

Warszawa 18 sierpnia 2023 r.

Konsorcjum w składzie:

Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej – Lider,

**Krajowy Związek Grup Producentów Owoców I Warzyw - Spółdzielnia Osób Prawnych
– Konsorcjant**

**Wykonawcy ubiegający się
o udzielenie przedmiotowego zamówienia**

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia :

w postępowaniu przetargowym z dnia 25.07.2023r na prowadzenie kompleksowych badań skuteczności oraz przeprowadzenie oceny ewaluacyjnej trzyletniej kampanii informacyjno-promocyjnej TASTE EUROPE !

Uprzejmie informuję, że w trakcie trwania przedmiotowego postępowania, do Zamawiającego wpłynęło pytanie dotyczące postanowień warunków zamówienia, które przedstawiam poniżej wraz z odpowiedzią:

Pytanie

jako jednym z kryterium wyboru wskazali Państwo:

Kryterium 3 Wielkość próby badawczej Wielkość próby badawczej (minimum: badanie CAWI – 400 osób na kraj, czyli 1 200 w badaniach ex-ante oraz podczas każdej fali badania, badanie PAPI – 100 kwestionariuszy podczas każdej kampanii stacjonarnej na każdym rynku, całkowita ilość 800).

Trudno nam odczytać pewne sformułowania, stąd prosimy o odpowiedź na następujące pytania:

Co Państwo rozumieją pod pojęciem stacjonarnej kampanii? W którym etapie chcą Państwo aby przeprowadzić badania PAPI? Czu tu chodzi o badania podczas wydarzeń stacjonarnych, takich jak targi i spotkania B2B?

Wskazali Państwo iż badanie Pani ma być podczas **każdej** kampanii stacjonarnej? Czy której/których?

Odpowiedź

Pod pojęciem kampanii stacjonarnej rozumiemy udział w targach i spotkania B2B. Badanie PAPI powinno zostać przeprowadzone w ilości minimum 100 kwestionariuszy podczas kampanii stacjonarnej dla każdego rynku, czyli 1 rok programu Japonia (targi i spotkania B2B) – minimum 100 kwestionariuszy, Wietnam (targi i spotkania B2B) – minimum 100

kwestionariuszy i Singapur (targi i spotkania B2B) – minimum 100 kwestionariuszy. Podobnie w 2 i 3 roku programu.

Czyli łącznie w czasie 1 roku kampanii 300 kwestionariuszy dla 3 rynków. Łącznie podczas 3 lat realizacji programu całkowita ilość kwestionariuszy użytych w badaniu PAPI powinna wynieść 900 sztuk.

W Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia doszło do oczywistej omyłki pisarskiej w łącznej ilości ankiet – jest 800 powinno być 900.