną z pandemią COVID-19. W przypadku złożenia ofert w formie elektronicznej, uczestnicy Konkursu są zobowiązani do dostarczenia oryginału oferty na adres Organizatora Konkursu, jednak za datę złożenia oferty w takiej sytuacji uznaje się przesłanie oferty drogą elektroniczną. Wprowadzenie komunikacji elektronicznej wymaga powiadomienia uczestników Konkursu poprzez umieszczenie stosownej informacji na stronie internetowej Organizatora Konkursu.
4. Oferty złożone po terminie określonym w ust. 1 nie będą oceniane.
5. Jeżeli w terminie określonym w ust. 1 nie zostanie złożona żadna oferta, Komisja Konkursowa unieważni Konkurs.

§ 10

Opis przebiegu Konkursu

1. Czynności dotyczące Konkursu dokonuje Komisja Konkursowa powołana przez Zarząd PAIH S.A., działająca na podstawie regulaminu.
2. W toku badania i oceny ofert Organizator Konkursu może żądać od Uczestników wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
3. Organizator Konkursu sprawdzi złożone oferty pod względem formalnym, tj. w zakresie spełniania przez poszczególnych Uczestników kryteriów formalnych udziału w Konkursie, opisanych w § 6. Dalszy proces oceny będzie kontynuowany tylko wobec Uczestników spełniających kryteria udziału w Konkursie.
4. Po zakończeniu weryfikacji warunków udziału w Konkursie, Organizator dokona oceny ofert Uczestników spełniających warunki udziału w Konkursie oraz przyzna Uczestnikom punkty za kryteria 1-4 określone w § 8 ust. 1.

5. Komisja Konkursowa może wezwać uczestnika Konkursu, w terminie przez nią określonym do uzupełnienia dokumentów składających się na ofertę pod rygorem jej odrzucenia, jeżeli stwierdzi, że:
 - a) oferta nie zawiera wymaganych dokumentów, lub
 - b) dokumenty zawierają błędy, lub
 - c) dokumenty są niekompletne lub nieczytelne, lub
 - d) dokumenty zostały wystawione w innym okresie niż wymagany.
6. Komisja Konkursowa odrzuci ofertę jeśli:
 - a) oferta została złożona po terminie określonym w § 9 ust. 1;
 - b) mimo wezwania do uzupełnienia dokumentów uczestnik Konkursu nie uzupełni dokumentów w terminie określonym przez Komisję Konkursową;
 - c) oferta została złożona przez osoby wymienione w § 6 ust. 5 niniejszego Regulaminu.
7. W terminie do 14 dni od zakończenia oceny ofert za kryteria 1-4 określone w § 8 ust. 1 Organizator Konkursu może zaprosić maks. 5 Uczestników Konkursu z największą punktacją w celu zaprezentowania oferty. Czas na prezentację wynosi 60 min. Po prezentacji członkowie Komisji Konkursowej mogą skorygować liczbę punktów za kryteria 1-4 przyznaną poszczególnym Uczestnikom.
8. W terminie do 14 dni od zakończenia prezentacji ofert przez Uczestników, Organizator przeprowadzi rozmowy weryfikacyjne z 3 osobami dedykowanymi do roli osoby zarządzającej sklepem przez maks. 3 Uczestników, którzy otrzymali największą liczbą punktów za kryteria 1-4. Po zakończeniu rozmów poszczególni kandydaci zostaną ocenieni przez członków Komisji Konkursowej zgodnie z kryteriami określonymi w § 8 ust. 6. Punkty uzyskane za ocenę stanowią punkty za kryterium 5 określone w § 8 ust. 1.
9. Organizator dokona sumowania punktów zdobytych przez poszczególnych Uczestników za złożone oferty zgodnie z kryteriami 1-5 określonymi w § 8 ust. 1.
10. Organizator Konkursu dopuszcza możliwość zmiany terminów określonych w niniejszym paragrafie bez konieczności informowania o tym fakcie Uczestników Konkursu.

§ 11

Rozstrzygnięcie Konkursu

1. Komisja Konkursowa rozstrzyga Konkurs, dokonując wyboru najkorzystniejszej oferty. Zwycięzcą Konkursu zostaje Uczestnik, którego oferta otrzymała największą ilość punktów.
2. Organizator Konkursu przyzna zwycięzcy Konkursu nagrodę, którą jest zawarcie umowy na Operatora Sklepu na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju.
3. Istotne postanowienia umowy zawiera Załącznik nr 9 do niniejszego Regulaminu.
4. Organizator Konkursu zastrzega, iż Komisja Konkursowa ma prawo nie wybrać żadnej oferty, jeżeli

stwierdzi, że proponowane oferty nie pozwalają należycie realizować głównej funkcji sklepu w Pawilonie Polski na Światowej Wystawie EXPO 2020, jaką jest promocja Polski, lub też jeśli najwyższej oceniona oferta nie uzyska 50 punktów. Decyzja o nieprzyznawaniu nagrody podejmowana jest większością głosów członków Komisji Konkursowej i skutkuje unieważnieniem Konkursu.

5. Ogłoszenie o wynikach Konkursu nastąpi na stronie internetowej Organizatora Konkursu: <https://expo.gov.pl/aktualnosci-2>
6. W informacji Organizator Konkursu poda imię i nazwisko albo nazwę (firmę) oraz adres i miejsce zamieszkania (siedzibę) nagrodzonego.
7. Wyniki Konkursu zatwierdza Zarząd PAIH S.A., zgodnie z zasadą reprezentacji spółki.
8. Od wyników Konkursu nie przysługują protesty ani odwołania.
9. Oferty i inne dokumenty zgłoszone na Konkurs nie zostaną zwrócone Uczestnikom.

§ 12

Ochrona danych osobowych

Informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych w ramach Konkursu zawarte są w klauzuli informacyjnej, stanowiącej Załącznik nr 10 do Regulaminu Konkursu.

§ 13

Wykaz załączników

1. Załącznik nr 1 – Ramowe założenia ścieżki zwiedzania Pawilonu Polski
2. Załącznik nr 2 – Wyciąg z Koncepcji Programowej Udziału Polski w Światowej Wystawie EXPO 2020 zawierający koncepcję strefy komercyjnej w Pawilonie Polski.
3. Załącznik nr 3 – Szczegółowe założenia Sklepu,
4. Załącznik nr 4 – Wytyczne organizatorów Expo dotyczące prowadzenia działalności komercyjnej na terenie Wystawy EXPO:
 - a. Commercial Guide;
 - b. Food and Bevarage Guide;
 - c. Food and Beverage Instructional Handbook
 - d. Logistics and Customs Guide;
 - e. Value Added Tax Guide
 - f. Special Regulation No 9-Concerning Commercial Activities by Official Participants;
 - g. Expo 2020 RISE Guidelines for Sustainable Operations.



5. Załącznik nr 5 - Okazje zakupowe związane z ekspozycją stałą Pawilonu Polski
6. Załącznik nr 6 – Projekt architektoniczny strefy komercyjnej („showroom” i część konsumpcyjna) wraz z wizualizacją oraz planem sytuacyjnym usytuowania tej strefy w Pawilonie Polski.
7. Załącznik nr 6A – Zabudowa sklepowa.
8. Załącznik nr 7 – Wzór formularza oferty.
9. Załącznik nr 8 – System identyfikacji wizualnej udziału Polski w Wystawie Światowej Expo 2020 w Dubaju.
10. Załącznik nr 9 – Istotne postanowienia Umowy.
11. Załącznik nr 10 – Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych przez PAIH S.A.

ZATWIERDZAM
