

**Regulamin**  
**Konkursu ofert na dzierżawę lokalu w budynku Muzeum Historii Żydów Polskich w**  
**Warszawie i prowadzenie w nim sklepu muzealnego wraz ze sprzedażą internetową**

**§ 1.**  
**Postanowienia ogólne**

1. Organizatorem konkursu ofert na dzierżawę lokalu w budynku Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN w Warszawie i prowadzenie w nim sklepu muzealnego wraz ze sprzedażą internetową (dalej „**Konkurs**”), jest **Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN** z siedzibą w Warszawie, ul. Anielewicza 6, 00-157 Warszawa, wpisane do rejestru instytucji kultury prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod numerem RIK 89/2014 oraz do Państwowego Rejestru Muzeów pod numerem PRM/127/2017, posiadającym NIP 525-234-77-28 oraz numer REGON 140313762, zwane dalej „**Muzeum**”.
2. Ogłoszenie o Konkursie zostanie zamieszczone na tablicy ogłoszeń Muzeum i na stronie internetowej [www.polin.pl](http://www.polin.pl).
3. Niniejszy regulamin Konkursu wraz z załącznikami (dalej „**Regulamin**” i „**Załączniki**”) można uzyskać bezpłatnie bezpośrednio w siedzibie Muzeum lub pobrać za pośrednictwem strony internetowej Muzeum: [www.polin.pl](http://www.polin.pl) albo otrzymać na wniosek drogą e-mailową.
4. Konkurs prowadzony jest w języku polskim.
5. Przeprowadzenie Konkursu zostanie powierzone Komisji Konkursowej (dalej także „**Komisja**”), która dokona oceny ofert, wykluczenia Oferentów i odrzucenia ofert, wyboru najkorzystniejszej oferty oraz będzie wykonywać wszelkie inne czynności związane z przeprowadzeniem Konkursu.
6. Komisja Konkursowa w szczególności sporządza informacje o ofertach, przygotowuje uzasadnienie rozstrzygnięcia Konkursu, a także występuje z wnioskiem o unieważnienie Konkursu.
7. Komisja Konkursowa powołana przez Dyrektora Muzeum będzie liczyła pięcioro członków, powołanych do Komisji spośród pracowników Muzeum.
8. Członkowie Komisji przed rozpoczęciem prac nad oceną złożonych Ofert złożą oświadczenie o bezstronności i braku związków z Oferentami, które mogłyby wpłynąć na ocenę ofert i przyznawaną punktację. Oświadczenie może być złożone ustnie do protokołu z posiedzenia Komisji.
9. Dyrektor Muzeum wskaże spośród członków Komisji Konkursowej przewodniczącego Komisji Konkursowej, który będzie kierował pracami Komisji. Przewodniczącemu Komisji Konkursowej przysługuje głos rozstrzygający w razie równości głosów.

10. Posiedzenia Komisji będą protokołowane.
11. Komisja będzie podejmowała decyzje w toku wspólnych uzgodnień roboczych.
12. Dyrektor Muzeum albo osoba przez niego upoważniona sprawuje nadzór nad Komisją Konkursową w zakresie zgodności jej prac z Regulaminem Konkursu, w szczególności unieważnia Konkurs i zatwierdza rozstrzygnięcie Konkursu.
13. Od zatwierdzonej przez Dyrektora decyzji nie przysługuje odwołanie.
14. Konkurs będzie się składał z jednego etapu. Po złożeniu ofert przez podmioty zainteresowane dzierżawą pomieszczeń przeznaczonych na prowadzenie sklepu wraz ze sprzedażą internetową w Muzeum, Komisja Konkursowa wyłoni Oferentów, spełniających wymogi formalne Konkursu a następnie po dokonaniu oceny złożonych ofert zgodnie z Regulaminem wyłoni Zwycięzcę Konkursu.

## § 2.

### Przedmiot Konkursu

1. Pomieszczenie o powierzchni 98,77 m<sup>2</sup>, przeznaczone na prowadzenie sklepu muzealnego wraz ze sprzedażą internetową, znajduje się na poziomie 0 (zero) budynku Muzeum (dalej „**Przedmiot Dzierżawy**”).
2. **Przedmiot Dzierżawy** jest wyposażone w meble wymienione w załączniku nr 2 do Regulaminu.
3. Przez prowadzenie sklepu wraz ze sprzedażą internetową dla potrzeb Konkursu rozumie się działalność handlową zgodną Załoženiami dla Dzierżawcy, stanowiącymi załącznik nr 1 do Regulaminu.

## § 3.

### Przebieg konkursu

1. Oferenci zainteresowani dzierżawą **Przedmiotu Dzierżawy** w Muzeum (dalej zwani „**Oferentami**”) wpłacają wadium i składają Oferty zgodnie ze wzorem oferty znajdującym się w Załączniku nr 8 do Regulaminu (dalej „**Oferta**”) wraz z załącznikami.
2. Następnie Komisja Konkursowa dokonuje oceny formalnej Ofert, sporządza listę Oferentów spełniających kryteria formalne Konkursu i na tej podstawie przystępuje do oceny ich Ofert.
3. Następnie Komisja Konkursowa dokonuje wyboru najkorzystniejszej Oferty i tym samym wyłania zwycięzcę Konkursu (dalej zwanego „**Zwycięzcą Konkursu**”).
4. W wyniku wyłonienia Zwycięzcy Konkursu Muzeum podpisuje z nim umowę dzierżawy na warunkach określonych w Istotnych Postanowieniach Umowy określonych w Załączniku nr 7 do Regulaminu.

#### § 4.

##### Sposób porozumiewania się z uczestnikami Konkursu

1. Oświadczenia, zawiadomienia, pytania i informacje w postępowaniu konkursowym Muzeum Oferenci przekazują w formie pisemnej, chyba że postanowienia Regulaminu dopuszczają formę komunikacji pocztą elektroniczną.
2. Osobą wskazaną przez Muzeum do kontaktu oraz odpowiedzialną za robocze ustalenia i kontakty z Oferentami jest członek Komisji Konkursowej Pani Monika Woźnicka, email: [mwoznicka@polin.pl](mailto:mwoznicka@polin.pl).
3. Pytania i prośby o wyjaśnienie postanowień Regulaminu lub jego Załączników należy kierować wyłącznie na adres e-mailowy osoby wskazanej do kontaktu z Oferentami wymienionej w ust. 2 powyżej.
4. Komisja Konkursowa udzieli wyjaśnień dotyczących postanowień Regulaminu Konkursu lub jego Załączników pod warunkiem, że otrzyma je w terminie nie później niż na 7 dni roboczych przed upływem terminu składania ofert.
5. Treść pytań wraz z wyjaśnieniami, bez ujawniania autorów pytań, a także ewentualne zmiany Regulaminu, Muzeum zamieści na stronie internetowej: [www.polin.pl](http://www.polin.pl).
6. Udzielone przez Muzeum wyjaśnienia oraz dokonane zmiany Regulaminu są wiążące dla wszystkich Oferentów.
7. Muzeum informuje, iż istnieje możliwość obejrzenia Przedmiotu Dzierżawy przed złożeniem Wniosku w terminie 20 sierpnia 2019 r. w godzinach 09:00-12:00.
8. Muzeum udostępnia w siedzibie oraz drogą e-mailową na życzenie zainteresowanych osób Załączniki, będące integralną częścią Regulaminu:
  - 1) Założenia dla Dzierżawcy - Załącznik nr 1,
  - 2) Lista wyposażenia – Załącznik nr 2
  - 3) Plan poziomu z zaznaczonym Przedmiotem Dzierżawy - Załącznik nr 3,
  - 4) Merytoryczne założenia działalności Muzeum - Załącznik nr 4,
  - 5) Wytyczne dotyczące Sklepu Internetowego – załącznik nr 5,
  - 6) Zasady Bezpieczeństwa dla dzierżawców Muzeum Historii Żydów Polskich – Załącznik nr 6,
  - 7) Istotne Postanowienia Umowy - Załącznik nr 7,
  - 8) Wzór Oferty – Załącznik nr 8,
  - 9) Oświadczenie wymagane od Oferentów w zakresie wypełnienia obowiązków informacyjnych przewidzianych w art. 13 lub art. 14 RODO (wzór) – Załącznik nr 9.

## § 5.

### Terminy przeprowadzenia Konkursu

1. Konkurs realizowany będzie od dnia publikacji ogłoszenia o Konkursie do 9 września 2019 r.
2. Oferty należy składać w terminie do 9 września 2019 r. do godziny 12:00 na adres Muzeum. Oferty można składać osobiście, za pomocą poczty lub przez kuriera, jednak wiążąca jest data wpływu Oferty do Muzeum.
3. Oferty zostaną otwarte 9 września 2019 r. o godzinie 12:15 w Muzeum.
4. Ogłoszenie wyników Konkursu nastąpi najpóźniej 4 października 2019 r. Oferenci zostaną poinformowani w sposób opisany w § 1 ust. 2 Regulaminu.
5. Muzeum informuje, że terminy wskazane powyżej mogą ulec zmianie, o czym Oferenci zostaną poinformowani poprzez zamieszczenie stosownej informacji na stronie [www.polin.pl](http://www.polin.pl).

## § 6.

### Warunki dopuszczenia do udziału w Konkursie

1. Do udziału w Konkursie zostaną dopuszczeni Oferenci, którzy spełniają wymagania w zakresie:
  - 1) samodzielnego prowadzenia przez okres co najmniej 2 lat przed dniem składania Ofert działalności handlowej polegającej na:
    - a) sprzedaży następujących produktów: książek polskich i zagranicznych, w tym wydawnictw albumowych oraz
    - b) sprzedaży pamiątek regionalnych, gier i zabawek oraz
    - c) zlecaniu produkcji i sprzedaży produktów dedykowanych, autorskich takich jak: artykuły reklamowe z logo instytucji lub innego podmiotu, artykuły lub okolicznościowe pamiątki związane z wydarzeniami kulturalnymi, wystawami itp.;
  - 2) prowadzenia w dniu składania Ofert co najmniej 1 sklepu prowadzącego sprzedaż produktów wymienionych w ust. 1) powyżej w instytucjach kultury, działających na podstawie ustawy z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 2012 r. poz. 406 z późn. zm.);
  - 3) przedstawienia listy stałych dostawców obejmującej nazwę / firmę i adres dostawcy wraz ze wskazaniem zakresu współpracy z Oferentem;
  - 4) przedstawienia co najmniej trzech referencji od różnych podmiotów potwierdzających trwałość, jakość i rzetelność współpracy;

- 5) posiadania środków finansowych lub zdolności kredytowej w wysokości co najmniej 250.000,00 PLN (dwieście pięćdziesiąt tysięcy złotych) umożliwiających uruchomienie działalności zgodnie z wymogami Regulaminu;
  - 6) nieprowadzenia wobec Oferenta postępowania egzekucyjnego, upadłościowego, układowego lub jego likwidacji;
  - 7) nieposiadania przez Oferenta zaległości w opłacaniu podatków i składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne, z wyjątkiem przypadków gdy Oferent uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu;
  - 8) posiadania przez Oferenta ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej przez niego działalności gospodarczej, w tym odpowiedzialności cywilnej za szkody w dzierżawionej nieruchomości o wartości co najmniej 500.000,00 PLN (pięćset tysięcy złotych) wraz z dowodem opłacenia składki.
2. Na potwierdzenie spełnienia warunków udziału w Konkursie Oferent wraz z Ofertą składa:
- 1) Biznes plan dotyczący prowadzenia sklepu muzealnego, który powinien zawierać co najmniej:
    - a) **Założenia ekonomiczne**, w tym:
      - założenia co do wielkości obrotów i średniej marży, w tabeli wygenerowanej w programie Excel, w ujęciu rocznym,
      - wskaźniki sukcesu,
      - opis grup docelowych wraz ze strategią dopasowania do nich zróżnicowanej oferty, w tym oferty dla grup, dla klientów indywidualnych polskich i zagranicznych, dla dzieci i młodzieży szkolnej, dla rodzin,
      - planowane sposoby pozyskania asortymentu np. podpisanie umowy z hurtowniami lub producentami ze wskazaniem strategicznych założeń Oferenta odnośnie jakości, kosztów, logistyki zatowarowania,
      - wskazanie sposobów monitorowania sprzedaży,
      - krótkie podsumowanie strategii rozwoju sprzedaży w okresie dzierżawy;
    - b) **Opis obsługi klienta**, w tym:
      - sposób organizacji pracy m.in. liczbę osób zatrudnionych i kalkulację kosztów dotyczących osób zatrudnionych, liczbę osób na zmianie,
      - wymagania rekrutacyjne wobec pracowników sklepu, potwierdzające ich kwalifikacje dotyczące znajomości literatury i historii polskich Żydów, a także działalności Muzeum,
      - standardy obsługi klienta, w tym znajomość języków obcych, reagowanie na skargi i reklamacje, kanały komunikacji z klientem (bezpośrednie, telefoniczne, elektroniczne, formularze na stronie itd.),

- sposób nadzoru i monitorowania jakości obsługi klienta,
- dogodne dla klientów sposoby płatności w walucie polskiej i walutach obcych (których);
- strój pracowników,

**c) Działania marketingowe, PR, reklama, w tym:**

- propozycja nazwy, logo, charakteru i stylistyki sklepu,
- kanały komunikacji dla zróżnicowanych segmentów klientów, z uwzględnieniem dotychczasowych doświadczeń Oferenta w innych sklepach oraz przykładów podejmowanych przez Oferenta działań, mających na celu zwiększenie sprzedaży i pogłębienie znajomości marki,
- planowane rodzaje reklamy i marketingu prowadzonej działalności celem zwiększenia sprzedaży dopasowane do różnych odbiorców i różnych kanałów komunikacji (np. udział w festiwalach, reklamy odstonowe w mediach społecznościowych, mailingi, newslettery, marketing szeptany, współpraca partnerska itd.),
- planowane wdrożenie rozwiązań innowacyjnych w sprzedaży tradycyjnej i internetowej,
- sposoby promocji i dynamizowania sprzedaży np. zniżki na zakupy powyżej określonej sumy zakupów, przesłanie zakupów na wskazany adres, itp.
- wskazanie adresu strony internetowej, pod którą prowadzona jest sprzedaż wysyłkowa produktów sprzedawanych przez Oferenta, jeśli taką prowadzi;

**d) Propozycja współpracy z Muzeum przy dystrybucji wydawnictw muzealnych** (głównie katalogi wystaw czasowych - średnio 2 rocznie - polskojęzycznych lub polsko- i anglojęzycznych; katalogu wystawy stałej i innych o charakterze głównie historycznym), w tym:

- wysokość rabatów księgarskich przy odsprzedaży wydawnictw przez Muzeum do dalszej dystrybucji,
- model logistyki i podziału kosztów,
- kanały dystrybucji wraz z opisem grup docelowych i założeniami poziomu sprzedaży dla danego kanału,
- wskaźniki sukcesu,
- dotychczasowe doświadczenia i zasoby, np. posiadanie własnej sieci sprzedaży, współpraca z dystrybutorami (hurtowniami księgarskimi), doświadczenie w sprzedaży online w Polsce i zagranicą;

**e) Propozycja zaprojektowania linii komercyjnych materiałów promocyjnych** (m.in. pamiątek z wystaw, z wizyty w muzeum) muzealnych dla różnych segmentów odbiorców ze wskazaniem na:

- różne rodzaje asortymentu,
  - tematyki oraz progów cenowych, dopasowanych do zidentyfikowanych przez Oferenta segmentów,
  - prezentacja produktów (gadżetów lub wydawnictw) wyprodukowanych lub proponowanych do produkcji przez Oferenta;
- 2) oświadczenie o spełnianiu wymogu samodzielnego prowadzenia przez okres co najmniej 2 lat przed dniem składania Ofert działalności handlowej polegającej na sprzedaży następujących produktów: książek polskich i zagranicznych, w tym wydawnictw albumowych oraz sprzedaży pamiątek regionalnych, gier i zabawek oraz zleceniu produkcji i sprzedaży produktów dedykowanych, autorskich takich jak: artykuły reklamowe z logo firmy lub instytucji, artykuły lub okolicznościowe pamiątki związane z wydarzeniami kulturalnymi, wystawami itp.;
  - 3) oświadczenie o prowadzeniu w dniu składania Ofert co najmniej 1 sklepu prowadzących sprzedaż produktów wymienionych w punkcie 1) w instytucjach kultury, działających na podstawie ustawy z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 2012 r. poz. 406 z późn. zm.);
  - 4) listę stałych dostawców;
  - 5) co najmniej trzy referencje od różnych podmiotów potwierdzające trwałość, jakość i rzetelność współpracy;
  - 6) aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, nie starszy niż 3 miesiące przed terminem składania Wniosków;
  - 7) informację z banku, w którym Oferent posiada rachunek, potwierdzającą wysokość środków finansowych lub zdolność kredytową (w wysokości co najmniej 250.000,00 PLN), wystawioną nie wcześniej niż 3 miesiące przed terminem składania Wniosków;
  - 8) aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu - wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania Wniosków;
  - 9) aktualne zaświadczenie właściwego oddziału Zakładu Ubezpieczeń Społecznych potwierdzające, że Oferent nie zalega z opłacaniem składek na ubezpieczenia zdrowotne i społeczne, lub potwierdzenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu – wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania Wniosków;

- 10) potwierdzenie zawarcia przez Oferenta umowy ubezpieczenia oraz opłaconej składki od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej przez niego działalności gospodarczej, w tym odpowiedzialności cywilnej za szkody w dzierżawionej nieruchomości, przewidującej sumę gwarancyjną w wysokości co najmniej 500.000,00 PLN (pięćset tysięcy złotych);
- 11) pełnomocnictwo do złożenia Wniosku w przypadku składania Wniosku przez pełnomocnika;

3. Dokumenty, o których mowa w ust. 2 pkt 1-10 mogą zostać złożone w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez osoby uprawnione do reprezentacji Oferenta.

#### **§ 7.**

#### **Sposób przygotowania Ofert**

1. Ofertę należy złożyć według wzoru stanowiącego Załącznik nr 8 do Regulaminu w formie papierowej oraz cyfrowej zapisanej w formacie PDF na nośniku trwałym, np. na płycie CD, DVD lub pendrivie. Do Oferty należy dołączyć Biznes plan dotyczący prowadzenia sklepu wraz ze sprzedażą internetową w Muzeum, załączniki wymienione w § 6 ust. 2 pkt. 1 – 10 i , o ile to niezbędne - pełnomocnictwo do złożenia Oferty w przypadku składania Oferty przez pełnomocnika, które może być złożone w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez osoby uprawnione do reprezentacji Oferenta.
2. Każdy z Oferentów może złożyć tylko jedną Ofertę. Oferent, który złoży więcej niż jedną Ofertę zostanie wykluczony z Konkursu, a żadna ze złożonych przez niego Ofert nie będzie brana pod uwagę.
3. Oferent składa Ofertę wraz z Załącznikami w trwale zamkniętym, nieprzezroczystym opakowaniu - np. kopercie. Opakowanie powinno być odpowiednio zabezpieczone w sposób uniemożliwiający jego bezśladowe otwarcie.
4. Na opakowaniu należy umieścić napis: „Oferta na dzierżawę sklepu w Muzeum Historii Żydów Polskich”, nazwę Oferenta, wraz z telefonem i adresem e-mailowym.
5. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
6. Oferty złożone po terminie zostaną odesłane do nadawców na podany na kopercie adres.
7. Oferent może wycofać Ofertę, wprowadzić zmiany lub uzupełnienia do złożonej Oferty przed upływem terminu składania Ofert.
8. Oferenci ponoszą we własnym zakresie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem Ofert. Muzeum nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w Konkursie.

9. Oferta musi być podpisana przez Oferenta bądź osobę upoważnioną do reprezentowania Oferenta, a każda ze stron Oferty musi być parafowana przez osobę podpisującą Ofertę.

## **§ 8.**

### **Wadium**

1. Oferent, który chce złożyć Ofertę zobowiązany jest do wniesienia wadium w wysokości 5.000,00 PLN (pięć tysięcy złotych). Wadium należy złożyć w formie pieniężnej, przelewem na rachunek bankowy Muzeum prowadzony przez Bank Pekao S.A. nr 95 1240 6247 1111 0000 4973 1057.
2. Wadium jest skutecznie wniesione, jeżeli przed upływem terminu składania Ofert (dzień, godzina, minuta składania Ofert) znajdzie się na rachunku bankowym Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, tj. Bank Pekao S.A. nr 95 1240 6247 1111 0000 4973 1057.
3. Muzeum zaleca, aby do Oferty dołączyć dokument potwierdzający dokonanie przelewu.
4. Muzeum zatrzymuje wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego Oferta została wybrana:
  - 1) odmówił podpisania umowy na warunkach określonych w Regulaminie Konkursu i Ofercie;
  - 2) nie wniósł wymaganej kaucji;
  - 3) zawarcie umowy stało się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.
5. Muzeum zwraca wadium wszystkim Oferentom, którzy złożyli Oferty, w terminie 14 dni po zawarciu umowy.

## **§ 9.**

### **Weryfikacja Ofert**

1. Po otwarciu wszystkich Ofert złożonych zgodnie z Regulaminem Komisja dokona ich weryfikacji, sprawdzając czy Oferenci spełniają wymagania przewidziane Regulaminem.
2. W razie braków formalnych osoba wskazana do kontaktu ze strony Komisji wezwie Oferenta drogą elektroniczną do uzupełnienia lub złożenia wyjaśnień w terminie wskazanym w wezwaniu.
3. W toku dokonywania oceny złożonych Ofert Muzeum może zażądać w wyznaczonym przez siebie terminie udzielenia wyjaśnień dotyczących treści złożonych Ofert i Załączników.
4. Oferenci, których Oferty nie będą spełniać wymagań określonych w Regulaminie Konkursu, nie uzupełnią braków formalnych Ofert lub nie udzielą żądanych wyjaśnień, zostaną wykluczeni z dalszego udziału w Konkursie, a ich Oferty odrzucone.

5. Po zakończeniu weryfikacji formalnej Ofert Komisja wyłoni listę Oferentów spełniających wymogi formalne Konkursu i dokona oceny ich Ofert.

## § 10.

### Kryteria oceny Ofert

1. Komisja dokona oceny Ofert zgodnie z następującymi kryteriami:
- 1) **oferowana stawka miesięcznego czynszu netto** - waga 40%. **Oferowana stawka czynszu nie może być niższa niż 120,00 PLN (sto dwadzieścia złotych) netto za metr kwadratowy.** Oferentowi zostaną przyznane punkty w skali od 0 do 40. Najwyższą liczbę punktów otrzyma Oferta zawierająca najwyższą proponowaną stawkę czynszu, a każda następna według poniższego wzoru:

$$\text{Punkty} = \frac{\text{Stawka czynszu Oferty ocenianej}}{\text{Najwyższa zaoferowana stawka czynszu}} \times 40 \text{ pkt.}$$

- 2) **oferowana wysokość miesięcznej prowizji od obrotów netto** na podstawie raportu kasowego – waga 14%. **Oferowana wysokość miesięcznej prowizji od obrotów netto nie może być niższa niż 4% (cztery procent).** Oferentowi zostaną przyznane punkty w skali od 0 do 14. Najwyższą liczbę punktów (14) otrzyma oferta zawierająca najwyższą proponowaną wysokość miesięcznej prowizji od obrotów netto, a każda następna według poniższego wzoru:

$$\text{Punkty} = \frac{\text{Stawka Opłaty Oferty ocenianej}}{\text{Najwyższa zaoferowana stawka Opłaty}} \times 14 \text{ pkt.}$$

- 3) **założenia Biznes planu** - waga 46%. Komisja oceniając założenia Biznes planu przyzna punkty wspólnie, w toku roboczych uzgodnień, w łącznej wysokości, minimalnie w wysokości 0 punktów, maksymalnie w wysokości 46 punktów. W Biznes planie ocenie będą podlegać następujące zagadnienia:

**a) Założenia ekonomiczne, w tym:**

- założenia co do wielkości obrotów i średniej marży, w tabeli wygenerowanej w programie Excel, w ujęciu rocznym,
- wskaźniki sukcesu,

- opis grup docelowych wraz ze strategią dopasowania do nich zróżnicowanej oferty, w tym oferty dla grup, dla klientów indywidualnych polskich i zagranicznych, dla dzieci i młodzieży szkolnej, dla rodzin,
- planowane sposoby pozyskania asortymentu np. podpisanie umowy z hurtowniami lub producentami ze wskazaniem strategicznych założeń Oferenta odnośnie jakości, kosztów, logistyki zatowarowania,
- wskazanie sposobów monitorowania sprzedaży,
- krótkie podsumowanie strategii rozwoju sprzedaży w okresie dzierżawy;

Najwyższą liczbę punktów **w podkategorii a) Założenia ekonomiczne** (10 pkt) otrzyma Oferent, który przedstawi najbardziej spójne i dopasowane do misji, wizji, stylu narracji i specyfiki Muzeum działania podparte danymi liczbowymi i przykładami świadczącymi o posiadanym doświadczeniu; 5 punktów otrzyma Oferent, który przedstawi opis mniej spójny i z brakami lub niekonsekwencjami; 0 punktów otrzyma Oferent, który nie przedstawi żadnego opisu.

**b) Opis obsługi klienta, w tym:**

- sposób organizacji pracy m.in. liczbę osób zatrudnionych i kalkulacja kosztów dotyczących osób zatrudnionych, liczbę osób na zmianie,
- wymagania rekrutacyjne wobec pracowników sklepu, potwierdzające ich kwalifikacje dotyczące znajomości literatury i historii polskich Żydów a także działalności Muzeum,
- standardy obsługi klienta, w tym znajomość języków obcych, reagowanie na skargi i reklamacje, kanały komunikacji z klientem (bezpośrednie, telefoniczne, elektroniczne, formularze na stronie itd.),
- sposób nadzoru i monitorowania jakości obsługi klienta,
- dogodne dla klientów sposoby płatności w walucie polskiej i walutach obcych (których);
- strój pracowników;

Najwyższą liczbę punktów (9 pkt) **w podkategorii b) Opis obsługi klienta** otrzyma Oferent, który przedstawi najbardziej spójne i dopasowane do misji, wizji, stylu narracji i specyfiki Muzeum działania podparte danymi liczbowymi i przykładami świadczącymi o posiadanym doświadczeniu; 6 punktów otrzyma Oferent, który przedstawi opis mniej spójny i z brakami lub niekonsekwencjami; 0 punktów otrzyma Oferent, który nie przedstawi żadnego opisu.

**c) Działania marketingowe, PR, reklama, w tym:**

- propozycja nazwy, logo, charakteru i stylistyki sklepu,
- kanały komunikacji dla zróżnicowanych segmentów klientów, z uwzględnieniem dotychczasowych doświadczeń Oferenta w innych sklepach oraz przykładów podejmowanych przez Oferenta działań, mających na celu zwiększenie sprzedaży i pogłębienie znajomości marki,
- planowane rodzaje reklamy i marketingu prowadzonej działalności celem zwiększenia sprzedaży dopasowane do różnych odbiorców i różnych kanałów komunikacji (np. udział w festiwalach, reklamy odstonowe w mediach społecznościowych, mailingi, newslettery, marketing szeptany, współpraca partnerska itd.),
- planowane wdrożenie rozwiązań innowacyjnych w sprzedaży tradycyjnej i internetowej,
- sposoby promocji i dynamizowania sprzedaży np. zniżki na zakupy powyżej jakiejś sumy zakupów, przesłanie zakupów na wskazany adres, itp.
- wskazanie adresu strony internetowej, pod którą prowadzona jest sprzedaż wysyłkowa produktów sprzedawanych przez Oferenta, jeśli taką prowadzi;

Najwyższą liczbę punktów (9 pkt) w podkategorii **c) Działania marketingowe, PR, reklama** otrzyma Oferent, który przedstawi najbardziej spójne i dopasowane do misji, wizji, stylu narracji i specyfiki Muzeum działania podparte danymi liczbowymi i przykładami świadczącymi o posiadanym doświadczeniu; 6 punktów otrzyma Oferent, który przedstawi opis mniej spójny i z brakami lub niekonsekwencjami; 0 punktów otrzyma Oferent, który nie przedstawi żadnego opisu.

**d) Propozycja współpracy z Muzeum przy dystrybucji wydawnictw muzealnych (głównie katalogi wystaw czasowych, średnio 2 rocznie, polskojęzycznych lub polsko- i anglojęzycznych; katalogu wystawy stałej i innych o charakterze głównie historycznym), w tym:**

- wysokość rabatów księgarskich przy odsprzedaży wydawnictw przez Muzeum do dalszej dystrybucji,
- model logistyki i podziału kosztów,
- kanały dystrybucji wraz z opisem grup docelowych i założeniami poziomu sprzedaży dla danego kanału,
- wskaźniki sukcesu,

- dotychczasowe doświadczenia i zasoby, np. posiadanie własnej sieci sprzedaży, współpraca z dystrybutorami (hurtowniami księgarskimi), doświadczenie w sprzedaży online w Polsce i zagranicą;

Najwyższą liczbę punktów (9 pkt) w podkategorii **d) Propozycja współpracy z Muzeum przy dystrybucji wydawnictw muzealnych** otrzyma Oferent, który przedstawi najbardziej spójne i dopasowane do misji, wizji, stylu narracji i specyfiki Muzeum działania podparte danymi liczbowymi i przykładami świadczącymi o posiadanym doświadczeniu; 6 punktów otrzyma Oferent, który przedstawi opis mniej spójny i z brakami lub niekonsekwencjami; 0 punktów otrzyma Oferent, który nie przedstawi żadnego opisu.

**e) Propozycja zaprojektowania linii komercyjnych materiałów promocyjnych (m.in. pamiątek z wystaw, z wizyty w muzeum) muzealnych dla różnych segmentów odbiorców ze wskazaniem na:**

- różne rodzaje asortymentu,
- tematyki oraz progów cenowych, dopasowanych do zidentyfikowanych przez Oferenta segmentów,
- prezentacja produktów (gadżetów lub wydawnictw) wyprodukowanych lub proponowanych do produkcji przez Oferenta;

Najwyższą liczbę punktów (9 pkt) w podkategorii **e) Propozycja zaprojektowania linii komercyjnych materiałów promocyjnych** otrzyma Oferent, który przedstawi najbardziej spójne i dopasowane do misji, wizji, stylu narracji i specyfiki Muzeum działania podparte danymi liczbowymi i przykładami świadczącymi o posiadanym doświadczeniu; 6 punktów otrzyma Oferent, który przedstawi opis mniej spójny i z brakami lub niekonsekwencjami; 0 punktów otrzyma Oferent, który nie przedstawi żadnego opisu.

2. W przypadku, gdy dwie lub więcej Ofert uzyska taką samą liczbę punktów, Muzeum wezwie Oferentów, którzy złożyli te Oferty, do złożenia Ofert dodatkowych, zawierających nową propozycję stawki czynszu (nie mniej korzystną niż zaoferowana w pierwotnej Ofercie). Za najkorzystniejszą zostanie uznana Oferta zawierająca najwyższą nową stawkę czynszu.

## § 11.

### Rozstrzygnięcie Konkursu

1. Komisja rozstrzyga Konkurs, wybierając spośród Ofert niepodlegających odrzuceniu Ofertę, która uzyskała największą łączną liczbę punktów.
2. Konkurs uznaje się za ważny, jeżeli wpłynie co najmniej jedna Oferta spełniająca wymogi i warunki określone w Regulaminie.
3. Konkurs uważa się za zakończony wynikiem negatywnym, jeżeli nie wpłynęła ani jedna Oferta lub jeżeli żadna Oferta nie spełnia warunków Regulaminu.
4. Muzeum zastrzega sobie prawo niewyłonienia zwycięskiej Oferty i nierozstrzygnięcia Konkursu.
5. Oferenci zostaną zawiadomieni o wynikach Konkursu pocztą elektroniczną niezwłocznie po zakończeniu Konkursu. Wyniki Konkursu zostaną opublikowane także na stronie internetowej [www.polin.pl](http://www.polin.pl).

## **§ 12.**

### **Umowa**

1. Zwycięzca Konkursu zostanie zaproszony przez Muzeum do zawarcia umowy dzierżawy – zgodnie z postanowieniami Istotnych Postanowień Umowy stanowiących Załącznik nr 7 do Regulaminu.
2. Umowa zostanie podpisana najpóźniej do 30 października 2019 roku.
3. Najpóźniej w dniu poprzedzającym zawarcie umowy, Oferent zobowiązany jest do wpłacenia na wskazany rachunek bankowy Muzeum kaucji zabezpieczającej roszczenia Muzeum w stosunku do dzierżawcy wynikające z umowy dzierżawy, w szczególności o zapłatę czynszu czy naprawienie szkody wynikającej z niewykonywania lub nienależytego wykonywania umowy dzierżawy, stanowiącej sumę trzykrotności miesięcznego czynszu netto powiększoną o należny podatek od towarów i usług. Nieprzystąpienie przez Zwycięzcę Konkursu do podpisania umowy dzierżawy upoważnia Muzeum do zatrzymania wpłaconego przez Zwycięzcę Konkursu Wadium.
4. W razie braku wpłaty kaucji Muzeum zastrzega sobie prawo do niezawierania umowy dzierżawy. W takim przypadku Zwycięzcy Konkursu nie przysługują wobec Muzeum żadne roszczenia, w tym roszczenie o zwrot Wadium, o którym mówi § 8 Regulaminu.
5. W przypadku niezawarcia umowy dzierżawy ze Zwycięzcą Konkursu, Komisja Konkursowa może podjąć decyzję o nierozstrzygnięciu Konkursu lub wybrać kolejną Ofertę, która uzyskała w kolejności najwyższą liczbę punktów.

## **§ 13.**

### **Ochrona danych osobowych**

1. Muzeum oświadcza, że dane osobowe Oferenta oraz dane osobowe osób, których dane Oferent zamieszcza w swojej Ofercie w zakresie obejmującym imię, nazwisko, adres zamieszkania, PESEL, wykształcenie i uprawnienia oraz numer rachunku bankowego, będą przetwarzane przez Muzeum jako administratora danych osobowych, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 10 maja 2018 o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2018, poz. 1000), Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady UE z dnia 27 kwietnia 2016 w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej „RODO”), oraz innymi powszechnie obowiązującymi przepisami prawa w celu przygotowania i prowadzenia Konkursu a w konsekwencji doprowadzenia do podpisania umowy. Dane osobowe, o których mowa powyżej będą przetwarzane przez Muzeum przez okres trwania Konkursu, umowy oraz przez okres przedawnienia ewentualnych roszczeń wynikających z umowy.
2. Dane osobowe przetwarzane są na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b i c) RODO.
3. Oferentowi lub osobom, których dane Oferent podaje w swojej Ofercie przysługuje prawo dostępu do treści danych osobowych oraz ich poprawiania, sprostowania oraz do usunięcia, ograniczenia przetwarzania, wniesienia sprzeciwu wobec ich przetwarzania. Ponadto Oferentowi których dane Oferent podaje w swojej Ofercie przysługuje prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego właściwego dla przetwarzania danych.
4. Dane osobowe Oferenta nie będą przekazywane do państwa trzeciego.
5. Z Inspektorem Ochrony Danych Osobowych można się kontaktować pod numerem telefonu +48 22 4710341 lub adresem e-mail: [iod@polin.pl](mailto:iod@polin.pl).
6. Odbiorcami danych osobowych Oferenta lub osób, których dane Oferent podaje w swojej Ofercie, w związku i w celu przeprowadzenia Konkursu a w konsekwencji zawarcia umowy, mogą być:
  - a) dostawcy systemów informatycznych oraz usług IT;
  - b) podmioty świadczące na rzecz Muzeum usługi księgowe, badania jakości obsługi, dochodzenia należności, usługi prawne, analityczne;
  - c) operatorzy pocztowi i kurierzy;
  - d) operatorzy systemów płatności elektronicznych oraz banki w zakresie realizacji płatności;
  - e) organy uprawnione do otrzymania Pani/Pana danych osobowych na podstawie przepisów prawa.
7. Oferent jest zobowiązany załączyć do Oferty podpisane oświadczenie (w oryginale) wymagane od Oferenta w zakresie wypełnienia obowiązków informacyjnych wynikających z 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, zwane dalej „RODO”), z wykorzystaniem wzoru **Załącznika nr 9 do Regulaminu**. W przypadku, gdy Oferent nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO treści oświadczenia wykonawca nie składa (usunięcie treści oświadczenia np. przez jego wykreślenie).

8. W odniesieniu do danych osobowych Oferentów decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosownie do art. 22 RODO.
9. Oferenci, osoby reprezentujące Oferentów, pełnomocnicy i inne osoby wskazane w Ofercie lub załączonych do nich dokumentach posiadają:
  - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do swoich danych osobowych;
  - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania swoich danych osobowych;
  - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO;
  - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uznają, że przetwarzanie ich danych osobowych narusza przepisy RODO.
10. Oferentom, osobom reprezentującym Oferentów, pełnomocnikom i innym osobom wskazanym w Ofercie lub załączonych do nich dokumentach nie przysługują:
  - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
  - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
  - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

#### **§ 14.**

#### **Postanowienia końcowe**

1. Złożenie Oferty oznacza akceptację postanowień niniejszego Regulaminu.
2. Muzeum zastrzega sobie prawo zmiany postanowień Regulaminu w uzasadnionych przypadkach. O zmianie regulaminu Muzeum zawiadomi uczestników w sposób określony w § 1 ust. 2 Regulaminu.
3. Poszczególne terminy wskazane w regulaminie mogą ulec zmianie. O zmianie terminów Muzeum zawiadomi uczestników w sposób określony w § 1 ust. 2 Regulaminu.
4. Muzeum zastrzega sobie prawo unieważnienia Konkursu bez podania przyczyn; w takim przypadku uczestnikom Konkursu nie przysługują żadne roszczenia, w tym roszczenia odszkodowawcze, wobec Muzeum.

5. Do Konkursu nie mają zastosowania przepisy ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku - Prawo zamówień publicznych.