



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

Nr referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: 2/WK/09/2021 z dn.23.09.2021 r.

## ZAPYTANIE OFERTOWE

### opracowanie Raportu dotyczącego wpływu Sieci handlowych branży spożywczej na środowisko naturalne

#### I. Określenie przedmiotu zapytania

1. Przedmiotem zamówienia jest wykonanie przez Wykonawcę raportu przygotowanego na podstawie przeprowadzonej przez Wykonawcę analizy działających na polskim rynku sieci handlowych branży spożywczej (dalej: „Sieci handlowe”), w wyniku której zostanie opracowany ranking (tzw. Scorecard) w zakresie ich wpływu na środowisko przyrodnicze, który to raport poza opisem i oceną działań sieci handlowych minimalizujących ich negatywny wpływ na środowisko, będzie zawierał ogólne rekomendacje dla sieci handlowych branży spożywczej oraz wskazanie najlepszych praktyk sieci handlowych na rynku zagranicznym i polskim (dalej: „Raport”)
2. Raport, zawierał będzie w szczególności:
  - a) Ranking, składający się z opisu i oceny punktowej działań Sieci handlowych minimalizujących ich negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze;
  - b) Rekomendacje dla Sieci handlowych w wyszczególnionych w rankingu obszarach ich wpływu na środowisko przyrodnicze;
  - c) Przykłady najlepszych praktyk Sieci handlowych na rynku zagranicznym i polskim w objętych analizą obszarach ich wpływu na środowisko przyrodnicze.
3. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia został wskazany w Załączniku nr 1 do niniejszego zapytania ofertowego – Opis Przedmiotu Zamówienia.

#### II. Zakres i realizacja zapytania

1. Wykonawca przeanalizuje działające na polskim rynku Sieci handlowe pod kątem strategii i działań minimalizujących ich negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze.  
Szczegółowy zakres zadań i obowiązków Wykonawcy jest określony w **Załączniku nr 1** do niniejszego zapytania ofertowego – **Opis Przedmiotu Zamówienia**.
2. Zamawiający przewiduje zorganizowanie **co najmniej dwóch spotkań członków zespołu przygotowującego Raport ze strony Wykonawcy** w siedzibie Zamawiającego, Fundacji WWF Polska, przy ul. Usypiskowej 11 w Warszawie lub online za pośrednictwem platformy komunikacyjnej.



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej [wwf.pl](http://wwf.pl)

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, [wwf.pl](http://wwf.pl)  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

Pierwsze spotkanie robocze z Wykonawcą odbędzie się w terminie do 10 dni roboczych od dnia zawarcia Umowy w terminie wyznaczonym przez Zamawiającego. Przedmiotem spotkania będzie **omówienie metodologii zaprezentowanej przez Wykonawcę w ofercie (w tym projektu kwestionariusza ankiety dla sieci handlowych) oraz zapoznanie się z zespołem Wykonawcy, ustalenie warunków współpracy i sposobu komunikacji w trakcie realizacji zamówienia.**

Przewiduje się również obowiązkowe spotkanie w celu **omówienia wyników wersji poprawionej Raportu** (przekazanie wersji poprawionej Raportu Zamawiającemu najpóźniej do 2 marca 2022 r.). Na spotkaniu Wykonawca zobowiązany będzie do udzielenia odpowiedzi na pytania członków Zespołu Zamawiającego, a po spotkaniu, w terminie do 3 dni roboczych, Wykonawca wprowadzi ewentualne zmiany i modyfikacje do zaprezentowanego Raportu, będące wynikiem spotkania i otrzymanych uwag. Spotkanie to planowane jest najpóźniej na 5 tygodni przed oddaniem przez Wykonawcę finalnej wersji Raportu.

Koszty udziału Wykonawcy w ww. spotkaniach (takie, jak m. in. koszty dojazdu, wyżywienia, noclegu) muszą być wliczone w cenę oferty.

W trakcie realizacji Umowy **Wykonawca zobowiązany jest do przekazywania Zamawiającemu poszczególnych etapów/rozdziałów polskiej wersji językowej projektu Raportu** w celu zweryfikowania metodologii i akceptacji sposobu prezentacji wyników oraz treści na bieżąco. Na etapy te składa się:

- 1) opis celu badania oraz problemu wpływu branży spożywczej na środowisko;
- 2) opis metodyki przyjętej do badania;
- 3) wyniki rankingu Sieci handlowych, w tym przede wszystkim wynik punktowy i opis danej Sieci na podstawie przeprowadzonej oceny Sieci handlowych;
- 4) określenie głównych wyzwań na drodze branży spożywczej, w tym zwłaszcza Sieci handlowych do osiągnięcia celu jakim jest zrównoważony rozwój i ochrona środowiska;
- 5) określenie ogólnych rekomendacji dla branży w analizowanych obszarach (minimum 4 obszary: Strategie i polityki środowiskowe; Zrównoważone pozyskiwanie surowców i produktów; Zrównoważone opakowania i zarządzanie odpadami; Edukacja środowiskowa), oraz wskazanie najlepszych przykładów dobrych praktyk sieci handlowych na rynku zagranicznym i polskim.

W trakcie realizacji Umowy **Wykonawca zobowiązany jest do ścisłej współpracy z Zamawiającym** na każdym etapie opracowywania Raportu.

Jeśli Wykonawca zdecyduje się na organizację spotkań z firmami wybranymi do oceny w rankingu Zamawiający zastrzega sobie możliwość uczestnictwa w takich spotkaniach. O fakcie zorganizowania spotkania Zamawiający musi być poinformowany z co najmniej pięciodniowym wyprzedzeniem.



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej [wwf.pl](http://wwf.pl)

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, [wwf.pl](http://wwf.pl)  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

**Wykonawca** zobowiązany jest przekazać przedmiot zamówienia: Raport zawierający ranking Sieci handlowych w języku polskim oraz podsumowanie Raportu w dwóch wersjach językowych (polskiej i angielskiej). Materiały te mają być przekazane w formie elektronicznej - pliki pdf oraz w formie edytowalnej, za pośrednictwem poczty elektronicznej lub na elektronicznym nośniku danych, oraz w wersji wydrukowanej: 20 sztuk Raportu w języku polskim i 20 sztuk podsumowania Raportu w języku polskim. Layout Raportu oraz podsumowania Raportu zostanie uzgodniony z Zamawiającym. Szczegółowy zakres Raportu został określony w Opisie przedmiotu zamówienia, stanowiącym załącznik do niniejszego zapytania.

### III. Prawo Opcji

1. Zamawiający przewiduje skorzystanie z prawa opcji przez co należy rozumieć jednostronne uprawnienie Zamawiającego do określenia zakresu świadczeń wykonywanych przez Wykonawcę w ramach maksymalnego zakresu przedmiotu umowy wynikającego z opisu przedmiotu zamówienia.
2. W ramach niniejszego postępowania Zamawiający gwarantuje, że Przedmiot zamówienia obejmie pozycje Grupy I od litery a do q Kosztorysu ofertowego stanowiącego Załącznik nr 3 Zapytania ofertowego.
3. Prawo opcji obejmuje natomiast pozycje Grupy II, III, IV i V Kosztorysu ofertowego stanowiącego Załącznik nr 3 Zapytania ofertowego przy czym Zamawiający zastrzega, że może skorzystać jedynie z wybranych, uprzednio wyselekcjonowanych pozycji.
4. Zamawiający skorzysta z prawa opcji w przypadku potrzeby zwiększenia danych niezbędnych do uwzględnienia w Raporcie.
5. Warunkiem skorzystania z prawa opcji jest złożenie przez Zamawiającego oświadczenia woli w przedmiocie skorzystania z prawa opcji w formie dokumentowej.
6. W przypadku skorzystania z prawa opcji, Zamawiającyłoży oświadczenie woli w przedmiocie skorzystania z prawa opcji w formie dokumentowej oraz sprecyzuje zakres zamówienia udzielonego w ramach prawa opcji co najmniej 4 miesiące przed planowanym terminem wykonania Raportu z uwzględnieniem danych określonych prawem opcji. Skorzystanie z prawa opcji oznacza wykonanie przedmiotu umowy w zakresie opcji najpóźniej do dnia 26 kwietnia 2022 r.
7. Jeśli Umowa nakłada na Wykonawcę obowiązki związane z realizacją zamówienia objętego prawem opcji, wiążą one Wykonawcę z chwilą złożenia oświadczenia o którym mowa w ust. 5 powyżej.
8. W przypadku skorzystania przez Zamawiającego z prawa opcji wysokość wynagrodzenia za wykonanie przedmiotu objętego prawem opcji zostanie przyjęta na podstawie cen podanych przez Wykonawcę w ofercie oraz w Kosztorysie ofertowym stanowiącym Załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego, odpowiednio do zakresu zamówienia udzielonego w ramach prawa opcji. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu wypełnionego Kosztorysu ofertowego stanowiącego Załącznik nr 3 do Zapytania ofertowego wraz ze składaną ofertą.



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej

wwf.pl

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, wwf.pl  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

#### IV. Termin wykonania zamówienia

Termin realizacji zamówienia: od dnia zawarcia umowy **do 26 kwietnia 2022 r.** z uwzględnieniem poszczególnych terminów:

- do 3 dni roboczych od pierwszego spotkania roboczego Wykonawca-Zamawiający - dostarczenie Zamawiającemu projektu kwestionariusza ankiety (o której mowa w pkt. 3 ppkt. IV załącznika nr 1) uwzględniającej uwagi Wykonawcy przekazane podczas ww. spotkania;
- do 3 tygodni od podpisania umowy - zgłoszenie przez Zamawiającego ewentualnych uwag do poprawionego projektu kwestionariusza ankiety;
- działanie ciągłe, na bieżąco - przekazywanie Zamawiającemu poszczególnych etapów/rozdziałów polskiej wersji językowej projektu Raportu do akceptacji;
- do 16 stycznia 2022 – przekazanie Zamawiającemu projektu Raportu w wersji polskiej;
- do 20 lutego 2022 – przekazanie uwag przez Zamawiającego do projektu Raportu;
- do 2 marca 2022 – przekazanie Zamawiającemu poprawionego Raportu w wersji polskiej oraz projektu podsumowania Raportu w wersji polskiej;
- do 12 marca 2022 – przekazanie uwag przez Zamawiającego do projektu podsumowania Raportu w wersji polskiej;
- do 17 marca 2022 – przekazanie Zamawiającemu poprawionego podsumowania Raportu w wersji polskiej oraz projektu podsumowania Raportu w wersji angielskiej;
- do 28 marca 2022 – przekazanie uwag przez Zamawiającego do podsumowania Raportu w wersji angielskiej;
- do 26 kwietnia 2022 - przekazanie wersji finalnej Raportu, podsumowania Raportu w dwóch wersjach językowych (polskiej i angielskiej) oraz wydrukowanych 20 sztuk Raportu w języku polskim i 20 sztuk podsumowania Raportu w języku polskim.

#### V. Warunki udziału w postępowaniu

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy na dowód posiadania wiedzy i doświadczenia niezbędnych do realizacji zapytania wykażą, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert wykonali co najmniej 3 opracowania z zakresu zrównoważonego rozwoju/transformacji biznesu w kierunku zrównoważonego rozwoju/ społecznej i/lub środowiskowej odpowiedzialności biznesu/ gospodarki obiegu zamkniętego/ systemów żywnościowych/ ochrony środowiska i/lub klimatu/ relacji biznes-człowiek-środowisko, tj. plany, raporty, opinie, ekspertyzy.



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej

wwf.pl

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, wwf.pl  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

- Zamawiający wymaga również, aby Wykonawca przedstawił listę przynajmniej 2 osób dedykowanych do realizacji zamówienia, posiadających wiedzę i kwalifikacje niezbędne do należytej realizacji zamówienia.

## VI. Dokumenty wymagane w celu potwierdzenia spełnienia warunków

- Formularz ofertowy Wykonawcy (zał. nr 2)
- Kosztorys ofertowy (zał. nr 3)
- Przykładowy kwestionariusz ankiety (zał. nr 4)
- Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu (zał. nr 5)
- Oświadczenie Wykonawcy o braku powiązań kapitałowych lub osobowych (zał. nr 6)
- Klauzula informacyjna RODO (zał. nr 7)
- Istotne postanowienia umowy (zał. nr 8)
- Oświadczenie o braku przynależności do grupy kapitałowej (zał. nr 9)

## VII. Kryterium oceny ofert, wagi procentowe przypisane do poszczególnych kryteriów oraz sposób przyznawania punktacji

Lp.	Nazwa kryterium	Waga
1.	Cena brutto za cały przedmiot zamówienia (zakres podstawowy oraz rozszerzony)	20%
2.	Przedstawienie metod i technik badawczych	40%
3.	Doświadczenie ekspertów dedykowanych do wykonania zamówienia	40%

Sposób dokonywania oceny kryteriów:

- Kryterium – cena brutto rozumiana jako cena łączna za realizację przedmiotu zamówienia (zakres podstawowy i rozszerzony):**

$$C_A = \frac{C_{min_A}}{C_{o_A}} * 20 \text{ pkt}$$

**gdzie:**

- C<sub>A</sub>** – wartość punktowa ocenianego kryterium  
**C<sub>min<sub>A</sub></sub>** – najniższa cena badania ze złożonych ofert  
**C<sub>o<sub>A</sub></sub>** – cena ocenianej oferty na dane badanie

### Sposób obliczania ceny

- Cenę należy obliczyć w taki sposób, by obejmowała wszelkie koszty, jakie poniesie Wykonawca w celu należytego wykonania przedmiotu zamówienia. Należy ją podać w polskich złotych.



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej [wwf.pl](http://wwf.pl)

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, [wwf.pl](http://wwf.pl)  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

- Wszystkie czynności związane z obliczeniem ceny i mające wpływ na jej wysokość, Wykonawca powinien wykonać z należytą starannością.
- Wykonawca określa cenę realizacji zamówienia poprzez wskazanie w formularzu kosztu całkowitego, jaki poniesie Zamawiający. Do oferty Wykonawca załączy szczegółowy kosztorys z wyszczególnieniem:
  - i. kosztów Raportu zawierającego analizę produktów z Grupy I (zakres podstawowy), oraz
  - ii. analizę produktów z Grupy II
  - iii. analizę produktów z Grupy III
  - iv. analizę produktów z Grupy IV.
  - v. analizę produktów z Grupy V.Podpunkty ii) do v) stanowią zakres rozszerzony Zamówienia.
- Zamawiający dopuszcza możliwość zmniejszenia zakresu zamówienia poprzez zmniejszenie liczby analizowanych grup produktów w ramach obszaru 2. Zrównoważone pozyskiwanie surowców i produktów.

## 2. Kryterium – przedstawienie metodyki i technik badawczych / planu badania do Raportu (Pr)

Ocenie będzie podlegać zaprezentowanie planowanej realizacji przedmiotu zamówienia, tj. m.in.:

### a) wybór danych źródłowych, które posłużą Wykonawcy do stworzenia metodyki

W ramach tego kryterium Wykonawca może uzyskać od 1 – 5 punktów za zaprezentowanie jak największej liczby danych źródłowych, które mogą zostać wykorzystane do oceny. Dodatkowo Zamawiający może przyznać dodatkowy 1 punkt za każdą publikację o randze międzynarodowej.

W ramach tego podkryterium Zamawiający przyzna do 10 punktów.

### b) rekomendowany scenariusz badań w formie kwestionariusza ankiety w odpowiedzi na potrzeby Zamawiającego

Najwyżej zostanie oceniony Wykonawca, który zaproponuje scenariusz badań w najwyższym stopniu gwarantujący rzetelne wykonanie usługi, pełen obraz badanego zagadnienia oraz szeroką analizę na podstawie zebranego materiału. **Przykładowy kwestionariusz ankiety do Raportu** stanowi Załącznik nr 4. W przypadku skorzystania z załączonego kwestionariusza ankiety, Wykonawca powinien go przeanalizować, przy konieczności modyfikacji jego zakresu i pytań - uargumentować wprowadzone zmiany.

W ramach tego podkryterium Zamawiający przyzna do 15 punktów.

Przedstawiony przez Wykonawcę projekt kwestionariusza ankiety skierowanej do sieci handlowych branży spożywczej powinien uwzględniać pytania m.in. o:



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej [wwf.pl](http://wwf.pl)

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, [wwf.pl](http://wwf.pl)  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



1. Strategie i polityki środowiskowe
  - wartości, polityki i strategia firmy w kwestii dbałości o środowisko przyrodnicze i kwestie społeczne;
  - przynależność do organizacji i inicjatyw oraz partnerstwa z NGO;
  - raportowanie niefinansowe;
  - zobowiązania do realizacji celów krajowych i międzynarodowych;
2. Zrównoważone pozyskiwanie surowców i produktów;
  - portfolio produktów certyfikowanych;
  - dostępność produktów wegetariańskich/wegańskich;
  - cele udziału % surowców certyfikowanych;
  - ekspozycja produktów certyfikowanych, wegetariańskich/wegańskich oraz z bliskim terminem przydatności do spożycia;
  - łańcuchy dostaw i identyfikowalność produktów;
3. Zrównoważone opakowania i zarządzanie odpadami
  - ograniczenie odpadów opakowaniowych;
  - możliwość poddania opakowania recyklingowi i ograniczanie w opakowaniach tzw. „virgin plastic” na rzecz użycia surowców z recyklingu w przypadku opakowań z tworzyw sztucznych oraz użycie surowców z recyklingu i/lub z certyfikatem FSC w opakowaniach z papieru/kartonu;
  - ograniczenie/rezygnacja ze sprzedaży jednorazowych artykułów z tworzyw sztucznych, w tym również toreb zakupowych
  - zasady projektowania opakowań;
  - działania zgodne z zasadą 3R: Reduce (unikaj), Reuse (używaj ponownie), Recycle (utylizuj);
  - ograniczenie marnowania żywności;
4. Edukacja dotycząca ochrony środowiska przyrodniczego
  - działania wewnętrzne i zewnętrzne sieci handlowej – inicjatywy prośrodowiskowe;
  - komunikacja kwestii środowiskowych wewnątrz i na zewnątrz firmy – edukacja konsumenta.

### **c) Rekomendowanego systemu punktowego oceny wpływu sieci handlowych branży spożywczej na środowisko naturalne**

System punktowy powinien odzwierciedlać wagę działań podejmowanych przez Sieci handlowe branży spożywczej dla realnego (a nie deklaracyjnego) zmniejszenia ich negatywnego wpływu na środowisko. System punktowy powinien być m. in. przejrzysty, spójny logicznie w ramach ocenianych obszarów, w tym. m. in: strategii i polityki środowiskowe, zrównoważone pozyskiwanie surowców i produktów, zrównoważone opakowania i zarządzanie odpadami, edukacja środowiskowa oraz inne,







**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

jeśli zostaną zaproponowane przez Wykonawcę w ramach punktu b) powyżej.  
W ramach tego podkryterium Zamawiający przyzna do 15 punktów.

### 3. Kryterium – ocena doświadczenia ekspertów dedykowanych do realizacji zamówienia (De)

Doświadczenie ekspertów dedykowanych do wykonania zamówienia będzie oceniane na podstawie przedstawionego w zapytaniu ofertowym wykazu publikacji z zakresu zrównoważonego rozwoju/transformacji biznesu w kierunku zrównoważonego rozwoju/ społecznej i/lub środowiskowej odpowiedzialności biznesu/ gospodarki obiegu zamkniętego/ systemów żywnościowych/ ochrony środowiska i/lub klimatu/ relacji biznes-człowiek-środowisko, tj. planów, raportów, opinii, ekspertyz. Opinie winny być wskazane w Formularzu ofertowym wraz ze wskazaniem streszczenia (do 5 zdań) wskazującego na przedmiot zamówienia, nazwę publikatora oraz datę publikacji.

Za każdą wskazaną publikację eksperta Zamawiający przyzna ofercie Wykonawcy dodatkowe 5 punktów (nie więcej niż 40 pkt).

### Ostateczna liczba punktów (PO) będzie liczona według: $PO = C_A + Pr + De$

Zamawiający do realizacji zamówienia wybierze Wykonawcę z najwyższą punktowaną ofertą. Jeżeli nie będzie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawiać będą taką samą punktacją, Zamawiający zaprosi Wykonawców, którzy złożyli takie oferty, do złożenia ofert dodatkowych. Oferty dodatkowe powinny zawierać cenę nie wyższą od pierwotnej. Maksymalna liczba punktów do uzyskania to 100.

## VIII. Termin i miejsce składania ofert

1. Ofertę należy składać pocztą elektroniczną na adres: kkowalska@wwf.pl, jpietryk@wwf.pl oraz idobrowolska@wwf.pl.
2. Ofertę należy złożyć do dnia **20 października 2021 r. do godz. 16.00**. O terminie wpłynięcia oferty decyduje data doręczenia na pocztę mailową.
3. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
4. Oferta składana mailowo w temacie wiadomości powinna odwoływać się do numeru referencyjnego zapytania ofertowego.
5. W toku badania i oceny przedstawionych ofert Zamawiający może żądać od Wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert, jak również Zamawiający jest uprawniony na każdym etapie postępowania zwrócić się do Wykonawców o uzupełnienie dokumentów niezbędnych do prawidłowej oceny złożonej oferty.

## IX. Termin związania ofertą



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej

wwf.pl

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, wwf.pl  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.





**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

**Wykonawca pozostaje związany ofertą w terminie 30 dni kalendarzowych od dnia otwarcia ofert.**

#### **X. Osoby uprawnione do porozumiewania się z Wykonawcami**

Osobą wyznaczoną do kontaktów z Wykonawcami w zakresie zapytania ofertowego są:

1. w zakresie merytorycznym: Kalina Kowalska, mail: kkowalska@wwf.pl, tel. 609 209 968; Joanna Pietrzyk, mail: jpietrzyk@wwf.pl, tel. 785 884 144.
2. w zakresie formalnym: Izabela Dobrowolska, mail: idobrowolska@wwf.pl, tel. 661 986 154.

#### **XI. Uwagi końcowe oraz dopuszczalność negocjacji przedmiotu zamówienia**

1. W przypadku, gdy cena najkorzystniejszej oferty przekroczy kwotę jaką Zamawiający przeznaczył na realizację zamówienia, Zamawiający dopuszcza przeprowadzenie negocjacji z maksymalnie 3 Wykonawcami co do zakresu zamówienia oraz ceny.
2. Niniejsze postępowanie nie podlega przepisom ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych.
3. Zamawiający zastrzega sobie możliwość unieważnienia postępowania bez podania przyczyny. W przypadku unieważnienia postępowania, Zamawiający nie ponosi kosztów postępowania.

#### **XII. Informacja na temat zakresu wykluczenia**

Wykonawcy biorący udział w postępowaniu nie mogą być podmiotami powiązаныmi z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągnięcia 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 radzie lub zarządzie fundacji
- b) uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- c) posiadaniu co najmniej 10% udziałów lub akcji,
- d) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- e) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

W celu wykazania, że Wykonawca nie podlega w/w wykluczeniu, tj. nie jest osobowo lub kapitałowo powiązany z Zamawiającym składa oświadczenie zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik nr 5 do zapytania ofertowego.

#### **XIII. Tryb ogłoszenia wyników postępowania**



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

razem możemy więcej

wwf.pl

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, wwf.pl  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.



**WWF Polska**  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

Wszyscy Oferenci, którzy złożą oferty zostaną powiadomieni o wynikach postępowania, a wybrany Wykonawca dodatkowo zostanie poinformowany o terminie i miejscu podpisania umowy.

#### **XIV. Zmiany umowy**

Zamawiający nie przewiduje możliwości zmian umowy.

#### **Załączniki do zapytania ofertowego**

<b>Oznaczenie załącznika</b>	<b>Nazwa Załącznika</b>
<i>Załącznik nr 1</i>	Opis przedmiotu zamówienia
<i>Załącznik nr 2</i>	Wzór Formularza Oferty
<i>Załącznik nr 3</i>	Kosztorys ofertowy
<i>Załącznik nr 4</i>	Przykładowy kwestionariusz ankiety do Raportu
<i>Załącznik nr 5</i>	Oświadczenie o spełnieniu warunków
<i>Załącznik nr 6</i>	Oświadczenie o braku powiązań kapitałowych lub osobowych
<i>Załącznik nr 7</i>	Klauzula informacyjna RODO
<i>Załącznik nr 8</i>	Istotne postanowienia umowy
<i>Załącznik nr 9</i>	Oświadczenie o braku przynależności do grupy kapitałowej



Naszą misją jest powstrzymanie degradacji środowiska naturalnego i budowanie przyszłości, w której ludzie będą żyć w harmonii z naturą.

**razem możemy więcej**

wwf.pl

Fundacja WWF Polska ul. Usypiskowa 11, 02-386 Warszawa, wwf.pl  
WWF® and World Wide Fund for Nature® trademarks and ©1986 Panda Symbol are owned by WWF-World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund). All rights reserved.