

ZAPYTANIE OFERTOWE 4/03/2024

I. INFORMACJE O ZAMAWIAJĄCYM:

Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielnia Osób Prawnych
ul. Świętokrzyska 20, lok. 321
00-002 Warszawa
mail: biuro@grupyogrodnicze.pl

II. TRYB ZAMÓWIENIA

Konkurencyjna procedura wyboru wykonawcy dostaw lub usług.

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ):

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja zadania „**CORE TEAM - promocja konsumpcji owoców i warzyw i forum współpracy sektora, IV edycja**”. Przedmiotem zadania jest promocja konsumpcji owoców i warzyw oraz wsparcie forum współpracy liderów i ekspertów sektora ogrodniczego (tzw. Core Team). Generalnym celem projektu jest aktywizacja i synergia wszystkich projektów finansowanych z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw, w szczególności dużych kampanii promocyjnych, oraz działań organizacji i liderów opinii, w tym podniesienie jakości debaty o najważniejszych wyzwaniach sektora.

Początek 2024 to rolnicze protesty. Wyzwania dotarły do mainstreamu. Wzrosło zainteresowanie produkcją żywności, jakością tego co jemy, także świadomość presji z jaką mierzą się producenci. To może być czas wyjątkowo sprzyjający integracji środowisk, organizacji i liderów. Tylko dobrze zorganizowany sektor może wpłynąć na decyzje resortu, legislację, politykę Unii Europejskiej. Warto artykułować swoje oceny sytuacji i propozycje rozwiązań. Warto też starać się o przychylność ze strony konsumentów. Realizacja zadania ma budować wspólnotę celów producentów i konsumentów. Wśród nich jest wzrost świadomości walorów krajowych owoców i warzyw i pierwszoplanowej ich roli w codziennym odżywianiu.

Promocja ma zwiększyć świadomość pierwszoplanowej roli warzyw i owoców w codziennym odżywianiu, w tym zalecenia iż warzywa i owoce powinny stanowić połowę tego co jemy. Wśród producentów popularyzacji wymagają wytyczne komunikacji (dostępne na stronie PolowaSukcesu.pl), wspólny design (system identyfikacji wizualnej) oraz symbol talerza*.

Zadaniem jest organizacja comiesięcznych spotkań sektora z mediami dla wszystkich kampanii i projektów finansowanych z FPOiW, branżowych organizacji i liderów opinii. Spotkania mają umożliwić prezentacje inicjatyw, grup gatunków, wiodących środowisk, grup producentów. Powinny integrować socjologów, dietetyków z producentami. Celem integracji jest inicjowanie debaty na temat szans i barier wzrostu konsumpcji warzyw i owoców.

Zadaniem jest organizacja comiesięcznego monitoringu konsumpcji jak największej liczby gatunków warzyw i owoców, oraz dystrybucja wyników promujących konsumpcję. Zadaniem jest promowanie strony *WczorajNaTalerzu.pl* - miejsca, w którym dostępne są wyniki badań, komunikaty prasowe, aktualności z życia sektora, w tym np. zaproszenia na wydarzenia.

Zadaniem jest produkcja wspólnych materiałów promocyjnych dla wszystkich kampanii finansowanych z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw oraz koordynacja podmiotów sektora (organizacji, kampanii) przy wspólnej promocji w ramach *Narodowego Dnia Sportu*.

Realizacja ww. powinna zostać wykorzystana do budowy wizerunku współpracy sektora wśród jego interesariuszy. Dodatkowym zadaniem jest wsparcie organizacji prac forum współpracy sektora – tzw. Core Teamu - liderów i ekspertów, angażujących się w realizację istotnych dla rozwoju sektora inicjatyw.

Realizacja przedmiotu zamówienia obejmuje następujące działania:

1. Organizacja prac forum współpracy sektora, tzw. Core Teamu

Forum współpracy sektora tworzą liderzy i eksperci organizacji branżowych, doradztwa, nauki. Celem współpracy jest rozwój sektora, a narzędziem projekty, które zostały uzgodnione w I edycji (tzw. portfel inicjatyw). W poprzednich edycjach projektu wsparcie polegało na organizacji spotkań i warsztatów w gronie liderów sektora. Efektem była identyfikacja priorytetowych inicjatyw i powstanie zespołów projektowych. Zespoły tworzone są przez ludzi znanych w środowisku, nie pobierają oni wynagrodzenia z tytułu uczestnictwa w Core Teamie. Część zespołów może się pochwalić wypracowanymi rekomendacjami. Cele i sposób działania opisane są na stronie *CoreTeam.pl*.

Oczekiwany efekt: wsparcie prac liderów zespołów tworzonych w ramach Core Teamu dla realizacji wybranych inicjatyw. W szczególności organizacja debat i wsparcie dystrybucji komunikatów prasowych opracowanych przez zespoły projektowe (opinie, interpelacje, stanowiska w sprawie, zaproszenia na wydarzenia itp.), wsparcie organizacji wystąpień ekspertów Core Team w konferencjach branżowych (prezentacje, debaty) oraz wsparcie organizacji ew. badań, angaż zewnętrznych ekspertów, ich transfery itp.

2. Budowa wizerunku współpracy sektora wśród interesariuszy

Celem jest wzrost świadomości roli warzyw i owoców w codziennym odżywianiu. Narzędziem edukacji jest promocja tzw. „talerza”, nowego symbolu edukacji żywieniowej (zastępuje on tzw. „piramidę żywności i żywienia”) oraz argumentacji na rzecz bardziej autonomicznej prezentacji owoców. Ta nowa forma prezentacji rekomendacji żywieniowych doskonale eksponuje znaczenie (udział, ilość) warzyw i owoców. Fakt iż warzywa i owoce powinny stanowić połowę tego co jemy, ma potencjał integrujący. Sektor ogrodniczy powinien wspólnie promować ów sumaryczny udział, przysłowiową „połowę sukcesu”. Realizacja zadania powinna pokazać sens współpracy producentów, wcześniejsze doświadczenia, użyteczność wspólnej identyfikacji i talerz żywieniowy.

Oczekiwany efekt: przygotowanie i organizacja spotkań - fizycznych i online - których celem jest prezentacja wspólnej wizji promocji spożycia krajowych owoców, warzyw, przetworów. Wsparcie liderów sektora w inicjatywach, których częścią jest promocja talerza*. Grunt pod komunikację: *codziennie jedno jabłko, filiżanka jagodowych czy soku*.

3. Realizacja badań i promocja danych promujących konsumpcję

Badania konsumpcji realizowane są już 4 lata. Wzbogacają promocję kilkunastu gatunków. Realizowane dotychczas sondaże (co miesiąc stałe pytania związane z monitoringiem konsumpcji plus dodatkowe zgodne z bieżącymi potrzebami) dają informacje o demografii konsumentów, preteksty do komunikacji gatunkom, grupom, organizacjom i kampaniom finansowanym z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.

Oczekiwany efekt: realizacja 8 fal monitoringu, opracowanie komunikatów i danych na potrzeby mediów, social mediów (dla wszystkich kampanii w jednym miejscu). Ewolucja infografik, tak by docierały do większej ilości odbiorców mediów elektronicznych.

4. Organizacja spotkań z mediami dla kampanii i organizacji współtworzących projekty finansowane z FPOiW

Organizacja śniadań prasowych dla kampanii i organizacji branżowych współtworzących projekty finansowane z FPOiW. Tego typu spotkania organizujemy od 3 lat, w każdy ostatni czwartek miesiąca. Wpisały się już w kalendarz wielu mediów (prasa, radio) i instytucji promujących zdrowe odżywianie, dietetyków, wykładowców i studentów. Coraz szersza jest oferta sektora dla dziennikarzy (ilość tematów, ekspertów, wykładów i debat). Coraz więcej spotkań ma swojego bohatera w postaci gatunku i ludzi, producentów, przetwórców, którzy zaangażowali się w jego promocję. Coraz częściej elementem „śniadań prasowych” są dyskusje na temat szans i ograniczeń wzrostu konsumpcji. Spotkania w I kwartale 2024 obfitowały w tematy związane z jakością żywności i atutami krajowej produkcji.

Oczekiwany efekt: organizacja spotkań z mediami dla wszystkich kampanii (współtworzonych przez kilka organizacji branżowych i projektów promocyjnych), pokazujących sektor, preteksty dla mediów i informacje o realizowanych projektach; dających dostęp do producentów, dietetyków, informacji o sezonie i walorach wielu gatunków.

5. Koordynacja podmiotów sektora (organizacji, kampanii) przy wspólnej promocji w ramach *Narodowego Dnia Sportu*.

Narodowy Dzień Sportu to jednodniowy event, kilkutygodniowa promocja i półroczna promocja faktu, że producenci owoców i warzyw w Polsce wspierają aktywny styl życia. Celem wydarzenia jest integracja przez sport i promocja zdrowego stylu życia, budowa świadomości roli owoców i warzyw w odżywianiu, promowanie nowych sytuacji konsumpcji i zwiększania częstotliwości zakupu oraz budowa świadomości talerza* jako preferowanego sposobu prezentacji roli owoców i warzyw w odżywianiu w środowisku producentów (plantatorów, sadowników, przetwórców).

Oczekiwany efekt: zapewnienie udziału w roli partnera projektu (organizowanego we współpracy z Ministerstwem Sportu), pokrycie kosztów udziału w wydarzeniu, opracowanie materiałów graficznych i promocja projektu w branży.

GRUPY DOCELOWE

Główna grupa docelowa: media i konsumenci, głównie tzw. wczesna większość, która wcześniej przyswaja trendy i zalecenia żywieniowe. Ma też przeciętne dochody, średnie wykształcenie. Dodatkowo tzw. późna większość – ludzie raczej sceptyczni akceptujący rozwiązania po wypróbowaniu przez innych.

Liderzy opinii: dietetycy, studenci dietetyki, doradcy żywieniowi.

Grupa liderów sektora: przedstawiciele organizacji branżowych, grup, eksperci i doradcy środowiska producentów owoców i warzyw; przedstawiciele świata nauki.

W szczególności oferta powinna obejmować następujące elementy:

1. Organizacja prac forum współpracy sektora - CORE TEAM.

Organizacja lub współorganizacja min. 3 kwartalnych spotkań umożliwiających dyskusję i integrację przedstawicieli sektora wokół wspólnie identyfikowanych wyzwań. Organizacja min. 12 spotkań online dla liderów Zespołów roboczych. Biuro prasowe wspierające dystrybucję komunikatów Zespołów projektowych (opinii w sprawie, stanowiska na dany temat; zaproszeń na wydarzenie i debaty). Organizacja wystąpień i debat ekspertów Core Teamu w konferencjach branżowych. Angaż ekspertów zewnętrznych, produkcja relacji fotograficznych i materiałów filmowych na potrzeby Core Teamu.

2. Budowa wizerunku współpracy sektora wśród interesariuszy

Przygotowanie i organizacja spotkań z liderami opinii na Warszawskim Uniwersytecie Medycznym w ramach obchodów np. Międzynarodowego Dnia Owoców i Warzyw - 18/10, Dnia Walki z Cukrzycą - 14/11 czy Światowego Dnia Zdrowia - 7/04. Inne formy: organizacja wyjazdu dla studentów na plantacje; organizacja warsztatu dla studentów dietetyki, medycyny lub pielęgniarstwa. Organizacja konkursu edukacyjnego dla studentów promującego rolę owoców i warzyw w codziennym odżywianiu. Promocja wśród studentów dietetyki i zawodowych dietetyków, których celem jest prezentacja roli owoców i warzyw w codziennym odżywianiu i promocja spożycia krajowych owoców, warzyw, ich przetworów. Produkcja materiałów filmowych, zdjęciowych, opracowanie komunikatów.

3. Realizacja badań i promocja danych promujących konsumpcję.

Realizacja 8 fal monitoringu popularności kluczowych gatunków. Promocja ich sezonowości i wskaźników, m.in. *Wczoraj na talerzu*, przez cały okres trwania zadania. Opracowanie danych i grafik dla wszystkich kampanii (do social media). Aktualizacja linków do komunikatów na dashboardzie *WczorajNaTalerzu.pl*.

4. Organizacja spotkań z mediami dla kampanii i organizacji współtworzących projekty finansowane z FPOiW

Identyfikacja pretekstów i realizacja 8 sondaży (jedno pytanie o opinię na aktualnie istotny temat). Organizacja prezentacji wyników i dyskusji nt. bieżącej oferty sektora; prezentacji badanych gatunków.

5. Koordynacja podmiotów sektora (organizacji, kampanii) przy wspólnej promocji w ramach Narodowego Dnia Sportu.

Zapewnienie udziału w roli partnera, pokrycie kosztów udziału w projekcie zgodnie z zasadami organizacji tego wydarzenia, opracowanie materiałów graficznych i promocja projektu w branży.

6. Nadzór nad realizacją projektu i jego komunikacją.

Cena całkowita netto oferty nie może przekroczyć kwoty 1 036 537,88 złotych (słownie: jeden milion trzydzieści sześć tysięcy pięćset trzydzieści siedem złotych 88/100).

UWAGA: zadanie będzie realizowane jeśli Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielnia Osób Prawnych otrzyma wsparcie z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na sfinansowanie działań zadania.

IV. WYKONAWCA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Zapytanie ofertowe jest skierowane do podmiotów z Polski, czynnie prowadzących działalność gospodarczą tj. osób fizycznych, jednostek organizacyjnych posiadających zdolność prawną bądź osób prawnych (weryfikacja poprzez wgląd do KRS/CEIDG). Wykonawca musi spełniać warunek dotyczący zdolności zawodowej.
2. Warunek udziału w postępowaniu dotyczący zdolności zawodowej zostanie spełniony, jeśli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania oferty, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał (zrealizował, zakończył) co najmniej 2 usługi o wartości co najmniej 400 000,00 PLN (słownie złotych: czterysta tysięcy złotych 00/100) każda polegające na realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych lub działań o podobnym charakterze. Jeżeli wartość usługi jest wyrażona w walucie innej niż PLN, w celu oceny spełnienia warunku udziału w postępowaniu Zamawiający dokona przeliczenia wskazanej kwoty na PLN według średniego kursu Narodowego Banku Polskiego obowiązującego, w dniu zamieszczenia Zapytania na stronie internetowej Zamawiającego, a jeżeli w tym dniu nie publikowano kursu tej waluty – według ostatniego średniego kursu Narodowego Banku Polskiego przed dniem zamieszczenia Zapytania na stronie internetowej Zamawiającego.
3. W celu potwierdzenia spełniania warunku dotyczącego zdolności zawodowej Wykonawca jest zobowiązany złożyć wraz z ofertą oświadczenie zgodne z załącznikiem nr 1.
4. Wykonawca złoży informacje i dowody potwierdzające jego doświadczenie niezbędne do oceny złożonej oferty.
5. Wykonawca przedstawi dowód ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą.

V. WARUNKI SKŁADANIA OFERT W POSTĘPOWANIU

1. Brak możliwości składania ofert częściowych.
2. Ofertę należy składać obligatoryjnie w formie elektronicznej w postaci koncepcji realizacji przedmiotu zamówienia zgodnej z wymogami zapytania ofertowego oraz specyfikacji kosztów wraz z ceną całkowitą netto, email: biuro@grupyogrodnicze.pl.
3. Oferta musi zawierać ponadto: pełną nazwę, adres siedziby, numer telefonu oraz adres email Wykonawcy.
4. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy nie znajdują się w stanie upadłości lub likwidacji w chwili złożenia oferty i oświadczą to w Oświadczeniu Wykonawcy (załącznik nr 1).
5. Zakres wykluczenia wykonawców z postępowania: Wykonawca będący osobą fizyczną złoży oświadczenie, że nie podlega wykluczeniu w związku z wymogiem określonym w § 8 ust. 3 pkt 1-4 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy

promocji produktów rolno – spożywczych (tekst jedn. Dz. U. z 2020 r., poz. 2244)”
(załącznik nr 2)

6. Ofertę należy złożyć w języku polskim.
7. Oferta musi być **parafowana na każdej stronie i podpisana przez osoby upoważnione do podpisania oferty zgodnie z aktualnymi dokumentami rejestrowymi lub udzielonym pełnomocnictwem**. Nieprawidłowe podpisanie oferty skutkuje odrzuceniem i pozostawieniem oferty bez rozpatrzenia.
8. Oferty należy składać z ceną całkowitą netto podaną w PLN.
9. Płatność za usługę określoną w punkcie III, nastąpi w terminie i w sposób uzgodniony między Zamawiającym a Wykonawcą.
10. Wszelkie koszty związane ze złożeniem oferty ponosi oferent.
11. Podstawy wykluczenia z postępowania: Poza przypadkami określonymi w Zapytaniu Ofertowym, Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy również:
 - a) w przypadku stwierdzenia, że jej treść nie odpowiada treści zapytania ofertowego,
 - b) jeżeli została złożona przez podmiot niespełniający warunków udziału w postępowaniu,
 - c) jeżeli oferta zawiera rażąco niską cenę,
 - d) jeżeli Wykonawca nie udzieli wyjaśnień lub nie dokona poprawek i uzupełnień, o których mowa w pkt X.3,
 - e) została złożona po terminie.

VI. TERMIN SKŁADANIA OFERT:

do **10.04.2024** roku, godz. **24.00**

VII. KRYTERIA OCENY OFERTY

Kryterium 1: cena netto przedmiotu zamówienia – waga kryterium 20%.

Cena powinna zawierać:

- Wartość usługi określoną w oparciu o przedmiot zamówienia.

Oferent, który zaoferuje najniższą cenę netto otrzyma 20 pkt. Pozostali oferenci otrzymają liczbę punktów odpowiednią do ceny wskazanej w ich ofercie (z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku)

$$\text{Kryterium 1} = \frac{\text{najniższa cena netto, która wpłynęła w odpowiedzi na zapytanie ofertowe}}{\text{cena netto badanej oferty}} \times 20 \text{ pkt}$$

Kryterium 2: doświadczenie oferenta w zakresie opracowania strategii, realizacji badań, promocji oraz wsparcia liderów sektora – waga kryterium 40%.

Komisja oceniająca dokona oceny doświadczenia oferentów w zakresie realizacji projektów opracowania strategii, promujących współpracę oraz wsparcia liderów sektora.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Max. liczba punktów
1.	Doświadczenie w realizacji projektów promujących produkty rolno-spożywcze, w tym owoce i warzywa oraz ich przetwory, współpracę branżową, patriotyzm gospodarczy, etnocentryzm zakupowy.	7
2.	Doświadczenie w koordynacji prac nad stworzeniem strategii dla kategorii lub marek, które musiały lepiej skomunikować swoje wyróżniki, użyteczność oraz doświadczenie w pracy dla branż lub marek czerpiących z tradycji regionu lub percepcji kraju pochodzenia.	7
3.	Doświadczenie w organizacji konferencji, spotkań z mediami. Doświadczenie w obsłudze wydarzeń, w szczególności branżowych, promujących ofertę produktów rolno-spożywczych, w tym owoców, warzyw, przetworów oraz integrację i zaangażowanie samych producentów.	7
4.	Doświadczenie w branży badań rynku i opinii, wiedza o zachowaniach konsumenckich Polaków. Doświadczenie w realizacji badań jakościowych, ilościowych, online, w tym w pracy dla sektora spożywczego, w tym warzyw i owoców, żywności ekologicznej.	6
5.	Realizacja badań zgodnie z Kodeksem postępowania w dziedzinie badań rynkowych i społecznych, PKJPA, ESOMAR lub certyfikatów pokrewnych.	5
6.	Doświadczenie w promocji wyników badań.	5
7.	Doświadczenia w koordynacji produkcji materiałów promocyjnych, w szczególności dla branży rolno-spożywczej, w tym owocowo-warzywnej / FMCG.	3

$$\text{Kryterium 2} = \frac{\text{punktacja badanej oferty}}{\text{najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr 2}} \times 40 \text{ pkt}$$

Kryterium 3: koncepcja realizacji prac, innowacyjność proponowanych rozwiązań kreatywnych i niezależnienie od sytuacji epidemiologicznej – waga kryterium 40%

Komisja oceniająca dokona oceny oferty w zakresie ogólnej koncepcji realizacji zadania oraz innowacyjności proponowanych rozwiązań.

Punktacja będzie przyznawana za następujące elementy:

Lp.	Opis	Max. liczba punktów
1.	Koncepcja organizacji prac w ramach CORE TEAM, w tym wsparcia liderów zespołów projektowych	15
2.	Koncepcja promocji prowadzonych działań, informowania konsumentów, liderów opinii oraz mediów, zgodnie z celami zadania	10
3.	Propozycje dodatkowych, oryginalnych rozwiązań dotyczących promocji i komunikacji w realizacji działań składających się na całe zadanie.	8
4.	Zapewnienie realizacji zgodnie z harmonogramem.	7

punktacja badanej oferty

Kryterium 3 = ----- x 40 pkt
najwyższa punktacja uzyskana w ramach kryterium nr
3

VIII. TERMIN I WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

1. Termin realizacji zamówienia: od podpisania umowy do 18 kwietnia 2025 roku
2. Fakturowanie i terminy płatności: do uzgodnienia z Wykonawcą.

IX. OSOBY UPRAWNIONE DO KONTAKTU Z WYKONAWCAMI:

Pan Witold Boguta, biuro@grupyogrodnicze.pl

X. INFORMACJE O FORMALNOŚCIACH

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego zapytania. Jeżeli zmiany będą mogły mieć wpływ na treść składanych w postępowaniu ofert, Zamawiający przedłuży termin składania ofert.
2. Zamawiający odpowie na pytania Wykonawcy dotyczące wyjaśnienia przedmiotu oferty, zadane drogą mailową najpóźniej w piątym dniu roboczym licząc od dnia upublicznienia zapytania ofertowego, tj. do 27.03.2024 roku włącznie.
3. Zamawiający może wezwać Wykonawcę do złożenia wyjaśnień lub uzupełnień oferty w wyznaczonym przez siebie terminie.
4. Zamawiający może wezwać Wykonawcę do przeprowadzenia prezentacji oferty przed komisją oceniającą w wyznaczonym przez siebie terminie.
5. Zamawiający nie będzie prowadził z Wykonawcą negocjacji dotyczących złożonej oferty oraz dokonywania jakiegokolwiek zmiany w jej treści, które miałyby wpływ na wynik postępowania.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania uzasadnienia, a także pozostawienia postępowania bez wyboru oferty.
7. Zamawiający wybierze ofertę spełniającą wymagania Zamawiającego, która na podstawie ustalonych kryteriów oraz ich wagi, uzyska największą ilość punktów. Wybór najkorzystniejszej oferty w oparciu o ustalone w zapytaniu ofertowym kryteria zostanie udokumentowany protokołem.
8. Zamawiający zastrzega, że w przypadku, gdy Wykonawca, którego oferta została wybrana, nie potwierdzi przyjęcia usługi do realizacji w ciągu maksymalnie pięciu dni, licząc od dnia przekazania informacji o wyborze oferty, poprzez podpisanie umowy, dopuszcza się możliwości wybrania do realizacji niniejszego zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona, jako kolejna na liście.
9. Oferta cenowa powinna być sporządzona wyłącznie w PLN w języku polskim i musi obejmować całość zamówienia. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
10. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po terminie określonym w punkcie VI nie zostanie uwzględniona.
11. Wykonawca związany jest ofertą 30 dni. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
12. O wyniku postępowania jego uczestnicy zostaną poinformowani drogą elektroniczną za pośrednictwem e-maila. Od rozstrzygnięcia niniejszego Zapytania ofertowego (wyboru oferty) nie przysługuje odwołanie.
13. Informacja o wyniku postępowania zostanie również umieszczona na stronie internetowej Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielni

Osób Prawnych.

Informujemy, że Zapytanie ofertowe znajduje się na stronie internetowej Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw – Spółdzielnia Osób Prawnych: www.grupyogrodnicze.pl.