

Zapytanie ofertowe nr 02/02/2021
na wykonanie badania rozpoznawalności oraz wiedzy nt. certyfikowanego mięsa QAFP w ramach kampanii pt. „Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP”- kontynuacja 2020.

I. ZAMAWIAJĄCY

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego
Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa,
KRS 0000246895 / NIP 701-003-39-96 / REGON 140652872
Tel. /fax: +48 22 696 52 70, www.upemi.pl / biuro@upemi.pl

II. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie planu oraz wykonanie badania rozpoznawalności oraz wiedzy nt. certyfikowanego mięsa QAFP, a w szczególności:

- Przygotowanie propozycji badania rozpoznawalności produktów objętych projektem oraz wiedzy nt. certyfikowanego mięsa w Systemie QAFP w ramach monitoringu i ewaluacji kampanii pt. „Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP” – kontynuacja 2020 wraz z uzasadnieniem.

Zamawiający zakłada, że ewaluacja zadania będzie prowadzona w oparciu o rzetelne badania o charakterze ilościowym i jakościowym zrealizowane przez profesjonalny, niezależny podmiot i odpowiadające założonym celom i grupie docelowej.

Dobór metodologii oraz częstotliwości wykonania będzie oparty o analizę założeń kampanii. Zamawiający zakłada, że badania będą oparte na wywiadach internetowych oraz grupach focusowych, co pozwoli na precyzyjne badanie bieżących oraz końcowych efektów działania.

W ramach oferty należy przedstawić:

- a. opis badania z uwzględnieniem minimum 2 faz: na początku kampanii (1/2 kwartał 2021 r.) i na końcu projektu (2 kwartał 2022) wraz ze szczegółowym zaprezentowaniem zakresu, metod oraz wielkością prób badawczych;
- b. uzasadnienie dla zaproponowanej metodologii badania.

III. OPIS PROJEKTU – POLSKA AKADEMIA CERTYFIKOWANEGO MIĘSA QAFP

Nazwa projektu: „Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP” – kontynuacja 2020

Produkty objęte projektem: **certyfikowane kulinarne mięso wieprzowe oraz drobiowe i wędliny ze znakiem QAFP.**

Kampania jest kontynuacją działań prowadzonych w latach 2018 - 2020 na terenie całego kraju pod tą samą nazwą.

Głównym celem projektu jest:

Uzyskanie do końca trwania zadania dalszego wzrostu rozpoznawalności (szczególnie na poziomie spontanicznym), wiedzy o asortymencie i ich cechach oraz pozytywnych skojarzeń nt. polskiego certyfikowanego mięsa i wędlin.

Cele szczegółowe:

- ✓ Wzrost dostępności polskiego certyfikowanego mięsa w polskim systemie jakości na półkach sklepowych w Polsce.
- ✓ Wzrost zainteresowania polskimi certyfikowanymi produktami: mięsem wieprzowym, drobiowym oraz wędlinami.
- ✓ Wzrost produkcji polskiego, certyfikowanego mięsa i wędlin.

Grupą docelową zadania są KONSUMENTY:

- ✓ Osoby w wieku 25-65 lat
- ✓ Osoby odpowiedzialne za zakupy w gospodarstwie domowym
- ✓ Wyznawane wartości: rodzina, zdrowie
- ✓ Dbający o jakość codziennego życia, starający się stale ją powiększać
- ✓ Będący w stanie zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości
- ✓ Głównym wyznacznikiem wyborów zakupowych są wartości odżywcze produktów
- ✓ Często podejmują decyzje zakupowe pod wpływem reklamy.

W ramach kampanii zrealizowane będą następujące działania:

reklama w gazecie jednej z popularnych sieci handlowych - co najmniej 5 edycji x 1 cała strona oraz kampania na billboardach jednej z popularnych sieci handlowych – co najmniej 2 edycje x 80 billboardów w całej Polsce. Informację nt. finalnego zakresu działań oraz ich lokalizacji Zamawiający przekaże wybranemu Oferentowi.

POTRZEBY I OCZEKIWANIA KONSUMENTÓW:

Rosnąca świadomość konsumentów oraz ich zainteresowanie zdrowym, zbilansowanym żywieniem, jak również jakością i pochodzeniem kupowanych produktów zwiększa zapotrzebowanie na przekazywanie i utrwalanie informacji nt. produktów wytwarzanych w polskim systemie jakości oraz znaczenia certyfikacji żywności.

Szum informacyjny oraz funkcjonowanie mitów nt. mięsa, szczególnie w aspekcie jego szkodliwości zdrowotnej oraz zawartości antybiotyków i hormonów wzrostu wymaga szczególnego i zdecydowanego podkreślenia aspektów jakości i pochodzenia, gwarantowanych polskim systemem jakości oraz niezależną certyfikacją i nadzorem Polskiego Centrum Akredytacji.

Według raportu Roland Berger „Polski rynek handlu spożywczego w 2010-2020 roku” jest sześć kluczowych trendów konsumenckich wpływających na zachowania zakupowe i preferencje klientów we wszystkich segmentach sklepowych i są to:

- **popyt na produkty wysokiej jakości,**
- **większa świadomość zdrowotna i produktowa,**
- szybki tryb życia,
- nowy model rodziny,
- oraz rozwój regionalny.

Ponadto wg. analizy Roland Berger na podstawie PMR, EMIS, Euromonitor, stron internetowych i wywiadów eksperckich do jednych z najważniejszych zachowań zakupowych/preferencji klientów wynikających z trendów konsumenckich należą:

- A. Rosnąca częstotliwość zakupów spożywczych.**
- B. Wzrost znaczenia jakości i świeżości produktów.**
- C. Wzrost znaczenia dostępności unikalnego asortymentu.**
- D. Rosnąca popularność zdrowych, świeżych i organicznych produktów.**

ROZPOZNAWALNOŚĆ I WIEDZA NT. CERTYFIKOWANEGO MIĘSA QAFP

Dotychczas prowadzone działania informacyjno – promocyjne wygenerowały znaczącą świadomość systemu QAFP. Przeprowadzone w ramach poprzedniej edycji zadania pt. „Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP” badania oceny rozpoznawalności i wiedzy nt. certyfikowanego mięsa QAFP wśród respondentów w wieku 25-65 lat oraz ewaluacja kampanii, prowadzone w 2 turach na łącznej próbie badawczej 1200 osób z uwzględnieniem miejsca zamieszkania (województwo), płci i wieku, metodą wspomaganego komputerowo wywiadu internetowego (CAWI) wykazały, że **konsumenci przychylnie odnoszą się do certyfikowanej żywności.**

Wyniki analizy wskaźnikowej wykazały, że:

- **45 % badanych szuka na opakowaniach żywności znaków jakości;**
- **dla 64 % badanych żywność certyfikowana jest godna zaufania;**
- **dla 63 % badanych certyfikat stanowi gwarancję wysokiej jakości żywności;**
- **54 % badanych jest gotowych zapłacić więcej za żywność z certyfikatem.**

Badania pokazały też, że QAFP jest najbardziej rozpoznawalnym certyfikatem żywności związanym z produktami mięsnymi. Znak QAFP uplasował się na trzecim miejscu po Znak Jakości Q i znaku Teraz Polska (znajomość spontaniczna na poziomie 4,5 % w badanej grupie docelowej) i na poziomie spontanicznego zapamiętywania jest to najbardziej rozpoznawalny certyfikat żywnościowy związany z produktami mięsnymi. Na poziomie zapamiętywania wspomaganego znak QAFP znalazł się na drugim miejscu osiągając odsetek rozpoznawalności równy 59,2 % i ustępuje wyłącznie symbolowi Produkcja Ekologiczna (68,5 %).

Wyniki badania wskazują, że znak QAFP jest znany ponad połowie odbiorców z grupy docelowej (wysoki wskaźnik wspomaganego rozpoznawalności), jego znajomość wciąż nie jest jednak głęboko utrwalona.

Pogłębiona analiza wartości wskaźnika znajomości wspomaganego znaku QAFP ujawniła ponadto, że:

- ✓ Im niższy wiek, tym rozpoznawalność znaku QAFP jest wyższa. W grupie osób w wieku 25-34 lata wskaźnik ABA osiągnął wartość 56,0%, w grupie osób w wieku 55-64 lata przyjął on wartość 48,5%.
- ✓ Rozpoznawalność znaku QAFP jest wyraźnie wyższa wśród kobiet (wskaźnik ABA 60,1%), niższa natomiast wśród mężczyzn (wskaźnika ABA 44,9%).
- ✓ Rozpoznawalność znaku QAFP jest wyższa wśród osób współtworzących duże gospodarstwa domowe. W gronie osób z czteroosobowych gospodarstw i większych wskaźnika ABA przyjął wartość 55,8%, w gronie osób reprezentujących trzyosobowe gospodarstwa domowe przyjął wartość 53,6%. Osoby gospodarujące wspólnie z jedną osobą charakteryzowała wartość wskaźnika na poziomie 47,2%, z kolei wśród singli ukształtował się on na pułapie 44,1%.

WIEDZA NT. CERTYFIKOWANEGO MIĘSA I ODBIÓR POPRZEDNIEJ EDYCJI KAMPANII

- 45,9 % osób rozpoznających certyfikat QAFP potrafi poprawnie przypisać go do mięsa.
- 65,6 % osób poprawnie rozpoznających symbol QAFP kupiło mięso wyróżnione tym certyfikatem.
- 69,3 % badanych poprawnie identyfikujących znak QAFP zetknęło się z kampanią pt. Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP”.
- 52,2 % osób rozpoznających kampanię potrafiło z pamięci poprawnie przywołać co najmniej jeden rodzaj mięsa objętego kampanią (wieprzowinę i/lub drób).
- Skuteczność kampanii w odniesieniu do stałych klientów jednej z popularnych sieci sklepów potwierdza fakt, że 77 % spośród stałych klientów, którzy kupili mięso oznaczone znakiem QAFP, zostało do zakupu przekonanych prowadzoną kampanią).

Ponadto wyniki badania potwierdzają, że cechy mięsa eksponowane w kampanii pokrywają się z tym jak mięso ze znakiem jakości QAFP odbierają jego konsumenci. Jest to bardzo istotne w kontekście autentyczności przekazu kampanii. Konsumenci zgadzają się przede wszystkim z tym, że mięso ma szerokie zastosowanie kulinarne, jest soczyste i ma odpowiednią strukturę.

Badanie ujawniło bardzo wysokie wartości wskaźnika zgody z poszczególnymi twierdzeniami, a Konsumenci wybierający produkty ze znakiem QAFP są przekonani:

- ✓ gwarantowanej jakości mięsa,
- ✓ kontroli jakości na każdym etapie produkcji,
- ✓ pewności sprawdzonego pochodzenia produktu, oraz że jego jakość zawsze jest taka sama,
- ✓ tym, że kupując mięso ze znakiem jakości QAFP, wybiera PRODUKT POLSKI.

PODSUMOWANIE:

- ✓ Wszystkie dotychczasowe działania o charakterze informacyjno-promocyjnym, zmierzające do zwiększania wiedzy, produkcji oraz dostępności, a co za tym idzie sprzedaży produktów wytwarzanych w polskim systemie jakości QAFP, znajdują odzwierciedlenie zarówno we wzroście produkcji, jak i rozpoznawalności i poziomu wiedzy nt. certyfikowanego mięsa.
- ✓ Wyniki dotychczasowych badań potwierdzają, że cechy mięsa eksponowane w kampaniach i działaniach edukacyjnych pokrywają się z tym jak mięso ze znakiem jakości QAFP odbierają jego

konsumenci. Konsumenci są przekonani o gwarantowanej jakości mięsa, o kontroli jakości na każdym etapie produkcji, nabywają pewność sprawdzonego pochodzenia produktu oraz są przekonani, że jego jakość zawsze jest taka sama. Duża grupa konsumentów, przekonana jest o tym, że kupując mięso ze znakiem jakości QAFP, wybiera produkt polski.

- ✓ Powyższe jednoznacznie potwierdza skuteczność prowadzonych działań oraz potrzebę ich kontynuacji celem utrwalenia dobrego wizerunku polskiego, certyfikowanego mięsa oraz dalszego rozwoju tego kierunku. Realizacja działań w sieci, która posiada w swojej ofercie asortyment wyprodukowany w polskim Systemie QAFP pozwoli skutecznie dotrzeć z informacją o znaczeniu jakości tworzonej w ramach polskiego Systemu QAFP i wsparcie jej dostępnością produktu, który można od razu sprawdzić. Pozwoli to uzyskać bezpośredni efekt w postaci powiązania konsumenta z produktem oraz kryjącą się za nim wartością jakościową i polskim pochodzeniem.

IV. TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Termin wykonania przedmiotu zamówienia od dnia podpisania umowy do 30.04.2022 r.

V. BUDŻET ZAMÓWIENIA

Maksymalny budżet dla przedmiotu zadania:

Wykaz kosztów kwalifikowalnych – zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia	Szczegółowy wykaz kosztów	Szczegółowa kalkulacja kosztów		
		ilość	cena jednostkowa brutto	łącznie brutto
Badania efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot	Badania ilościowe i jakościowe w różnych fazach realizacji projektu zakończone raportami sporządzonymi przez niezależny podmiot badawczy	1	66 000,00	66 000,00
RAZEM				66 000,00

VI. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

1. Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U. z 2014 r. poz. 121) art. 70¹ - 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.
2. Postępowanie prowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:
 - a) opublikowanie zaproszenia do składania ofert,
 - b) komisyjne otwarcie ofert,
 - c) ocenę złożonych ofert,
 - d) wybór najkorzystniejszej oferty.
3. Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej.
4. Postępowanie prowadzi się w języku polskim.

5. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
6. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.
7. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.
8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zakończenia postępowania bez wyboru żadnej oferty bez podawania przyczyny.
9. Niniejsze postępowanie w trybie zapytania ofertowego nie stanowi zobowiązania do zawarcia umowy.

VII. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

1. O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy:
 - a) nie podlegają wykluczeniu
 - b) spełniają warunki udziału w postępowaniu.
2. Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty.
3. W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:
 - a) posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1292 ze zm.);
 - b) znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy
 - c) prowadzący działalność w zakresie objętym przedmiotem zamówienia (na podstawie podpisu pod oświadczeniem Oferenta).
4. Z niniejszej procedury wyklucza się:
 - a) Oferentów, w stosunku, do których otwarto likwidację lub których upadłość ogłoszono, z wyjątkiem Oferentów, którzy po ogłoszeniu upadłości zawarli układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli poprzez likwidację majątku upadłego;
 - b) Oferentów, którzy złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania.
 - c) Oferentów będących uczestnikiem Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP administrowanego przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego;
 - d) Oferentów powiązanych z uczestnikiem Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP osobowo lub kapitałowo (weryfikacja na podstawie podpisu pod oświadczeniem Oferenta).
 - e) Oferentów powiązanych z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo (weryfikacja na podstawie wiedzy Zamawiającego i podpisu pod oświadczeniem będącym integralnym załącznikiem oferty).

VIII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Ofertę należy sporządzić na załączonym druku „Formularz ofertowy” dla całości zamówienia (Załącznik 1) w formie pisemnej w języku polskim, który powinien zostać podpisany przez osoby* upoważnione. Brak poprawnie wypełnionego załącznika skutkuje odrzuceniem oferty.

2. Do oferty należy dołączyć wszystkie wymagane Załączniki, które powinny zostać podpisane przez osoby* upoważnione. Brak jakiegokolwiek, poprawnie wypełnionego załącznika skutkuje odrzuceniem oferty.
3. Każdy z Oferentów ma prawo do złożenia jednej oferty na całość zamówienia. Złożenie dwóch ofert na zamówienie skutkować będzie odrzuceniem Wykonawcy w zamówieniu.
4. Wszystkie dokumenty w tym kopie dokumentów muszą być podpisane, poświadczane za zgodność przez osobę podpisującą ofertę (osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy).
5. Osoba podpisująca ofertę z załącznikami musi być osobą upoważnioną – za osobę/ osoby upoważnioną/e uznaje się osobę/y figurującą/e w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.
6. Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały strony ponumerowane oraz były połączone w sposób trwały.
7. Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez osobę uprawnioną do składania oświadczeń woli w imieniu Oferenta.
8. Do oferty należy dołączyć dokumenty potwierdzające posiadanie statusu przedsiębiorcy tj.
 - a) aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu do składania ofert;
 - b) aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiąc przed upływem terminu do składania ofert;
 - c) aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze zobowiązaniami do Urzędu Skarbowego, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiąc przed upływem terminu do składania ofert.
9. Do oferty należy dołączyć opis badania z uwzględnieniem minimum 2 faz: na początku (1/2 kwartał 2021 r.) i na końcu projektu (2 kwartał 2022 r.) wraz ze szczegółowym zaprezentowaniem zakresu, metod i wielkością prób badawczych oraz uzasadnieniem dla zaproponowanej metodologii badania.

IX. MIEJSCE ORAZ TERMIN SKŁADANIA OFERT

1. Ofertę w formie papierowej należy dostarczyć w zaklejonej kopercie z tytułem:
„Odpowiedź na zapytanie nr 02/02/2021” do Zamawiającego na wskazany adres siedziby Zamawiającego:
**Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego,
Al. Ujazdowskie 18 lok. 16, 00-478 Warszawa
w terminie do dnia 23 luty 2021 r. do godziny 10.00.**
Liczy się data wpłynięcia oferty do biura Zamawiającego.
2. Zamawiający dopuszcza złożenie oferty w formie elektronicznej w jednym (1) pliku pdf. o wielkości max. 12 MB. Ofertę w formie elektronicznej należy przesać na maila – a.krzyzak@upemi.pl z tytułem: **„Odpowiedź na zapytanie nr 02/02/2021” w terminie do dnia 23 luty 2021 r. do godziny 10.00.** Liczy się data i godzina wpłynięcia oferty na serwer Zamawiającego.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać swoją ofertę.
5. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

6. Zapytanie ofertowe zamieszczono na stronie: www.upemi.pl

X. OCENA OFERT

- Złożone oferty zostaną ocenione pod względem stawianych im warunków udziału w postępowaniu określonym w Zapytaniu.
- W przypadku gdy oferta nie spełni któregokolwiek z warunków udziału w postępowaniu (brak formularza ofertowego oraz załącznika, brak podpisów osób upoważnionych do reprezentowania Wykonawcy) niniejszego zapytania ofertowego – oferta zostanie odrzucona. Z tytułu odrzucenia oferty, Oferentom nie przysługują żadne roszczenia przeciw Zamawiającemu. Oferty oceniane będą punktowo. Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta wynosi łącznie 100 pkt.
- Przy wyborze najkorzystniejszej oferty spełniającej kryteria formalne Zamawiający będzie kierować się **kryteriami oceny oferty**:

KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW
1. CENA	50
2. JAKOŚĆ ZAPROPONOWANYCH BADAŃ	50

- CENA** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów wg wzoru nr 1. Oferent, który zaproponuje najniższą cenę otrzyma 50 punktów, natomiast pozostali Oferenci odpowiednio mniej punktów według wzoru 1 zamieszczonego poniżej:

$$C = \frac{C_{\min}}{C_x} \times 50 \text{ pkt}$$

gdzie:

C – liczba punktów za kryterium „cena”;

C min – najniższa cena wynikająca ze złożonych ofert;

Cx – cena oferty badanej.

- JAKOŚĆ ZAPROPONOWANYCH BADAŃ** - w tym kryterium Zamawiający przydzieli każdej badanej ofercie odpowiednią liczbę punktów (maksymalnie 50 pkt) na podstawie przedstawionych propozycji badań, gdzie pod uwagę Zamawiający weźmie:

- ✓ zaprezentowany zakres badań i jego uzasadnienie;
- ✓ jakość i efektywność doboru metod badawczych do realizowanej kampanii oraz ich uzasadnienie;
- ✓ wielkość zaproponowanej próby badawczej oraz jej uzasadnienie.

XI. WYBÓR I OGŁOSZENIE ZWYCIĘZCY

- Za najkorzystniejszą ofertę uznana zostanie oferta, która otrzyma największą liczbę punktów.
- Zamawiający jest uprawniony do wyboru kolejnej, najkorzystniejszej oferty w przypadku gdyby wybrany Wykonawca, którego oferta została uznana za najkorzystniejszą odmówił podpisania umowy lub gdyby podpisanie umowy z takim Oferentem stało się niemożliwe z innych przyczyn.

3. Wybór i ogłoszenie wybranego Oferenta nastąpi w ciągu 5 dni roboczych liczonych od dnia zakończenia przyjmowania ofert.
4. Zamawiający poinformuje Oferentów, którzy złożyli oferty o wyborze najkorzystniejszej oferty w zamówieniu.

XII. OSOBY UPRAWNIONE DO UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ ZE STRONY ZAMAWIAJĄCEGO

Ewentualne pytania proszę kierować do pani Agnieszki Krzyżak – Karniło e-mail: a.krzyzak@upemi.pl.

XIII. WARUNKI SZCZEGÓLNE

1. Termin związania ofertą powinien wynosić 30 dni od dnia jej złożenia.
2. W cenie usługi Wykonawca zobowiązany jest ująć wszystkie przewidywalne koszty związane z realizacją zamówienia szczegółowo wskazane w niniejszym Zapytaniu oraz wszystkie koszty wynikające z zapisów niniejszego zapytania ofertowego, bez których realizacja zamówienia nie byłaby możliwa.
3. Ceny określone przez Wykonawcę w ofercie będą obowiązywały przez okres ważności Umowy.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo podjęcia negocjacji cenowych z wybranym w wyniku wyboru konkurencyjnego Oferentem, w przypadku gdy zaoferowana cena usługi będzie przewyższać kwotę założoną w budżecie projektu.
5. Zamawiający dopuszcza udział podwykonawców w realizacji zamówienia. Odpowiedzialność za prawidłową realizację zamówienia ponosi Wykonawca.
6. Zamawiający nie ponosi żadnej odpowiedzialności, ani jakichkolwiek kosztów związanych z przygotowaniem oferty przez Oferenta, a w szczególności związanych z przystąpieniem do procesu ofertowego, przygotowaniem i złożeniem oferty, przygotowaniem do zawarcia umowy.
7. Zamawiający zastrzega, że realizacja projektu będzie przebiegała w etapach, z których każdy będzie miał minimum 3 miesiące.
8. Rozliczanie działań zrealizowanych w danym etapie będzie realizowane na koniec etapu w oparciu o przekazane dokumenty i obszerny materiał dowodowy potwierdzające należyte wykonanie działań (zdjęcia i/lub nagrania, egzemplarze wytworzonych materiałów, inne materiały, adekwatne do charakteru działania).
9. Zamawiający zastrzega, iż wszystkie materiały wytworzone w ramach projektu objętego niniejszym zapytaniem ofertowym będą musiały zawierać informację o źródle finansowania, której treść zostanie przekazana wybranemu Wykonawcy..

XIV. ZAŁĄCZNIKI

1. Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy dla zamówienia
2. Załącznik nr 2 - Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym
3. Załącznik nr 3 – Oświadczenie Oferenta o przedmiocie prowadzonej działalności i braku powiązań osobowych i kapitałowych z podmiotem będącym uczestnikiem Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP

Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego nr 02/02/2021

Formularz ofertowy

Nazwa i adres oferenta:

.....

Numer telefonu: e-mail:

NIP..... REGON

W odpowiedzi na Zapytanie ofertowe

1. Oświadczamy, że oferujemy wykonanie zamówienia w określonej kwocie:

Lp	Przedmiot zamówienia	ilość	Cena netto	Cena brutto
1	Badania ilościowe i jakościowe w różnych fazach realizacji projektu zakończone raportami sporządzonymi przez niezależny podmiot badawczy	1		
Razem:				

2. Opis badania z uwzględnieniem minimum 2 faz: na początku (1/2 kwartał 2021 r.) i na końcu projektu (2 kwartał 2022 r.) wraz ze szczegółowym zaprezentowaniem zakresu, metod i wielkością prób badawczych oraz uzasadnieniem dla zaproponowanej metodologii badania stanowią załącznik nr 1 do niniejszego formularza ofertowego.
3. Oświadczamy, że powyższa cena zawiera wszystkie koszty jakie poniesie Zamawiający w związku z realizacją zamówienia w przypadku wyboru niniejszej oferty.
4. Oświadczamy, że wykonamy całość przedmiotu zamówienia w terminie określonym w zapytaniu ofertowym.
5. Jednocześnie oświadczamy, że:
 - ✓ posiadamy status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1292 ze zm.);
 - ✓ znajdujemy się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej poprawną i terminową realizację zamówienia;

- ✓ posiadamy niezbędną wiedzę i doświadczenie zapewniające poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem ludzkim zapewniającym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ dysponujemy odpowiednim potencjałem technicznym gwarantującym poprawną i terminową realizację zamówienia;
- ✓ nie podlegamy wykluczeniu z procedury;
- ✓ akceptujemy warunki uczestnictwa w postępowaniu, określone w zapytaniu ofertowym.

.....

Miejsce i data

.....

(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.

Załącznik nr 2. Oświadczenie Oferenta o braku powiązań osobowych i kapitałowych z Zamawiającym, do Zapytania ofertowego nr 02/02/2021

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 02/02/2021, oświadczam o braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Zamawiającym.

Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- A. uczestniczeniu w spółce, jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
- B. posiadaniu udziałów lub co najmniej 10% akcji;
- C. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
- D. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli,
- E. pozostawaniu z oferentem/wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

.....
Miejsce i data

.....
(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.

Załącznik nr 3. Oświadczenie Oferenta o przedmiocie prowadzonej działalności i braku powiązań osobowych i kapitałowych z podmiotem będącym uczestnikiem Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP, do Zapytania ofertowego nr 02/02/2021

OŚWIADCZENIE

Ja, niżej podpisany/a przystępując do Zapytania ofertowego nr 02/02/2021, oświadczam o:

1. zgodności przedmiotu prowadzonej działalności (PKD) z przedmiotem zapytania ofertowego oraz
2. braku powiązań kapitałowych lub osobowych z Uczestnikami Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP.

Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania między Oferentem a podmiotami, które są uczestnikami Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w ich imieniu, lub osobami wykonującymi w ich imieniu czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania w sprawie wyboru wykonawcy a Oferentem, polegające na:

- A. uczestniczeniu jako wspólnik w spółce cywilnej lub osobowej,
- B. posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji spółki kapitałowej,
- C. pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta lub pełnomocnika,
- D. pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli,
- E. pozostawaniu z oferentem/wykonawcą w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób.

.....
Miejsce i data

.....
(Imię, nazwisko, podpis, pieczęć)*

* Podpis osoby figurującej lub osób figurujących w rejestrach do zaciągania zobowiązań w imieniu Wykonawcy lub we właściwym upoważnieniu.