

Warszawa, 5 marca 2025 r.



SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA
W POSTĘPOWANIU PRZETARGOWYM NA PRZYGOTOWANIE KONCEPCJI I PRZEPROWADZENIE BADANIA
EFEKTYWNOŚCI TRZYLETNIEGO PROGRAMU INFORMACYJNO-PROMOCYJNEGO DOTYCZĄCEGO
EUROPEJSKIEGO MIĘSA DROBIOWEGO PN.
„EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”
NA RYNKACH KOREI PŁD., WIETNAMU I FILIPIN.

Zamawiający: Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza (KRD-IG) Osoby do kontaktu: Marta Kędel /Irena Sikorska e-mail: m.kedel@krd-ig.pl / i.sikorska@krd-ig.pl	Program: „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ” lata 2025/2028
--	---

1. ZAMAWIAJĄCY

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza (dalej KRD-IG) (www.krd-ig.com.pl) jest organizacją skupiającą w swych szeregach przede wszystkim producentów i przetwórców drobiu. Aktualnie konsoliduje ponad 110 członków. Wśród nich są niemal wszyscy najwięksi producenci krajowi i eksporterzy tego gatunku mięsa. Zrzeszone w KRD-IG firmy posiadają ok. 70% udziału w polskim rynku drobiu i ponad 90% udziałów w eksporcie.

KRD-IG ma na celu rozwój polskiego przemysłu drobiarskiego, ochronę interesów hodowców drobiu, producentów i przetwórców, ich integrację oraz reprezentację sektora drobiarskiego przed organami państwowymi oraz organizacjami pozarządowymi.

KRD-IG jest członkiem najważniejszych międzynarodowych organizacji drobiarskich: AVEC, CLITRAVI, ELPHA, IPC oraz WPSA.

Od lat KRD-IG organizuje promocję polskiego drobiu mającą na celu budowę świadomości jego wartości żywieniowych, pełnego bezpieczeństwa, jak również zwiększenie eksportu do Unii Europejskiej oraz krajów trzecich. Programy promocyjne finansowane są z krajowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego oraz ze środków Unii Europejskiej.

W 2024 roku Izba pozyskała dofinansowanie z Unii Europejskiej na program promocji europejskiego mięsa drobiowego na rynkach Korei Płd., Wietnamu i Filipin. W związku z tym od III 2025 do II 2028 KRD-IG realizuje kampanię informacyjno-promocyjną pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ” na wspomnianych rynkach.

2. PODSTAWA PRAWNA I ZASADY PROWADZENIA POSTĘPOWANIA

Postępowanie prowadzone jest na podstawie przepisów ustawy Kodeks cywilny z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz.U.64.16.93 ze zm.) art. 70¹ - 70⁵, z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji.

Program realizowany będzie w ramach programów prostych „Działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych wdrażane na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1144/2014”. Szczegółowe zasady ubiegania się o dofinansowanie ze środków UE i rozliczania programu określają:

- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008 (Dz. Urz. UE L 317 z 4.11.2014, str. 56);
- Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str. 3);
- Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych

dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich (Dz. Urz. UE L 266 z 13.10.2015, str.14).

Postępowanie przeprowadzone zostanie jednoetapowo i obejmie:

- opublikowanie zaproszenia do składania ofert na stronie www.krd-ig.com.pl, na portalu o zasięgu krajowym <https://www.biznes-polska.pl/>, w siedzibie Izby (ul. Czackiego 3/5, Warszawa, pok. 401) oraz dodatkowo wysłanie pocztą elektroniczną zapytania ofertowego do co najmniej 3 podmiotów jako potencjalnych oferentów,
- komisyjne otwarcie ofert,
- weryfikację spełnienia wymogów formalno-prawnych,
- pisemną ocenę złożonych ofert przez zespół ekspertów KRD-IG (Komisję Oceniającą) na podstawie kryteriów zdefiniowanych w niniejszej Specyfikacji,
- wybór najkorzystniejszej oferty,
- opublikowanie wyników postępowania,
- poinformowanie oferentów drogą mailową, o wyborze najkorzystniejszej oferty.

Postępowanie prowadzi się z zachowaniem formy pisemnej, w języku polskim.

Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych lub wariantowych.

Zamawiający dopuszcza składanie ofert przez konsorcja. Jeśli Oferent występuje jako konsorcjum, należy ustanowić Lidera Konsorcjum, który będzie upoważniony do reprezentacji konsorcjum w postępowaniu konkurencyjnym i do zawarcia umowy w przypadku złożenia najkorzystniejszej oferty.

Oferenci zobowiązani są zarówno na etapie ofertowym, jak i po podpisaniu umowy, do stosowania poniższych zasad informowania o finansowaniu ze środków unijnych:

- Wszystkie wykorzystane materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone emblematem Unii Europejskiej oraz następującym tekstem w języku (-ach) rynku (-ów) docelowego (- ych): Dofinansowane przez Unię Europejską (*Co-funded by the European Union*):



Co-funded by
the European Union

Minimalna wysokość symbolu UE wynosi 1 cm. Jeżeli emblemat UE jest umieszczony w zestawieniu z innymi logotypami beneficjenta, musi on być odpowiednio wyeksponowany. W przypadku mediów wizualnych emblemat i tekst należy umieścić w widoczny sposób na początku, w trakcie lub na końcu przekazu. W przypadku mediów audio tekst musi być wyraźnie słyszalny na końcu przekazu. Na potrzeby wywiązania się z niniejszego obowiązku Oferent może wykorzystać emblemat UE bez konieczności uzyskania uprzedniej zgody Komisji. Nie oznacza to jednak przyznania mu prawa do jego wykorzystywania na zasadzie wyłączności. Szczegółowe instrukcje w zakresie wykorzystania symbolu UE w kontekście programów unijnych: https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules_en.pdf

- Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone logotypem „ENJOY, IT'S FROM EUROPE”, który musi być napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie, umieszczony pionowo, kolorowy (kolor pomarańczowy CMYK: C8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60), wielkości proporcjonalnej do wielkości materiału, na którym występuje. Szczegółowe instrukcje w zakresie zastosowania znaku graficznego „ENJOY, IT'S FROM EUROPE” dostępne są pod następującym linkiem:

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/communicating-your-eu-funded-promotional-campaign-promotion-agricultural-products_en



Wizualne materiały informacyjne i promocyjne –muszą zawierać następujące zastrzeżenie:

„Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa. Unia Europejska ani organ przyznający dotację nie ponoszą za nie odpowiedzialności”.

Oferenci zobowiązani są, zarówno na etapie ofertowym, jak i po podpisaniu umowy, do zamieszczania na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych logotypu organizacji proponującej (Zamawiającego – KRDI-IG), stanowiącej załącznik nr 2 do niniejszego dokumentu.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia procedury lub wydłużenia terminów określonych w niniejszej specyfikacji – pkt.12, o czym niezwłocznie poinformuje Oferentów.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do odwołania przetargu bez wskazywania przyczyn oraz zakończenia przetargu bez wyboru oferty.

3. PRZEDMIOT ZAPYTANIA OFERTOWEGO

Przedmiotem zapytania ofertowego jest:

Przygotowanie koncepcji i przeprowadzenie badania efektywności trzyletniego programu informacyjno-promocyjnego europejskiego mięsa drobiowego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ” na rynkach Korei Płd., Wietnamu i Filipin, wedle wytycznych i założeń określonych w niniejszym dokumencie wraz z załącznikami.

Informacyjnie o programie:

Program realizowany pod nazwą "EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ". Przedmiotem działań promocyjnych jest **mięso drobiowe** z Unii Europejskiej.

Głównym celem kampanii jest zwiększenie eksportu europejskiego drobiu do najważniejszych krajów w Azji wschodniej i południowo-wschodniej. Stąd też działania promocyjne realizowane będą w Korei Płd., Wietnamie oraz na Filipinach.

Kampania ma na celu zwiększenie świadomości grup docelowych w zakresie wysokiej jakości oraz bezpieczeństwa produkcji drobiu w Europie. Wprowadzona przez UE zasada „od pola do stołu” oznacza, że wszystkie etapy produkcji są ściśle kontrolowane, a reguły dotyczące bezpieczeństwa mięsa drobiowego są niezwykle restrykcyjne. W praktyce sprowadza się to do tego, że mięso podlega stałej kontroli weterynaryjnej, jest dokładnie badane, a jego produkcja jest dokumentowana i przebiega według określonych norm. Unijna zasada „od pola do stołu” zobowiązuje producentów do stosowania systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności w całym łańcuchu żywnościowym, co pozwala na identyfikację poszczególnych jego uczestników na każdym etapie wytwarzania produktu, a odbiorcy końcowemu gwarantuje bezpieczeństwo i wysoką jakość żywności.

Cele zdefiniowane w Programie wymagają komunikacji i działań skierowanych do grup docelowych, odpowiedzialnych za dokonywanie zakupów i kreowanie pozytywnego wizerunku europejskiego drobiu. Dlatego też dla tego programu wybrano **dwie główne grupy docelowe:**

TG1 - BIZNES - menedżerowie największych sieci dystrybucyjnych, kupcy z branży spożywczej, importerzy i dystrybutorzy mięsa, inni pracownicy firm dystrybucyjnych i sieci detalicznych, w tym hurtownicy i detaliści. Grupa docelowa obejmuje również ekspertów branżowych, urzędników państwowych, inwestorów, badaczy, dziennikarzy, kluczowych liderów opinii, media.

TG2 - INDYWIDUALNI KONSUMENTY: Kampania będzie skierowana do wszystkich mieszkańców powyżej 15. roku życia, czyli do osób podejmujących świadome decyzje dotyczące zakupu zdrowej żywności.

Strategia komunikacji została dostosowana do potrzeb poszczególnych rynków docelowych, jak również charakterystyk grup docelowych i ich oczekiwań. Wybrane działania opierają się na komunikacji mieszanej, z założeniem ich wzajemnej interakcji i współdziałania.

Kluczowe przesłania kampanii:

Komunikacja do wszystkich grup celowych opierać się będzie na następujących przekazach:

Wysoka jakość

✓ Rygorystyczne regulacje w UE gwarantują jakość i bezpieczeństwo europejskiego drobiu w ramach całego procesu „od pola do stołu”.

Zaufanie

✓ Europejski drób jest w pełni bezpieczny dzięki bezkompromisowym procedurom i standardom jakości, obejmującym cały proces produkcyjny.

Idealny smak

✓ Europejski drób jest idealnym wyborem dla profesjonalnych kucharzy, jak również indywidualnych klientów, ponieważ posiada unikalny smak i może być stosowany do wszystkich dań we wszystkich tradycjach kulinarnych.

Wysoka jakość za przystępną cenę

✓ Drób z UE ma bardzo dobrą cenę za produkt premium. Z tego powodu europejskie znaki jakości muszą być komunikowane na poziomie konsumentów, tak aby umożliwić im podjęcie świadomej decyzji o marce i miejscu pochodzenia konsumowanego drobiu.

Celem działań jest wywarcie wszechstronnego wpływu na decydentów odpowiedzialnych za import drobiu na rynki docelowe. Komunikacja obejmować będzie zarówno administrację, służby publiczne, jak i importerów drobiu. **Kluczowe informacje odnoszone będą do jakości i bezpieczeństwa drobiu z Europy.** Dodatkowo wskazywać będą na znaczenie poza cenowych aspektów produktu podkreślając cechy, które odróżniają europejski drób od tego gatunku mięsa z innych regionów eksportujących do krajów docelowych, np. USA, Brazylia czy Tajlandia.

Dlatego też proponujemy następujące działania:

✓ informacyjne i edukacyjne, nakierowane na: wzrost świadomości o jakości, bezpieczeństwie produkcji i walorach smakowych, a także korzyści wynikające z szerokiego asortymentu europejskich produktów drobiowych, będących idealną alternatywą dla globalnej konkurencji;

✓ relacyjne, pomagające w stworzeniu relacji biznesowych, które zostaną bezpośrednio przekształcone w realizację ilościowych celów kampanii;

✓ skupione na aspektach prawnych - szczególnie działania skierowane do władz publicznych, których celem jest stworzenie właściwych warunków do rozwoju eksportu, a przede wszystkim zagwarantowanie otwarcia rynków oraz zwiększenie liczby europejskich firm uprawnionych do eksportu na rynki docelowe.

Efektom tak zdefiniowanej strategii jest podział budżetu pomiędzy narzędzia komunikacji mieszanej, takie jak: bezpośrednie działania B2B – targi i spotkania promocyjno-degustacyjne „Restaurant weeks”, wizyty studyjne, inne wydarzenia, narzędzia PR i obecność internetowa w Social Mediach (Facebook, Instagram).

UWAGA: Realizacja programu będzie możliwa wyłącznie w przypadku podpisania przez Zamawiającego umowy na realizację programu informacyjno-promocyjnego z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa.

Szczegółowy opis kampanii oraz metod ewaluacji zawiera Zał. 1 do SIWZ.

4. WARTOŚĆ PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I WARUNKI FAKTUROWANIA

Całkowita wartość działania „Przygotowanie koncepcji i przeprowadzenie badania efektywności Programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ” wynosi:

251 372,64 EUR brutto.

słownie: dwieście pięćdziesiąt jeden tysięcy trzysta siedemdziesiąt dwa, 64/100 Euro brutto.

Wskazany budżet **zawiera podatek VAT.**

W przypadku przekroczenia budżetu podczas realizacji Działania, dodatkowe koszty przewyższające wyżej podany budżet nie zostaną pokryte przez Zamawiającego.

Wykonawca wystawiać będzie na rzecz Zamawiającego faktury VAT. Po rozliczeniu każdego roku kampanii przez Komisję Europejską, na nieprawidłowo zrealizowane działania, których koszty zostały uznane za niekwalifikowalne, Wykonawca wystawi Zamawiającemu faktury korygujące – pomniejszające kwoty należności o koszty uznane za niekwalifikowalne - w stosunku do uprzednio wystawionych faktur VAT.

5. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIAZamówienie realizowane będzie w okresie niezwłocznie po podpisaniu Umowy, czyli **IV 2025 do końca II 2028.**

Pierwszym dniem realizacji kampanii jest dzień 01 marca 2025 r. (zgodnie z art. 10 ust. 4 rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2015/1831), uwzględniając harmonogram zawarty w treści Programu (załącznik nr 1 do niniejszego SIWZ'u).

6. TERMIN ZWIĄZANIA OFERTA

Oferta jest wiążąca dla Oferenta przez okres 3 miesięcy, liczony od daty ustalonej na złożenie oferty.

7. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU I PODSTAWY WYKLUCZENIA

O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Oferenci, którzy nie podlegają wykluczeniu oraz spełniają warunki udziału w postępowaniu. Oferenci nie mogą także być powiązani kapitałowo ani osobowo z Zamawiającym oraz osobami uczestniczącymi w wyborze Wykonawcy.

Wszystkie podmioty składające ofertę programu w przeprowadzanej przez organizację inicjującą procedurze konkursowej, zobowiązane są do przestrzegania przepisów RODO, w tym do realizacji obowiązków informacyjnych wynikających z art. 13 i 14 RODO wobec wszystkich osób, których dane udostępnione zostaną przez te podmioty Zamawiającemu.

Ocena spełnienia warunków przeprowadzona będzie w oparciu o złożone przez Oferentów oświadczenia i inne dokumenty wymienione w pkt. 8 niniejszej Specyfikacji, metodą „zero-jedynkową”. Brak przedłożenia jakiegokolwiek z wymaganych dokumentów lub oświadczeń skutkuje dyskwalifikacją oferty.

WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

W postępowaniu przetargowym mogą brać udział Oferenci spełniający następujące warunki formalno-prawne:

- posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2013 r., poz. 672 z późn. zm.),
- posiadają doświadczenie i wiedzę zapewniające wykonanie umowy,
- znajdują się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie umowy,
- dysponują odpowiednim potencjałem ludzkim,
- posiadają ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej,
- nie podlegają wykluczeniu z procedury.

W przypadku, gdy Oferent składa ofertę jako konsorcjum, wymagane jest aby:

- Oferent ustanowił pełnomocnika do reprezentowania konsorcjum w postępowaniu o udzielenie zamówienia oraz,

w przypadku realizacji Programu, do zawarcia umowy na realizację Programu;

- Oferent przedstawił umowę powołania konsorcjum (umowa konsorcjum) określającą co najmniej: wskazanie Lidera konsorcjum, szczegółowy zakres obowiązków każdego z Konsorcjantów, określenie zasad pełnomocnictwa i reprezentacji.

WARUNKI POTWIERDZAJĄCE POSIADANIE DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

O czyli udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w okresie prowadzonej działalności spełnia wszystkie poniższe warunki:

1. zrealizował lub realizuje co najmniej 2 badania ilościowe prowadzone technikami CATI lub CAWI na rynkach zagranicznych ze szczególnym uwzględnieniem rynków azjatyckich:
 - których budżet wyniósł co najmniej 100 000 PLN netto;
 - o charakterze B2B (ankiety były skierowane do biznesu) – dopuszcza się projekt, w którym, co najmniej jeden z modułów miał charakter B2B (w przypadku projektów wielomodułowych);
 - temat badań dotyczył konsumpcji produktów spożywczych;
 - badanie miało charakter ewaluacyjny i miało na celu zweryfikować efektywność kampanii promocyjnej. Przez ewaluacyjny charakter Zamawiający rozumie badanie, które weryfikowało wskaźniki przed kampanijne, w trakcie kampanii i wskaźniki po kampanii.

Wspomniane warunki należy traktować łącznie.

2. zrealizował lub realizuje co najmniej 2 fale badań poza Polską.

W przypadku Oferentów występujących w konsorcjum doświadczenie będzie oceniane wspólnie dla wszystkich podmiotów, co oznacza, że doświadczenie poszczególnych członków konsorcjum podlega sumowaniu.

WARUNKI DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który przedstawi do realizacja działania zespół o kwalifikacjach obejmujących co najmniej:

- **Zarządzający Projektem** – min. 5 lat doświadczenia zawodowego w branży badań rynku i opinii publicznej; która w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert zarządzała minimum 3 projektami badawczymi o wartości nie mniejszej niż 50 000 zł brutto każdy, o charakterze zagranicznym (projekt koordynowany i realizowany poza Polską), z których co najmniej jeden był realizowany na rynkach pozaunijnych;

- **2 członków zespołu**, każdy z min. 4 letnim doświadczeniem zawodowym w branży badań rynku i opinii publicznej, które w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert realizowały minimum 2 badania o charakterze ewaluacyjnym w projektach zagranicznych (projekt koordynowany i realizowany poza Polską).

Weryfikacja na podstawie informacji zawartych w ofercie.

Wszyscy członkowie zespołu muszą biegle posługiwać się językiem angielskim w mowie i w piśmie.

WARUNKI ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWEJ OFERENTA

O udzielenie Zamówienia może się ubiegać Oferent, który:

- posiada ubezpieczenie od zawodowej odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności na kwotę 300.000,00 PLN (słownie: trzysta tysięcy złotych). Oferent zobowiązuje się posiadać przez cały okres realizacji umowy aktualną polisę ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej, obejmującej wykonanie prac będących przedmiotem umowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na jedno i więcej zdarzeń, na sumę zabezpieczającą potencjalne roszczenia Zamawiającego w każdym dniu obowiązywania umowy. W przypadku gdy w okresie trwania umowy, upływać będzie ważność polisy, Oferent zobowiązany jest niezwłocznie, jednakże nie później niż na 7 dni przed wygaśnięciem złożonej uprzedniej polisy, dostarczyć mu kserokopię nowej, ważnej polisy (potwierdzoną za zgodność z oryginałem przez Oferenta). Oferent zobowiązany jest również do przedstawienia na żądanie Zamawiającego i potwierdzenia opłacania wymaganych składek na ubezpieczenie.

Jeżeli Oferent nie przedstawi żądanych, aktualnych polis i dokumentów ubezpieczeniowych, Zamawiający może odstąpić od umowy z winy Oferenta. Zamawiający może wykonać prawo odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od daty stwierdzenia uzasadniającej odstąpienie.

W przypadku przedłużenia się terminu wykonania przedmiotu umowy, Oferent dokona przedłużenia terminu ważności polisy ubezpieczeniowej o odpowiednią do tego przedłużenia liczbę dni).

Weryfikacja powyższego nastąpi na podstawie informacji zawartych w ofercie.

PODSTAWY WYKLUCZENIA OFERENTA

Z niniejszej procedury wyklucza się Oferentów, którzy:

- zalegają z opłatami podatków wobec Urzędu Skarbowego i ZUS;
- w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury wyrządzili szkodę nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności.

Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent działa na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia, zaś jeśli dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata.

- złożyli wniosek o upadłość lub w stosunku do których wszczęto postępowanie upadłościowe lub ogłoszono ich likwidację;
- postępowali w celu sporządzenia oferty osobami zaangażowanymi w przygotowanie prowadzonego postępowania przetargowego;
- złożyli nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
- nie złożyli dokumentów potwierdzających spełnienia warunków formalno-prawnych i formularza ofertowego zgodnego z załącznikiem nr 3.

W przypadku złożenia oferty przez konsorcjum zasady wykluczenia obowiązują każdego z konsorcjantów osobno. Oznacza to, że jeśli jeden z konsorcjantów podlega wykluczeniu, to wykluczeniu podlega całe konsorcjum.

PODSTAWY ODRZUCENIA OFERTY

Zamawiający odrzuca ofertę jeżeli:

- oferta nie spełnia wymagań określonych w niniejszej Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia; jest przedstawiona w formie innej niż wynika z zapisów SIWZ, jest niekompletna lub niezgodna z zapisami SIWZ;
- oferta została złożona przez Oferenta wykluczonego z postępowania;
- oferta została złożona przez podmioty związane osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym i/lub osobami działającymi w jego imieniu przy procedurze wyboru Wykonawcy;
- oferta nie zawiera dokumentów potwierdzających spełnienie warunków formalno-prawnych,
- oferta nie zawiera formularza ofertowego zgodnego z załącznikiem nr 3 niniejszej specyfikacji,
- oferta została złożona po terminie określonym w niniejszej Specyfikacji, co oznacza, że w określonym w niniejszej SIWZ terminie oferta nie została skutecznie doręczona do siedziby Zamawiającego.

8. DOKUMENTACJA FORMALNO-PRAWNA WYMAGANA NA ETAPIE SKŁADANIA OFERTY

Oferent zobowiązany jest do złożenia następujących dokumentów poświadczających spełnienie kryteriów formalno-prawnych:

SPEŁNIENIE WARUNKÓW POSIADANIA STATUSU PRZEDSIĘBIORCY:

1. Formularz ofertowy stanowiący oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 3 do niniejszej specyfikacji;
2. Aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności

gospodarczej, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania oferty programu. W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta. Dokumenty, które nie są w języku polskim, należy złożyć wraz z tłumaczeniem;

3. Aktualne zaświadczenie o niezaleganiu ze składkami z Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wystawione nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu do składania ofert. W przypadku Oferenta spoza Polski, Zamawiający wymaga złożenia adekwatnego dokumentu właściwego dla kraju pochodzenia Oferenta. Dokumenty, które nie są w języku polskim, należy złożyć wraz z tłumaczeniem;
4. Aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzającego, że wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, wystawionego nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert;
5. Oświadczenie, że w ciągu ostatnich 3 lat przed wszczęciem procedury nie wyrządzono szkody nie wykonując umowy lub wykonując ją nienależycie, a szkoda ta nie została dobrowolnie naprawiona do dnia wszczęcia postępowania, chyba, że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem okoliczności, za które Oferent nie ponosi odpowiedzialności. Podany okres 3 lat rozumie się tak, że jeśli Oferent działa na rynku krócej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę cały okres jego istnienia, zaś jeśli dłużej niż 3 lata, to bierze się pod uwagę jedynie ostatnie 3 lata;
6. Oświadczenie o braku powiązań, zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 5 do niniejszej specyfikacji;
7. Klauzula informacyjna dotycząca RODO, zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 6 do niniejszej specyfikacji
8. Opis działalności firmy, w tym zakres świadczonych usług. W przypadku konsorcjum należy załączyć opis działalności wszystkich konsorcjantów.

UWAGA: Jeżeli do przetargu przystępuje konsorcjum, komplet dokumentów składa jego lider, który zobowiązany jest również dostarczyć umowę konsorcjum. Wyjątek stanowią: opis działalności, aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej oraz sprawozdanie finansowe, które w przypadku konsorcjum składają lider oraz każdy z członków konsorcjum.

SPEŁNIENIE WARUNKÓW ZDOLNOŚCI EKONOMICZNO – FINANSOWEJ OFERENTA

1. Aktualna polisa (kopia dokumentu poświadczona za zgodność z oryginałem przez osobę/-y upoważnioną/-e do reprezentacji Oferenta), a w przypadku jej braku inny dokument potwierdzający, że Oferent jest ubezpieczony od odpowiedzialności cywilnej w zakresie prowadzonej działalności w wysokości min. 300.000,00 PLN (słownie: trzysta tysięcy złotych).
2. Dokument w formie oryginału potwierdzający wniesienie wadium (zgodnie z warunkami zawartymi w pkt. 11. WADIUM).

SPEŁNIENIE WARUNKÓW POSIADANIA DOŚWIADCZENIA I WIEDZY

1. Wykaz kampanii potwierdzający, że Oferent w ciągu ostatnich 3 lat (Załącznik nr 3.1 do SIWZ):
 - zrealizował lub realizuje co najmniej 2 badania ilościowe prowadzone technikami CATI lub CAWI na rynkach zagranicznych ze szczególnym uwzględnieniem rynków azjatyckich:
 - których budżet wyniósł co najmniej 100 000 PLN netto;
 - o charakterze B2B (ankiety były skierowane do biznesu) – dopuszcza się projekt, w którym, co najmniej jeden z modułów miał charakter B2B (w przypadku projektów wielomodułowych);
 - temat badań dotyczył produktów spożywczych;

- badanie miało charakter ewaluacyjny i miało na celu weryfikację efektywności kampanii promocyjnej. Przez ewaluacyjny charakter Zamawiający rozumie badanie, które weryfikowało wskaźniki przed kampanijne, w trakcie kampanii i wskaźniki po kampanii.

Wspomniane warunki należy traktować łącznie.

- zrealizował lub realizuje co najmniej 2 fale badań poza Polską;
2. Oryginały lub poświadczone za zgodność z oryginałem kopie dokumentów w formie pisemnej potwierdzające, że ww. badania zostały wykonane lub są wykonywane należycie (np. referencje, zaświadczenia, protokoły odbioru). Zamawiający wymaga, aby dokumenty zostały wystawione (podpisane) przez ostatecznego odbiorcę usług.

SPEŁNIENIE WARUNKÓW DYSPONOWANIA ODPOWIEDNIM POTENCJAŁEM LUDZKIM

1. Opis zespołu, który będzie odpowiadał za realizację Programu, potwierdzający dysponowanie odpowiednim potencjałem ludzkim, zawierający precyzyjne opisane doświadczenie poszczególnych członków zespołu (Załącznik nr 3.1. do SIWZ).

PONADTO DLA OFERENTÓW WYSTĘPUJĄCYCH W KONSORCJUM:

1. Umowa Konsorcjum (umowa cywilno-prawna) ze wskazaniem lidera upoważnionego do reprezentowania konsorcjum oraz szczegółowego zakresu obowiązków każdego z konsorcjantów.

9. OBLIGATORYJNE ELEMENTY OPISU KONCEPCJI REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Szczegółowy opis sposobu przeprowadzenia badań oraz informację o liczbie i rodzajach przedstawianych raportów, zawartych w nich danych, wraz z koncepcją przejrzystej i czytelnej prezentacji danych zebranych podczas przeprowadzonych badań;
2. Opis "wartości dodanej", czyli proponowanych przez oferenta dodatkowych opracowań, badań/analiz, wraz z przedstawieniem wartości tych rozwiązań jako dodatkowego źródła wiedzy na temat rynków docelowych projektu oraz ich potencjału konsumpcyjnego i sprzedażowego;
3. Przykładowy kwestionariusz / ankietę dla grup docelowych;
4. Opis zidentyfikowanych obszarów ryzyk, mogących wystąpić w trakcie realizacji oraz odpowiednich sposobów i metod zapobiegania/rozwiązywania;

10. WYMOGI FORMALNE PRZY PRZYGOTOWANIU OFERTY

Oferta musi obejmować całość przedmiotu zamówienia i być sporządzona zgodnie z niniejszą Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia oraz Opisem programu stanowiącym Załącznik nr 1 do niniejszej Specyfikacji.

Oferent ma prawo złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie większej liczby ofert lub oferty wariantowej, spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez danego Oferenta.

Oferta oraz wszelkie dokumenty wymagane w niniejszej Specyfikacji, sporządzone przez Oferenta, muszą być podpisane (na pierwszej stronie każdego dokumentu pieczętka i podpis, na pozostałych stronach parafka) przez osoby uprawnione do reprezentowania Oferenta, wymienione we właściwym rejestrze lub ewidencji bądź umocowane przez te osoby do reprezentowania Oferenta na podstawie odrębnego pełnomocnictwa. W przypadku, gdy Oferenta reprezentuje Pełnomocnik inny niż wskazany we właściwym rejestrze lub ewidencji, do oferty musi być załączone pełnomocnictwo podpisane przez osoby prawnie uprawnione do reprezentowania Oferenta, przedstawione w oryginale lub kopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez notariusza.

Pozostałe oświadczenia i dokumenty należy załączyć w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez prawnego reprezentanta Oferenta lub jego Pełnomocnika.

Wszystkie miejsca, w których Oferent naniósł zmiany powinny być podpisane przez prawnego reprezentanta Oferenta lub jego Pełnomocnika.

Dokumenty sporządzone w języku obcym muszą być składane wraz z ich tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez prawnego reprezentanta Oferenta lub jego Pełnomocnika lub z tłumaczeniem sporządzonym przez tłumacza przysięgłego.

Wymaga się, aby dokumenty składające się na ofertę miały ponumerowane strony oraz były połączone w sposób trwały.

UWAGA: Zamawiający zastrzega sobie prawo, po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty i po zawarciu umowy na realizację programu, do modyfikacji niektórych części oferty, a w szczególności do jej uzupełniania zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów Unii Europejskiej.

11. WADIUM

Oferent zobowiązany jest, przed upływem terminu składania ofert, wnieść wadium w kwocie 20.000,00 PLN (słownie: dwadzieścia tysięcy złotych).

Wadium może być wnoszone w następujących formach:

- w gotówce,
- w poręczeniach bankowych lub poręczeniach spółdzielczej kasy oszczędnościowo – rozliczeniowej, z tym, że poręczenie kasy jest zawsze poręczeniem pieniężnym,
- w gwarancjach bankowych,
- w gwarancjach ubezpieczeniowych.

Dokument potwierdzający wniesienie wadium w jednej z ww. form musi być załączony do oferty w formie oryginału.

W przypadku wnoszenia wadium w gotówce kwotę należy wpłacić przelewem na poniższy rachunek bankowy Zamawiającego:

Nazwa banku: BNP Paribas S.A.

Numer rachunku: 98 2030 0045 1110 0000 0080 0240

Dowód wniesienia wadium w gotówce, w rubryce „tytułem”, musi zawierać poniższe sformułowanie: „Wadium w postępowaniu dotyczącym ewaluacji programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”.

Zwrot wadium w przypadku Oferenta, którego oferta została wybrana nastąpi jeżeli:

- upłynął termin związania ofertą lub
- zawarto umowę i wniesiono zabezpieczenie należytego wykonania tej umowy lub
- Zamawiający unieważnił postępowanie przetargowe lub zamknął postępowanie przetargowe bez wybrania oferty lub
- Zamawiający nie podpisał umowy na realizację programu z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR).

Zwrot wadium w przypadku Oferentów, których oferta nie została wybrana, nastąpi niezwłocznie po rozstrzygnięciu postępowania.

Zamawiający dokona zwrotu wadium wszystkim Oferentom jeżeli Zamawiający unieważni postępowanie przetargowe lub zamknie postępowanie przetargowe bez wybrania oferty.

Zamawiający zatrzyma wadium wraz z odsetkami, jeżeli Oferent, którego oferta zostanie wybrana:

- odmówi podpisania umowy;
- zawarcie umowy stanie się niemożliwe z przyczyn leżących po stronie Oferenta.

12. MIEJSCE I FORMA SKŁADANIA OFERT PROGRAMU

Ofertę należy złożyć w trwale zamkniętym opakowaniu (np. kopercie), uniemożliwiającym jej otwarcie przed upływem terminu;

Ofertę należy złożyć w formie papierowej w 2 egzemplarzach oraz w formie elektronicznej w formacie pdf. (skany dokumentów, treść oferty) oraz Excel (tabela budżetowa) w 1 egzemplarzu (pendrive).

Opakowanie powinno być oznakowane w następujący sposób:

.....

Nazwa Oferenta (do podania przez Oferenta)

OFERTA

na opracowanie koncepcji i przeprowadzenie badań efektywności Programu informacyjno-promocyjnego

pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”

Nie otwierać przed godz. 10:00 w dniu 11.04.2025 r.

Ofertę należy złożyć w siedzibie Zamawiającego:

**Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza
ul. Czackiego 3/5, 00-043 Warszawa, pok. 401**

do dnia 11.04.2025 r., do godz. 10:00.

Dla ofert przesłanych pocztą liczy się data i godzina doręczenia oferty pod wskazany adres. Oferty złożone po tym terminie zostaną zwrócone bez otwierania.

Oferent może przed upływem terminu składania ofert zmienić lub wycofać ofertę.

Oferta ze zmianami musi być dodatkowo oznaczona określeniem „Zmiana”.

Oferent, wycofując ofertę, zobowiązany jest przedłożyć stosowne oświadczenie podpisane przez osobę upoważnioną do jego reprezentacji.

Otwarcie ofert nastąpi w dniu 11.04.2025 r. o godz. 10:30 w siedzibie Zamawiającego, w Warszawie przy ul. Czackiego 3/5, pok. 401.

Wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty ponoszą Oferenci.

13. PRAWA AUTORSKIE

Z dniem wyboru najkorzystniejszej oferty Oferent udziela Zamawiającemu bezterminowo praw autorskich do korzystania i rozporządzania złożoną ofertą oraz do wykonywania pozostałych praw zależnych w zakresie związanym z podpisaniem umowy o dotację Zamawiającego z KOWR oraz realizacją i rozliczeniem kampanii.

Prawa autorskie do utworów zamieszczonych w ofertach, które nie zostały przyjęte do realizacji w toku postępowania, pozostają w rękach Oferentów.

14. KRYTERIA OCENY

Ocenie będą podlegały wszystkie oferty złożone w terminie określonym w niniejszej SIWZ i nie odrzucone z powodu wad formalnych.

Ocena Ofert zostanie dokonana dwuetapowo:

I ETAP OCENY – OCENA SPEŁNIENIA WARUNKÓW FORMALNO-PRAWNYCH.

Ocena zostanie dokonana poprzez weryfikację złożonych w ofercie dokumentów niezależnie przez 3 członków Komisji Oceniającej KRD-IG na podstawie listy wymaganych dokumentów poświadczających spełnienie warunków formalno-prawnych zamieszczonej w niniejszej SIWZ.

W przypadku stwierdzenia istotnych braków w spełnieniu warunków formalno-prawnych określonych pkt. 8 niniejszej Specyfikacji (np. brak jakiegokolwiek dokumentu, zaświadczenia lub oświadczenia) oferta ulegnie odrzuceniu i nie będzie podlegała dalszej ocenie.

W przypadku nieistotnych z punktu widzenia jakości oferty braków formalnych, jak np. brak wymaganego podpisu na dokumencie, Oferent zostanie wezwany do niezwłocznego usunięcia braku. W takim przypadku oferta zostanie poddana dalszej ocenie.

Kompletność działań uwzględnionych w ofercie i zaproponowanym budżecie kampanii vs. działania zawarte w opisie Programu stanowiącym zał. nr 1 do niniejszej Specyfikacji:

Komisja Oceniająca zweryfikuje i oceni czy złożona oferta zawiera wszystkie elementy działań opisane w Programie i czy zaproponowane miary efektów działań odpowiadają lub przekraczają wskaźniki przedstawione w opisie Programu, stanowiącym zał. nr 1 do niniejszej Specyfikacji.

Ocena odbędzie się metodą zero-jedynkową. Jeśli którykolwiek z członków Komisji Oceniającej wystawi ocenę „0”, to podczas spotkania Komisji członkowie wysłuchają jego argumentacji i dokonają wspólnej oceny oferty. Utrzymanie przez ofertę wyniku „0” (w uzgodnionej ocenie Komisji) OZNACZA ODRZUCENIE OFERTY.

Kompletność działań uwzględnionych w ofercie i zaproponowanym budżecie kampanii vs. działania przedstawione w opisie Programu stanowiącym zał. nr 1 do niniejszej Specyfikacji - brak punktacji, metoda zero-jedynkowa	0-1	0=dyskwalifikacja oferty 1=kwalifikacja do dalszej oceny
--	-----	---

II ETAP OCENY – OCENA JAKOŚCI OFERTY.

Oceni jakościowej zostaną poddane oferty, które pozytywnie przeszły weryfikację spełnienia warunków formalno-prawnych.

Ocena zostanie dokonana przez minimum 4 członków Komisji Oceniającej KRD-IG na podstawie złożonych ofert.

Do oceny ofert przyjęte zostaną następujące kryteria:

KRYTERIUM M	ZNACZENIE PROCENTOWE KRYTERIUM	MAX. LICZBA PUNKTÓW W RAMACH KRYTERIUM
K.1. Koncepcja przeprowadzenia badań ewaluacyjnych	45%	45
K.2. Ogólna efektywność kosztowa (rozumiana jako cena) działania	35%	35
K.3. Wielkość próby badawczej	20%	20
RAZEM	100%	100

Kryterium K.1. Ocena koncepcji przeprowadzenia badań ewaluacyjnych

Kryterium k1 będzie rozpatrywane na podstawie indywidualnej merytorycznej oceny punktowej danej oferty, dokonanej

przez członków Komisji Oceniającej, uwzględniającej następujące obszary oceny:

ELEMENT OCENY	KRYTERIA OCENY	LICZBA PUNKTÓW
Sugerowana dokumentacja badań, forma prezentacji danych (różnorodność wykresów i innych analiz ilustrujących wyniki badań); sposób wizualizacji danych (czytelność, klarowność).	Sposób zaprezentowania danych (różnorodność wykresów i innych analiz przedstawiających wyniki badań 0-10. Sposób prezentacji danych – czytelność i przejrzystość 0-5.	1-15
Propozycja przykładowego kwestionariusza / ankiety dla grup docelowych.	Propozycja przykładowego kwestionariusza /ankiety i jego zgodność z celami oraz założeniami kampanii określonymi w SIWZ.	1-10
Dodatkowe działania bezkosztowe	Znaczenie dla pozyskania dodatkowych danych jako źródła szczegółowych informacji o rynkach docelowych oraz ich potencjale konsumpcyjnym i sprzedażowym.	1-10
Wskazanie obszar ryzyka	Wskazane obszary ryzyka, które mogą pojawić się w trakcie badania, wraz z propozycjami odpowiednich metod ich minimalizacji.	1-10

Liczba punktów, którą otrzyma Oferent za kryterium K1 zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

Suma punktów przyznanych przez poszczególnych członków Komisji Oceniającej za K.1.

$$K.1. = \frac{\text{Suma punktów przyznanych przez poszczególnych członków Komisji Oceniającej za K.1.}}{\text{Liczba członków Komisji Oceniającej}}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać za kryterium K.1. maksymalnie ocenę **45 pkt.**

Kryterium K.2. Ogólna efektywność kosztowa (rozumiana jako cena) działania.

W kryterium K.2. członkowie Komisji Oceniającej odniosą się do zaproponowanej przez Oferentów ceny, tj. wartości działań obligatoryjnych, stanowiących bezpośrednie koszty podwykonawstwa (tj. koszty kategorii B), czyli łączne koszty przygotowania i realizacji wszystkich działań opisanych w załączniku nr 1 do SIWZ oraz wynagrodzenie podmiotu realizującego kampanię w EUR, znajdujących się w opisie Programu, do zadeklarowanej miary (ilości i jakości) realizacji tych działań (tj. najlepszy stosunek ilości i jakości do ceny).

Liczba punktów, którą otrzyma Oferent za kryterium K.2. zostanie obliczona wg poniższego wzoru:

Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert

$$K.2. = \frac{\text{Najniższe zaproponowane koszty wśród złożonych ofert}}{\text{Koszt zaproponowany w rozpatrywanej ofercie}} \times 35 \text{ pkt.}$$

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać za kryterium K.2. maksymalnie ocenę **35 pkt.**

Kryterium K.3. Wielkość próby badawczej.

Kryterium K.3. ocenione zostanie w skali punktowej do 20 punktów, w oparciu o podaną wielkość próby badawczej, będącej sumą wszystkich prób badawczych na trzech docelowych rynkach kampanii. Punkty za wielkość próby badawczej zostaną wyliczone według następującego wzoru:

Zaproponowana próba badawcza w ocenianej ofercie

K.3. = X 20 pkt.

Najwyższa zaproponowana próba badawcza

Najkorzystniejsza oferta może otrzymać za kryterium K.3. maksymalnie ocenę **20 pkt.**

Za najkorzystniejszą zostanie uznana oferta, która w I etapie oceny, tj. spełnienia warunków formalno-prawnych uzyska wynik „1” oraz uzyska najwyższą sumę punktów przyznanych za spełnianie wszystkich kryteriów oceny ofert K.1.-K.3. w II etapie oceny, tj. oceny jakości oferty. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty wyłącznie w oparciu o zasady i kryteria określone w niniejszej SIWZ.

Postępowanie konkurencyjne zostanie rozstrzygnięte na korzyść Oferenta, który uzyska najwyższą łączną liczbę punktów. W przypadku braku możliwości realizacji Programu przez Oferenta, który uzyskał najwyższą łączną liczbę punktów, do realizacji programu zostanie zaproszony Oferent o kolejnej najwyższej łącznej liczbie punktów przyznanych przez Komisję Oceniającą.

W przypadku uzyskania przez Oferentów tej samej łącznej liczby punktów decyduje liczba punktów uzyskanych przy ocenie kryterium K.3., a następnie K.2., K.1.

Decyzje Zamawiającego w kwestii oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty są ostateczne i nieodwoławne.

15. HARMONOGRAM POSTĘPOWANIA PRZETARGOWEGO

TERMIN	DZIAŁANIE
5.03.2025 r.	Opublikowanie zaproszenia do składania ofert na realizację działania ewaluacyjnego Programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”.
11.04.2025 r. do godz. 10:00	Termin złożenia ofert na realizację działania ewaluacyjnego Programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”.
11.04.2025 r. godz. 10.30	Komisyjne otwarcie ofert na realizację działania ewaluacyjnego Programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”.
11-15.04.2025 r.	Ocena ofert na realizację działania ewaluacyjnego Programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ” przez Komisję Oceniającą. Doprecyzowanie niejasności/ czas na ewentualne uzupełnienie dokumentacji przetargowej nie wpływające na jakość oferty.
16.04.2025 r. do godz. 16.00	Wybór najkorzystniejszej oferty – Wykonawcy. Ogłoszenie wyników postępowania przetargowego na realizację działania ewaluacyjnego Programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”. Poinformowanie Oferentów o wyborze najkorzystniejszej oferty. Informacja o wyborze Wykonawcy, Zamawiający ogłosi za pomocą poczty elektronicznej wysłanej do wszystkich Oferentów oraz poprzez opublikowanie informacji na stronie Zamawiającego www.krd-ig.com.pl oraz https://www.biznes-polska.pl/ .

16. WARUNKI I TERMIN ZAWARCIA UMOWY Z WYKONAWCĄ

O miejscu i terminie zawarcia umowy Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej niezwłocznie powiadomi wybranego Wykonawcę pocztą elektroniczną. Zawarcie umowy z Wykonawcą nastąpi najpóźniej w terminie do 60 dni od rozstrzygnięcia niniejszego postępowania.

Opłaty i prowizje bankowe związane z wniesieniem zabezpieczenia należytego wykonania umowy ponosi Wykonawca.

Warunki realizacji zamówienia zawiera Projekt Istotnych Postanowień Umowy (Załącznik nr 4 do SIWZ).

Zobowiązania umowy mogą ulec zmianom w przypadku, gdy Komisja Europejska zmniejszy zakres przyznanych środków oraz zakres proponowanych działań Programu.

W przypadku przerwania realizacji Programu z przyczyn nieleżących po stronie Zamawiającego, Wykonawcy nie przysługuje w stosunku do Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej żadne roszczenie, w szczególności roszczenie o zawarcie umowy i zwrot poniesionych nakładów (w tym kosztów sporządzenia oferty).

17. SPOSÓB UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ W SPRAWIE POSTĘPOWANIA

Oferent może zwrócić się z zapytaniem do Zamawiającego drogą mailową odnośnie wyjaśnień dotyczących zapisów zawartych w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Wszelką korespondencję dotyczącą prowadzonego postępowania należy kierować do Pani Marty Kędel i Ireny Sikorskiej na adres: m.kedel@krd-ig.pl / i.sikorska@krd-ig.pl

Zapytanie musi wpłynąć na wskazaną skrzynkę mailową Zamawiającego nie później niż na 14 dni przed terminem złożenia ofert.

Zamawiający zastrzega sobie termin do 3 dni roboczych na udzielenie odpowiedzi od czasu otrzymania korespondencji drogą mailową.

Treść zapytań oraz udzielonych odpowiedzi zostanie niezwłocznie opublikowana na stronie internetowej Zamawiającego www.krd-ig.com.pl oraz <https://www.biznes-polska.pl/>.

W szczególnie uzasadnionych przypadkach, przed upływem terminu składania ofert, Zamawiający może zmodyfikować treść dokumentów składających się na Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.

Każda wprowadzona przez Zamawiającego zmiana stanie się częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Zamawiający niezwłocznie poinformuje o wprowadzonych zmianach za pośrednictwem strony internetowej www.krd-ig.com.pl i <https://www.biznes-polska.pl/> oraz bezpośrednio wszystkich Oferentów, do których zostało wysłane zaproszenie do złożenia ofert lub którzy zgłosili się do Zamawiającego.

Jednocześnie Zamawiający może, choć nie musi, przedłużyć termin składania ofert, w celu umożliwienia Oferentom uwzględnienia w przygotowanych ofertach wprowadzonych zmian.

Informacja/ klauzula o przetwarzaniu danych osobowych stanowi załącznik nr 6 do SIWZ.

W przypadku pytań prosimy o kontakt mailowy:

Marta Kędel – Zastępca Dyrektora Generalnego - Promocja i Administracja

e-mail: m.kedel@krd-ig.pl

Irena Sikorska – Główny Specjalista – Administracja i Promocja

e-mail: i.sikorska@krd-ig.pl

Prezes Zarządu KRDI-IG

(-) Dariusz Goszczyński



KRAJOWA
RADA DROBIARSTWA
IZBA GOSPODARCZA

SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ”

Strona 16 z 16

ZAŁĄCZNIKI:

Załącznik nr 1: Opis programu informacyjno-promocyjnego pn. „EUROPEJSKI DRÓB - Z NASZYCH FERM NA TWÓJ STÓŁ” w języku polskim

Załącznik nr 2: Logo Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej

Załącznik nr 3: Wzór formularza ofertowego

Załącznik nr 3.1: Wykaz badań ewaluacyjnych i opis zespołu

Załącznik nr 4: Wzór Istotnych Postanowień Umowy (IPU)

Załącznik nr 5: Oświadczenie o braku powiązań

Załącznik nr 6: Klauzula informacyjna dotycząca RODO

Załącznik nr 7: Zestawienie kosztów kwalifikowalnych programów prostych

Załącznik nr 8: Tabela oceny oferty