

ZAPYTANIE O INFORMACJĘ

1. Wprowadzenie

W ramach rozeznania rynku i w celu zebrania informacji o dostępnych na rynku rozwiązaniach odnośnie realizacji przedmiotu zapytania, w tym związanych z nimi kosztów realizacji, Polski Związek Piłki Nożnej zaprasza Państwa do przesłania informacji.

Niniejszy dokument opisuje niezbędne wymagania umożliwiające przedstawienie odpowiedzi na niniejsze zapytanie. Zapytanie ma charakter poufny. Żadna ze stron nie może bez zgody drugiej strony ujawniać informacji technicznych i handlowych związanych z zapytaniem.

Zaproszenie skierowane jest zarówno do podmiotów oferujących kompleksowe systemy sprzedaży biletów wraz z obsługą operacyjną dnia meczowego, jak i do firm dostarczających wybrane komponenty rozwiązania (np. wyłącznie system ticketingowy, aplikację mobilną, obsługę kasową, wsparcie stadionowe lub helpdesk), które mogą funkcjonować jako samodzielne moduły lub zostać zintegrowane z innymi elementami infrastruktury PZPN.

PZPN dopuszcza realizację zamówienia przez jeden podmiot lub przez kilka wyspecjalizowanych podmiotów działających samodzielnie bądź w modelu partnerskim.

2. Informacje o składającym pytanie

Zamawiający	Polski Związek Piłki Nożnej (dalej „PZPN”) ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. nr 7 nr KRS: 0000091546 NIP: 526-17-27-123 REGON: 000866550
--------------------	---

3. Przedmiot zapytania

Przedmiot zapytania	Przedmiotem zapytania jest dostarczenie, wdrożenie oraz utrzymanie nowoczesnego systemu sprzedaży biletów na wydarzenia organizowane przez PZPN, w tym mecze reprezentacyjne oraz inne wydarzenia centralne. 1. System powinien obejmować w szczególności: a) sprzedaż biletów online i stacjonarną; b) aplikację mobilną (również w modelu white label) zgodną ze standardami międzynarodowymi; c) zarządzanie planami stadionów i kontrolą dostępu; d) obsługę wysokich pików sprzedażowych (wirtualna kolejka, skalowalność); e) zaawansowane mechanizmy bezpieczeństwa (antybotowe, antyskalpingowe, cyberbezpieczeństwo); f) rozbudowane raportowanie i analitykę sprzedaży; g) integrację z systemami PZPN (SSO, profil użytkownika, system księgowy); h) integracje z systemami stadionowymi, bramkami płatności, narzędziami analitycznymi oraz zewnętrznymi partnerami; i) zgodność z przepisami prawa (w tym Ustawa o bezpieczeństwie imprez masowych, RODO, KSeF); j) możliwość budowy jednolitego profilu kibica i rozwoju funkcji lojalnościowych; k) wsparcie w zakresie migracji danych historycznych. 2. Model współpracy i zakres usług PZPN dopuszcza realizację poszczególnych elementów zamówienia przez jeden podmiot lub przez kilka wyspecjalizowanych podmiotów.
----------------------------	--

	2.1. W szczególności rozróżnia się następujące obszary: a) Dostarczenie i utrzymanie systemu sprzedaży biletów; b) Obsługa operacyjna dnia meczowego. Narzędzia wymagane od oferenta lub wskazanego przez niego partnera do obsługi kas lub infopunktów: kasy fiskalne, terminale płatnicze, komputery, drukarki, czytniki ręczne do obsługi wydarzeń, wsparcie techniczne na stadionie; c) Konfiguracja wydarzeń i bieżąca obsługa systemu. 2.2 W związku z powyższym Oferent może: a) dostarczyć wszystkie powyższe elementy samodzielnie; lub b) wskazać podwykonawców; lub c) złożyć ofertę wyłącznie na wybrane obszary.
Szczegółowy opis przedmiotu zapytania	System musi: 1. spełniać wymagania Ustawy z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych (Dz.U. 2023 poz. 616); 2. zapewniać nowoczesny, intuicyjny i estetyczny interfejs użytkownika, umożliwiający łatwą nawigację i interakcję. I. Kluczowe elementy strony głównej i interfejsu powinny obejmować: 1. dostępność 365 dni w roku, w trybie 24/7, bez ograniczeń, w tym geograficznych; 2. dostępność w wersji desktopowej i mobilnej 3. zintegrowaną aplikację mobilną (opcjonalnie w modelu white label), która umożliwia kompleksową obsługę wszystkich rodzajów biletów w języku polskim i angielskim. Aplikacja powinna oferować funkcjonalności porównywalne do standardów wyznaczonych przez „UEFA Mobile Tickets,” zapewniając intuicyjność, bezpieczeństwo oraz wygodę użytkowania – z opcją integracji z docelową aplikacją mobilną PZPN; 4. interaktywny kalendarz, który prezentuje nadchodzące wydarzenia dostępne w sprzedaży, z możliwością filtrowania według dat, lokalizacji, typu wydarzenia oraz kategorii biletów, zapewniając użytkownikowi łatwy dostęp do informacji i szybką nawigację; 5. mechanizm wirtualnej kolejki zarządzającej ruchem użytkowników w czasie sprzedaży wydarzeń o wysokim popycie. 6. szczegółową i interaktywną mapę stadionu, umożliwiającą użytkownikowi łatwą lokalizację miejsca odbywania meczu oraz intuicyjny wybór dostępnych miejsc, z uwzględnieniem kategorii cenowych, widoku z trybun i dodatkowych informacji o sektorach; 7. System musi umożliwiać konfigurację trybów sprzedaży zgodnych z obowiązującymi przepisami., w tym opcję zakupu biletów wyłącznie przez zarejestrowanych użytkowników/osoby posiadające konto w systemie; 8. możliwość zakupu biletu w formie fizycznej, z opcją samodzielnego wydruku lub zapisania biletu na zewnętrznym nośniku, takim jak karta NFC czy inne kompatybilne urządzenie, w tym portfele cyfrowe; możliwość wydruku biletów termicznych (zgodnych z KV); 9. możliwość rozszerzenia oferty o inne produkty/usługi dodatkowe związane z dniem meczowym lub możliwość integracji z rozwiązaniami oferującymi takie funkcjonalności, 10. dostęp do szerokiej gamy metod płatności, w tym kart płatniczych, przelewów bankowych, portfeli elektronicznych, systemów płatności mobilnych (w szczególności wskazanych przez PZPN oraz innych nowoczesnych rozwiązań finansowych; 11. korzystanie z rotujących grafik/sliderów, przekierowań/buttonów, ikon z określoną funkcjonalnością; 12. dostosowanie motywu wizualnego, kolorystyki, układu funkcjonalności oraz personalizacji treści wizualnych; 13. dostęp do pełnej historii zakupów, prezentując szczegółowe informacje o dokonanych transakcjach, takich jak data, rodzaj zakupionego produktu, kwota

oraz metoda płatności, z opcją filtrowania i sortowania danych dla wygody użytkownika.

14. Kompatybilność z KSeF

II. Dodatkowo, możliwości rozwojowe systemu powinny umożliwiać wdrożenie rozwiązań:

1. tworzenie i rozbudowę jednolitego profilu kibica,
2. scoring użytkowników na podstawie ich aktywności zakupowej i behawioralnej,
3. modelowanie wartości życiowej klienta (LTV),
4. identyfikację ryzyka „no-show” oraz predykcję frekwencji dla poszczególnych wydarzeń,
5. wdrożenie mechanizmów lojalnościowych opartych o aktywność w dniu meczu oraz tokenizację biletów,
6. integrację z rozwiązaniami biometrycznymi w długim okresie,

III. Komunikacja z użytkownikami:

System powinien umożliwiać generowanie spersonalizowanych wiadomości do użytkowników, w tym m.in.:

1. automatyczne potwierdzenia zakupu;
2. personalizowane szablony mailowe, wiadomości push;
3. maile przypominające o zbliżających się wydarzeniach i kampaniach marketingowych;
4. spersonalizowane reklamy oraz banery marketingowe partnerów, z opcją dynamicznego zarządzania treścią i lokalizacją wyświetlania w interfejsie użytkownika, w zależności od segmentu odbiorców lub kampanii promocyjnej;
5. banery produktowe z możliwością przekierowania na strony promocyjne;
6. informację o możliwych usługach i produktach dodatkowych związanych z dniem meczowym,
7. SMS-y powitalne i pożegnalne;
8. zwiększenie widoczności marki (brand visibility);
9. możliwość udostępnienia na platformach społecznościowych, takich jak Facebook, X (Twitter), TikTok, Instagram czy inne, informacji o dokonaniu zakupu biletów, z uwzględnieniem generowania spersonalizowanych komunikatów promocyjnych wspierających działania marketingowe;
10. narzędzia do affiliate marketingu, takie jak generowanie linków z trackingiem;
11. oferować użytkownikom możliwość bezpośredniego kontaktu: telefon/email/czat/czatbot ze szczególnym uwzględnieniem wysoko jakościowej automatyzacji komunikacji;
12. gwarantować użytkownikowi otrzymanie odpowiedzi na zapytanie w określonym maksymalnym czasie, np. 24H;
13. gwarantować otrzymywanie przez użytkownika automatycznego potwierdzenia złożonego zgłoszenia;
14. umożliwiać użytkownikowi na edycję jego danych teleadresowych udzielonych w kontekście wysyłki biletów;
15. umożliwiać tworzenie ankiet satysfakcji klienta;
16. zawierać elementy grywalizacji oparte o możliwe zautomatyzowane elementy, takie jak zgadywanie wyniku meczu, składu czy strzelców bramek;
17. wyodrębnić pytania FAQ.

IV. Oferować zaawansowane funkcjonalności sprzedaży i zarządzania biletami, dostosowane do różnych potrzeb użytkowników i podmiotów współpracujących. Kluczowe wymagania obejmują:

1) Obsługa sprzedaży specjalnej:

- a) możliwość sprzedaży biletów dla kont firmowych, z uprzywilejowanymi sektorami, z aktywnymi linkami umożliwiającymi wprowadzenie danych i szybkie generowanie biletów; z opcją zarządzania dostępem i zakresem funkcji zgodnie z indywidualnymi potrzebami;

	b) możliwość sprzedaży pakietów wyjazdowych, obejmujących bilety na mecze rozgrywane poza stadionami domowymi, z elastycznym mechanizmem sprzedaży, który nie wymaga dodawania nowego stadionu do systemu, jednocześnie zapewniając precyzyjne zarządzanie dostępnością i alokacją biletów; c) obsługę akredytacji i zarządzanie strefami VIP; d) dystrybucja voucherów, organizacja i obsługa wydarzeń darmowych. 2) Zarządzanie zwrotami i zmianami: a) obsługa zwrotów biletów; zwrot środków w przypadku odwołania meczu, z realizacją procesu w terminie nieprzekraczającym 14 dni od daty anulowania wydarzenia, przy jednoczesnym zachowaniu zgodności z obowiązującymi regulacjami i zasadami obsługi płatności; b) możliwość zmiany danych na bilecie lub podwyższenia kategorii cenowej, z określonym limitem czasowym na dokonanie zmian. 3) Elastyczne konfiguracje sprzedaży: a) tworzenie zróżnicowanych ofert, takich jak pakiety (np. „opiekun + dziecko”) czy subskrypcje wspierające budowanie frekwencji; b) wprowadzenie sprzedaży dynamicznej, która zwiększa frekwencję poprzez zmianę cen w zależności od czasu pozostałego do wydarzenia wraz z możliwością realizacji testów modeli cenowych (testy A/B); c) możliwość nadawania zniżek dla poszczególnych grup użytkowników oraz możliwość kupienia biletów w przedsprzedaży; d) możliwość wprowadzenia limitu zakupu określonej liczby biletów w jednej transakcji; e) możliwość konfigurowania i uruchomienia nowych trybów sprzedaży biletów (np. losowanie dla zgłoszonej wcześniej grupy chętnych) 4) Zakupy dostosowane do grup użytkowników: a) sprzedaż dla obcokrajowców, osób z niepełnosprawnościami, na podstawie określonego procesu identyfikacji i weryfikacji posiadanych uprawnień; b) ograniczenie zakupu biletów dla dzieci poniżej 13. roku życia; c) rozpoznawanie wieku w oparciu o numer PESEL; d) możliwość kupowania biletów także dla osób nieposiadających PESEL, na podstawie określonego procesu identyfikacji; e) automatyczne zniżki dla kibiców spełniających określone kryteria, takie jak wiek poniżej zdefiniowanego progu czy inne cechy wyróżniające (np. status studenta lub osoby z niepełnosprawnością), na podstawie wprowadzonych danych i zgodnie z polityką cenową wydarzenia Ponadto system powinien: V. przechowywać informacje o użytkownikach i umożliwiać migrację danych z aktualnego systemu, zapewniając pełne pobranie i zapisanie wszystkich istniejących informacji o użytkownikach, takich jak dane osobowe, historia transakcji oraz zgody marketingowe, w sposób zgodny z obowiązującymi przepisami dotyczącymi ochrony danych i bezpieczeństwa informacji; VI. zagwarantować pełne wsparcie w zakresie tworzenia i konfiguracji wszystkich stadionów i obiektów wskazanych przez PZPN, umożliwiając precyzyjne dostosowanie parametrów takich jak sektory, miejsca czy opcje biletowe do specyfiki obiektu i wydarzenia a także zapewnić integrację
--	--

	systemu z istniejącymi rozwiązaniami dostępowymi dostępnymi na rynku, aby umożliwić sprawną obsługę wydarzeń i sprzedaży biletów; VII. umożliwiać elastyczne opcje w zakresie zarządzania drukowaniem i kolportażem biletów, umożliwiając PZPN zarówno korzystanie z usług dostawcy systemu (opcjonalnie), jak i zawieranie niezależnych umów z wybranymi partnerami zewnętrznymi, w zależności od potrzeb operacyjnych i strategicznych; VIII. wspierać zaawansowane mechanizmy cross-sellingu, umożliwiając łączenie sprzedaży biletów z dodatkowymi produktami lub usługami, takimi jak gadżety, bilety parkingowe, vouchery czy pakiety promocyjne, z możliwością dynamicznego dostosowywania ofert na podstawie preferencji użytkowników i strategii marketingowych; IX. umożliwiać sprzedaż stacjonarną biletów; X. zapewniać możliwość stosowania wyłączeń miejsc / sektorów, na potrzeby stanowisk kamerowych, stref buforowych, sektorów gości wraz z szybkim generowaniem wizualizacji graficznej; XI. zapewniać możliwość integracji systemu z bazą zakazów stadionowych np. CBDK a następnie w razie potrzeby umożliwiać blokowanie poszczególnych biletów / numerów PESEL w systemie biletowym zgodnie z bazą zakazów sądowych lub innych; XII. zapewniać możliwość segregacji miejsc biletowych według przydzielonej bramy ora sekcji kołowrotów zgodnie ze stadionowym systemem dostępu; XIII. w ramach opcjonalnych usług operacyjnych dostawca systemu lub wskazany przez niego partner może zapewnić kompleksową obsługę dnia meczowego, obejmującą obecność wykwalifikowanego personelu w punktach obsługi klienta w celu rozwiązywania problemów kibiców, a także wsparcie techniczne i operacyjne na wszystkich aktywnych sekcjach kołowrotów, gwarantując sprawne i bezproblemowe zarządzanie dostępem i reakcje na ewentualne problemy na meczu (około 25-30 pracowników w przypadku Stadionu Narodowego). XIV. w ramach opcjonalnych usług operacyjnych dostawca systemu lub wskazany przez niego partner może zapewnić i zorganizować sprzedaż biletów w kasach na meczach wskazanych przez PZPN, w tym zwłaszcza na meczach Kadry A Kobiet, Finału Pucharu Polski Kobiet, meczach reprezentacji U21. Sprzedaż obejmuje własne kasy fiskalne, drukarki biletów, obsługę kas i info punktów. XV. w ramach opcjonalnych usług operacyjnych dostawca systemu lub wskazany przez niego partner może zapewnić osoby (Administradora imprez PZPN) na pełen etat, po własnej stronie do wykonywania prac zleconych przez PZPN w tym, ustawianie imprez zgodnie z wytycznymi, bieżącą konfigurację meczów, przygotowanie faz sprzedaży, konfigurowanie systemu na potrzeby grup uprzywilejowanych, obsługę systemu za którą w całości odpowiedzialny jest dostawca systemu lub wskazany przez niego partner od wprowadzenia stadionu do rozwiązywania reklamacji po meczu. XVI. w ramach opcjonalnych usług operacyjnych dostawca systemu lub wskazany przez niego partner odpowiedzialny jest za ustawianie imprez w systemie, w tym za wprowadzanie stadionów i inwentaryzacja miejsc na stadionie (seating plan stadionu), przygotowanie planu trybuny VIP, przygotowanie plany trybuny prasowej, integracja z systemem kontroli dostępu stadionu, przesłanie i weryfikacja działania kodów kreskowych na czytnikach na potrzeby meczów zleconych przez PZPN. PZPN umożliwi w tym celu kontakt z osobami na stadionie oraz przeprowadzenie inwentaryzacji miejsc na stadionie przez pracowników Dostawcy na potrzeby zleconych imprez. XVII. System powinien zapewniać ciągłość działania kontroli dostępu w przypadku utraty łączności z Internetem, w tym możliwość weryfikacji biletów w trybie offline oraz synchronizację danych po przywróceniu połączenia.
--	---

XVIII. Zapewnić program lojalnościowy, który:

- 1) umożliwi użytkownikowi wykorzystanie zgromadzonych punktów do obniżenia ceny biletów/gadżetów/odbioru nagród;
- 2) oferować różne poziomy członkostwa;
- 3) oferować różne promocje w zależności od poziomu członkostwa;
- 4) informować użytkownika o jego statusie w programie lojalnościowym oraz jak ten status podnieść;
- 5) wyświetlać tablicę przedstawiającą najbardziej zaangażowanych użytkowników;
- 6) nagradzać użytkownika za określone działania;
- 7) umożliwiać uzyskiwanie przez użytkownika różnej liczby punktów, w zależności od wielkości transakcji czy rodzaju podejmowanych działań;
- 8) umożliwiać użytkownikom dostęp do ekskluzywnych treści lub wydarzeń na podstawie ich aktywności, statusu w programie lojalnościowym, lub określonych kryteriów.

XIX. W zakresie raportowania i analizy, System powinien:

- 1) umożliwiać kompleksowe raportowanie i analizę zachowań użytkowników, w tym ich aktywności zakupowej, takich jak częstotliwość i wartość transakcji, preferowane metody płatności, liczba zakupionych biletów, a także wskaźnik ich wykorzystania oraz kluczowe etapy customer journey. Dodatkowo system powinien oferować możliwość identyfikacji najbardziej i najmniej aktywnych użytkowników oraz dostarczać wizualizacje geograficzne sprzedaży, wspierające strategiczne decyzje marketingowe i operacyjne;
- 2) zapewniać zaawansowany moduł raportowania sprzedaży, dostosowany do potrzeb Departamentu Finansowego, umożliwiający generowanie szczegółowych raportów obejmujących dane dotyczące przychodów, metod płatności, kategorii biletów oraz analizę sprzedaży w czasie rzeczywistym i po zakończeniu wydarzenia;
- 3) generować zaawansowane raporty sprzedaży i użytkowania biletów, zawierających szczegółowe informacje, które wspierają analizę zachowań klientów i optymalizację procesów sprzedaży, w tym:
 - a) Lista osób, które zakupiły bilety na konkretny mecz.
 - b) Zakupy biletów dokonane w określonym przedziale czasowym.
 - c) Zakupy biletów na wybrane mecze (z możliwością wyboru wielu wydarzeń).
 - d) Status wykorzystania biletów (eliminacja „no shows”).
 - e) Liczba biletów zakupionych przez użytkownika dla siebie i osób towarzyszących, w tym osób niepełnoletnich.
 - f) Kategorie zakupionych biletów (np. standardowe, kolekcjonerskie).
 - g) Segmentację użytkowników według kryteriów takich jak wiek, miejsce zamieszkania, płeć, narodowość, numer telefonu, rodzaj biletu, historia zakupowa.
 - h) Zgody marketingowe wyrażone przez użytkowników.
 - i) Informacje o osobach towarzyszących, dla których zakupiono bilety, z uwzględnieniem tego, czy posiadają konto w systemie.
 - j) Status wejścia na mecz (potwierdzenie obecności na wydarzeniu).
 - k) Dane dotyczące zwrotów biletów.
- 4) umożliwiać export wybranych informacji w formacie pdf/csv/excel; z możliwością filtrowania i dostosowywania raportów do konkretnych potrzeb analitycznych i operacyjnych;
- 5) raportować w czasie rzeczywistym z uwzględnieniem ceny, metody płatności, dostawy oraz sektora.

XX. Przetwarzanie danych osobowych:

- 1) PZPN musi w systemie występować jako administrator danych osobowych.
- 2) Właściciel systemu musi występować jako procesor danych osobowych, który przetwarza te dane wyłącznie w imieniu PZPN i w celach PZPN.

	3) Właściciel systemu nie może korzystać z danych osobowych, których administratorem jest PZPN dla własnych celów, takich jak sprzedaż czy marketing. 4) System musi umożliwiać automatyczne usuwanie danych osobowych po upływie 5 lat. 5) System musi oferować zabezpieczenie danych, w tym danych szczególnych, związanych z wnioskami o obcym pochodzeniu i statusie osoby z niepełnosprawnością. 6) System musi przechowywać informacje o zgodach marketingowych wyrażonych przez użytkownika XXI. Wymagania techniczne: 1) Integracja z systemem SSO PZPN: login.laczynaspilka.pl. 2) Integracja z systemem profil użytkownika PZPN: profil.laczynaspilka.pl. 3) System musi działać w oparciu o chmurę obliczeniową Azure, GCP, AWS lub równoważnej infrastruktury spełniającej wskazane standardy bezpieczeństwa i dostępności. 4) Wystawienie danych poprzez interfejsy bazodanowe do systemów raportujących PZPN. 5) Import danych sprzedażowych ze starych systemów - 10 lat. 6) Komunikacja z systemami PZPN, z wykorzystaniem tunelu VPN API Sec. XXII. Integracje System powinien wspierać integrację z zewnętrznymi usługami, w tym: 1) Sklepem kibica, oferującym produkty sugerowane na podstawie historii zakupów; 2) Serwisami weryfikującymi zakazy stadionowe w czasie rzeczywistym; 3) Narzędziami analitycznymi, takimi jak Google Tag Manager, Facebook Pixel i Google Analytics, Tableau 4) Systemami stadionowymi; 5) Systemem księgowym PZPN, Comarch ERP XL; (import i export faktur); 6) platformami społecznościowymi, takimi jak Facebook, X (Twitter), TikTok oraz innymi przyszłymi narzędziami, umożliwiając dynamiczne prezentowanie najnowszych oficjalnych treści i aktualizacji, z opcją rozszerzania funkcjonalności w miarę pojawiania się nowych technologii i kanałów komunikacji; 7) Bramkami płatniczymi wskazanymi przez PZPN; 8) Inną aplikacją zewnętrzną w celu sprzedaży uprzywilejowanej dla użytkowników aplikacji. XXIII. Spełnienie najlepszych standardów w zakresie wymagań funkcjonalnych W ramach odpowiedzi na zaprezentowane RFI potencjalny Dostawca lub wskazany przez niego partner powinien zaprezentować, niezależnie od elementów wymienionych powyżej, informacje dotyczące poniższych funkcjonalności systemu: 1) Wymagania w zakresie cyberbezpieczeństwa (w tym: zgodność z ISO/IEC 27001 lub równoważnym, certyfikaty w zakresie przetwarzania danych płatniczych, mechanizmy ochrony przed atakami DDoS; wielopoziomowe uwierzytelnianie administratorów, rejestrowanie i audyt zdarzeń systemowych, gotowość do cyklicznych testów penetracyjnych, mechanizmy ochrony przed botami i automatycznym wykupem biletów) 2) Wymagania w zakresie wydajności i skalowalności (w tym minimalny proponowany poziom SLA w ciągu roku, deklarowany czas odpowiedzi systemu w warunkach standardowego obciążenia, standardy high-demand drop, auto-scaling/load balancing, kluczowe założenia Disaster Recovery, w tym w zakresie parametrów RTO i RPO)
--	---

	3) Zarządzanie danymi i interoperacyjność (w tym zapewnienie PZPN raw data access, w możliwość eksportu pełnej bazy danych w dowolnym momencie) 4) Proponowane mechanizmy przeciwdziałania nadużyciom i scalpingowi (w tym: rozwiązania secondary marketplace, fraud detection engine czy też dynamiczne kody QR)
Termin realizacji	Do szczegółowego omówienia przez strony.

4. Składanie odpowiedzi na informację

Termin składania odpowiedzi na informację	20.03.2026 r., godzina: 23:59
Miejsce składania odpowiedzi na informację	na adres poczty elektronicznej: tomasz.flakowski@pzpn.pl
Sposób składania odpowiedzi na informację	Prosimy o udzielenie odpowiedzi [np. w jednym egzemplarzu w wersji elektronicznej (plik PDF) podpisanym elektronicznie przez osobę upoważnioną po stronie oferenta].
Niezbędne elementy odpowiedzi	W odpowiedzi na RFI prosimy o wskazanie: a) elementów, których Oferent realizuje samodzielnie, które z udziałem partnerów, a których nie obejmuje jego oferta; b) opisu architektury i kluczowych funkcjonalności rozwiązania, c) informacji dotyczących bezpieczeństwa, skalowalności i parametrów SLA, d) opisu modelu wdrożenia i utrzymania, e) warunków finansowe, f) doświadczenie w realizacji podobnych projektów, w szczególności w organizacjach sportowych. Prosimy o przedstawienie informacji w podziale na następujące obszary: a) dostarczenie i utrzymanie systemu sprzedaży biletów; b) obsługa operacyjna dnia meczowego (kasy, infopunkty, wsparcie techniczne na stadionie); c) konfiguracja wydarzeń i bieżąca obsługa systemu. Ponadto, odpowiedź powinna zawierać co najmniej: a. dane identyfikujące podmiot gospodarczy udzielający odpowiedzi oraz ewentualnych wskazanych przez niego partnerów (dane rejestrowe, w tym pełna nazwa podmiotu, adres), b. wskazanie danych kontaktowych po stronie podmiotu gospodarczego udzielającego odpowiedzi oraz ewentualnych wskazanych przez niego partnerów, c. opis podejścia do realizacji zamówienia nawiązujący do opisu przedmiotu zapytania, d. szacowany termin i harmonogram ewentualnej realizacji, e. cena netto i brutto wykonania/dostarczenia usługi, z uwzględnieniem ewentualnego podatku od towarów i usług, f. doświadczenie i kompetencje podmiotu gospodarczego udzielającego odpowiedzi (np. lata na rynku, dokonane wdrożenia w klubach lub związkach sportowych, jeżeli występuje, to również obecność w Polsce lub Europie ze wskazaniem, w których klubach lub federacjach funkcjonują Państwa rozwiązania wraz z podaniem skali, zakresu wdrożenia oraz osiągniętych parametrów), g. opis oferowanego systemu / oprogramowania, h. nazwę produktu, i. szczegóły techniczne i funkcjonalne, j. rekomendowane scenariusze użycia, k. model finansowania i kosztów (zakup / dzierżawa / subskrypcja), l. koszty sprzętu, oprogramowania, usług dodatkowych,

	m. opis oferowanego wsparcia technicznego i serwisu ze wskazaniem czasu reakcji, n. SLA.
Osoba kontaktowa po stronie PZPN	Wszelkie pytania na temat niniejszego zapytania lub wszelkie dodatkowe informacje dotyczące przedmiotu zapytania (niezbędne do przekazania z punktu widzenia PZPN) należy kierować do: - o Tomasz Flakowski - o Head of Digital Innovation - o e-mail: tomasz.flakowski@pzpn.pl

5. Zastrzeżenia

PZPN zastrzega sobie prawo do kontaktowania się wyłącznie z wybranymi odbiorcami zapytania.

Niniejsze zapytanie nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2020 r. poz. 1740, z późn. zm.), jak również nie jest ogłoszeniem ani inną formą w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 2019, z późn. zm.).

6. Załączniki

Załączniki do zapytania o informację	1. Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych
---	---