pieczęć Wykonawcy

Oświadczenie
o spełnieniu warunków udziału w postępowaniu

Składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na zadanie p.n.:

„Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej pt.:

CERTYFIKOWANE SOKI I JABŁKA – GWARANCJĄ SMAKU I ZDROWIA"

oświadczam (-y),że spełniam(-y) warunki udziału w postępowaniu dotyczące w szczególności:

a) kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności gospodarczej, o ile wynika to z odrębnych przepisów.

b) sytuacji ekonomicznej lub finansowej.

c) zdolności technicznej lub zawodowej.

....., dn. _ _ . _ _ .____ r.

.....
Podpis osób uprawnionych

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM
Beata Żółcik-Czyż

do składania oświadczeń woli w imieniu Wykonawcy

oraz pieczątka / pieczątki

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM
Dawid Żółkiewski-Grzyb

pieczęć Wykonawcy

Oświadczenie o braku podstaw do wykluczenia

Składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na zadanie p.n.:

„Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej pt.:

CERTYFIKOWANE SOKI I JABŁKA – GWARANCJĄ SMAKU I ZDROWIA"

oświadczam (-y), że nie podlegam (-) wykluczeniu z postępowania na podstawie przesłanek określonych w Rozdziale VIII „Podstawy wykluczenia" Zapytania Ofertowego.

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r.

.....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń wo i w imieniu firmy oddającej zasoby do dyspozycji

ZA ZGODNOŚĆ Z ORYGINAŁEM

Załącznik Nr 7 do Zapytania Ofertowego

pieczęć Wykonawcy

Oświadczenie
o braku powiązań z Zamawiającym

Składając ofertę w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na zadanie p.n.:

„Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjnej pt.:

CERTYFIKOWANE SOKI I JABŁKA – GWARANCJĄ SMAKU I ZDROWIA"

oświadczam (-y), że nie jestem (-śmy)podmiotem powiązanym kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru wykonawcy a wykonawcą, polegające w szczególności na:

- uczestniczeniu w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej,
- posiadaniu co najmniej 10 % udziałów lub akcji spółki kapitałowej,
- pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika,
- pozostawianiu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli,

– pozostawaniu z Zamawiającym w takim stosunku prawnym lub faktycznym, że może to budzić uzasadnione wątpliwości co do bezstronności tych osób

....., dn. _ _ . _ _ . ____ r. .....

Podpis osób uprawnionych do składania oświadczeń woli
w imieniu firmy oddającej zasoby do dyspozycji

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

„CERTYFIKOWANE SOKI I JABŁKA – GWARANCJĄ SMAKU I ZDROWIA"

Załącznik nr 2 do ZAPYTANIA OFERTOWEGO

HARMONOGRAM PLANOWANEJ OPERACJI

Lp.	Zadanie	Data rozpoczęcia realizacji zadania	Data zakończenia realizacji zadania	Czas trwania zadania podany w dniach
	1	2	3	4
		ETAP I		
1.1	**Reklama w radiu**	**01.08.2017**	**31.10.2017**	**61**
1.1.1	Nagranie spotu radiowego: sok	01.08.2017	31.08.2017	31
1.1.2	Emisja spotu radiowego: sok (500 emisji w Radiu Mazowsze)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.2	**Reklama w Internecie**	**01.08.2017**	**31.10.2017**	**93**
1.2.1	Budowa nowej strony www dot. certyfikowanych jabłek	01.08.2017	31.08.2017	31
1.2.2	Przygotowanie graficzne mix banerów internetowych na: IGRIT; portalspozywczy.pl; portale ogólnopolskie	01.08.2017	31.08.2017	31
1.2.3	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	01.09.2017	31.10.2017	62
1.2.4	Przygotowanie oprawy graficznej szablonów fanpage-y na Facebooku (sok oraz jabłka)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.2.5	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.3	**Marketing bezpośredni**	**01.08.2017**	**30.09.2017**	**61**
1.3.1	Przygotowanie materiałów reklamowych do wykorzystania w działaniach związanych z marketingiem bezpośrednim (opracowanie graficzne i merytoryczne 1 rodzaju ulotki - (hiszpański wraz z tłumaczeniem i wydrukiem)	01.09.2017	30.09.2017	30
1.3.2	Kalendarze książkowe B5 na 2018 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.3	Kalendarze książkowe B5 na 2018 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.4	Kalendarze trójdzielne na 2018 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.5	Kalendarze trójdzielne na 2018 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.6	Głośniki bezprzewodowy Bluetooth zawierający 2 niskotonowe głośniki i 2 wysokotonowe głośniki (oznakowanie wg wytycznych)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.7	Długopisy metalowy z projektem graficznym, oznakowaniem	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.8	Ulotka targowa w języku niemiecko - angielskim (A4, 2 rodzaje po 6'000 szt. każdy)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.9	Ulotka targowa w języku hiszpańsko - angielskim (A4, 4'000 szt. w 2018 r. i 4'000 szt. w 2019 r.)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.3.10	Ulotka targowa w języku francusko - angielskim (A4, 2x2'000 szt. w 2018 r.)	01.08.2017	31.08.2017	31
1.4	**Udział w targach**	**01.08.2017**	**31.10.2017**	**62**
1.4.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania	01.08.2017	31.08.2017	31

ZA ZGODNOŚĆ Z ORYGINAŁEM
Beata Żółcik-Grzyb

1.4.2	Udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.3	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.4	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.5	Transport samolotowy osób na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.6	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.7	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.8	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska na targi Anuga w Kolonii - Niemcy	01.08.2017	31.08.2017	31
1.4.9	Udział w targach Anuga w Kolonii - Niemcy: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.10	Zakwaterowanie dla uczestników targów Anuga w Kolonii - Niemcy (6 osób, 5 dni)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.11	Wyżywienie osób biorących udział w targach Anuga w Kolonii - Niemcy (6 osób, 6 dni)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.12	Transport osób na targi Anuga w Kolonii - Niemcy (6 osób, 2 samochody osobowe o poj. powyżej 900 cm3)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.13	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.14	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	01.10.2017	31.10.2017	31
1.4.15	Zakup komputera klasy laptop na potrzeby wyświetlania filmów i prezentacji podczas targów	01.08.2017	31.08.2017	31
1.5	**Inny kanał przekazu: billboardy**	**01.09.2017**	**30.09.2017**	**30**
1.5.1	Opracowanie graficzne billboardów	01.09.2017	30.09.2017	30
1.6	**Wynagrodzenie agencji reklamowej**	**01.08.2017**	**31.08.2017**	**31**
1.6.1	Planowanie kampanii, strategia przekazu, kreacja i projektowanie, koordynacja działań, synergiczność komunikacji - przez cały okres trwania kampanii	01.08.2017	31.08.2017	31
	ETAP II			
2.1	**Reklama w Internecie**	**01.11.2017**	**31.01.2018**	**92**
2.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	01.11.2017	31.01.2018	92
2.1.2	Emisja reklamy banerowej na portalspozywczy.pl (sok)	01.01.2018	31.01.2018	31
2.1.3	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot.	01.11.2017	31.01.2018	92
2.2	**Marketing bezpośredni**	**01.11.2017**	**30.11.2017**	**30**
2.2.1	Zakup bazy danych teleadresowych (100 rekordów supermarketów na terenie Unii Europejskiej: Hiszpania)	01.11.2017	30.11.2017	30

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

2.2.2	Zakup usługi wysyłki pocztowej (100 sztuk: kopert, znaczków, adresowań, konfekcjonowania) i e-mailowej	01.11.2017	30.11.2017	30
2.2.3	Zakup usługi pozyskania informacji zwrotnej po wysyłkach reklamowych od 100 podmiotów	01.11.2017	30.11.2017	30
2.3	**Udział w targach**	**01.12.2017**	**31.01.2018**	**62**
2.3.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska (40 m2) na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy	01.12.2017	31.12.2017	31
2.4	**Inny kanał przekazu: billboardy**	**01.11.2017**	**30.11.2017**	**30**
2.4.1	Billboardy elektroniczne wraz z opracowaniem graficznym treści (w woj. łódzkim i mazowieckim)	01.11.2017	30.11.2017	30
		ETAP III		
3.1	**Reklama w telewizji**	**01.02.2018**	**30.04.2018**	**58**
3.1.1	Nagranie spotu telewizyjnego (30 sekund) i wideo (5 minut): sok + jabłko z przeznaczeniem do emisji w telewizji oraz innych systemach wideo (podczas targów na monitorach, w Internecie - YouTube, Facebook i blogi)	01.02.2018	28.02.2018	28
3.1.2	Emisja spotu telewizyjnego sok – jabłko (83 emisji w Polsat Cafe, 72 emisji w TVN Style)	01.04.2018	30.04.2018	30
3.2	**Reklama w Internecie**	**01.02.2018**	**31.05.2018**	**120**
3.2.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	01.02.2018	31.05.2018	120
3.2.2	Emisja reklamy banerowej na portalspozywczy.pl (sok)	01.02.2018	28.02.2018	28
3.2.3	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla rich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	01.02.2018	31.05.2018	120
3.3	**Udział w targach**	**01.02.2018**	**31.03.2018**	**59**
3.3.1	Udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	01.02.2018	28.02.2018	28
3.3.2	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 3 dni)	01.02.2018	28.02.2018	28
3.3.3	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 4 dni)	01.02.2018	28.02.2018	28
3.3.4	Transport osób na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 2 samochody osobowe o poj. powyżej 900 cm3)	01.02.2018	28.02.2018	28
3.3.5	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	01.02.2018	28.02.2018	28
3.3.6	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	01.02.2018	28.02.2018	28
		ETAP IV		
4.1	**Reklama w Internecie**	**01.06.2018**	**31.08.2018**	**92**
4.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	01.06.2018	31.08.2018	92
4.1.2	Emisja banerów internetowych dot. soków na portalach ogólnopolskich (~5 mln odsłon)	01.06.2018	31.08.2018	92
4.1.3	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla rich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	01.06.2018	31.08.2018	92
4.2.	**Udział w targach**	**01.08.2018**	**31.08.2018**	**31**
4.2.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska (40 m2) na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania	01.08.2018	31.08.2018	31

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

4.2.2	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska (40 m2) na targi Sial w Paryżu - Francja	01.08.2018	31.08.2018	31
4.3	**Publikacje**	**01.07.2018**	**31.07.2018**	**31**
4.3.1	Opracowanie graficzne i merytoryczne katalogu z certyfikowanymi produktami pochodzącymi od członków konsorcjum (skład, korekta, zakup zdjęć) A4, ok 35 stron, 2x200 sztuk	01.07.2018	31.07.2018	31
4.4	**Pokazy**	**01.08.2018**	**31.10.2018**	**62**
4.4.1	Przygotowania do pokazu na żywo (scenariusz, scenografia, wyposażenie, zaplecze techniczne)	01.08.2018	31.08.2018	31
	ETAP V			
5.1	**Reklama w Internecie**	**01.08.2018**	**30.11.2018**	**92**
5.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	01.09.2018	30.11.2018	92
5.1.2	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	01.09.2018	30.11.2018	91
5.2	**Udział w targach**	**01.10.2018**	**31.10.2018**	**62**
5.2.1	Udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.2	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.3	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.4	Transport samolotowy osób na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.5	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.6	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.7	Udział w targach Sial w Paryżu - Francja: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.8	Zakwaterowanie dla uczestników targów Sial w Paryżu - Francja (6 osób 6 dni)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.9	Wyżywienie osób biorących udział w targach Sial w Paryżu - Francja (6 osób, 6 dni)	01.10.2018	31.10.2018	31

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

5.2.10	Transport samolotowy osób na targi Sial w Paryżu - Francja (6 osób)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.11	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	01.10.2018	31.10.2018	31
5.2.12	Certyfikowane produkty na degustacje d a odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 l trów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.3	**Pokazy**	**01.10.2018**	**31.10.2018**	**62**
5.3.1	Pokaz w sadzie (streaming na żywo w YouTube, z udziałem popularnego barmana, który poprowadz narrację pokazu i zrobi show z koktajlami owocowymi bez alkoholu)	01.10.2018	31.10.2018	31
5.4	**Degustacje**	**01.11.2018**	**30.11.2018**	**30**
5.4.1	Opracowanie i przygotowanie materiałów do degustacji (lada, kosze na śmiecie, ulotki, tace, kubeczki)	01.11.2018	30.11.2018	30
5.5	**Publikacje**	**01.09.2018**	**30.09.2018**	**30**
5.5.1	Druk publikacji (A4, ok 35 stron, 2x200 sztuk)	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6	**Marketing bezpośredni: gadżety reklamowe wykorzystywane podczas targów, pokazów, degustacji, marketingu bezpośredniego i innych działań marketingowo - informacyjnych**	**01.09.2018**	**30.09.2018**	**30**
5.6.1	Kalendarze książkowe B5 na 2019 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6.2	Kalendarze książkowe B5 na 2019 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6.3	Kalendarze trójdzielne na 2019 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk)	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6.4	Kalendarze trójdzielne na 2019 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk)	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6.5	Polary wraz z oznakowaniem do wykorzystania w celach promocyjnych	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6.6	Czapka ocieplana z oznakowaniem do wykorzystania w celach promocyjnych	01.09.2018	30.09.2018	30
5.6.7	Ocieplana kamizelka ortalionowa z oznakowaniem do wykorzystania w celach promocyjnych	01.09.2018	30.09.2018	30
		ETAP VI		
6.1	**Reklama w Internecie**	**01.12.2018**	**28.02.2019**	**90**
6.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	01.12.2018	28.02.2019	90
6.1.2	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	01.12.2018	28.02.2019	90
6.2	**Reklama w prasie**	**01.12.2018**	**31.01.2019**	**90**
6.2.1	Opracowanie merytoryczne i graficzne reklamy prasowej (skład, korekta)	01.12.2018	31.01.2019	62
6.2.2	Emisja reklamy prasowej w dzienniku Ekspres Ilustrowany Łódź (5 wydań, 1/3 strony)	01.02.2019	28.02.2019	28
6.3	**Udział w targach**	**01.12.2018**	**28.02.2019**	**59**
6.3.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy	01.12.2018	31.12.2018	31
6.3.2	Udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	01.02.2019	28.02.2019	28

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM
Beata Żółkiś-Grajek

6.3.3	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 3 dni)	01.02.2019	28.02.2019	28
6.3.4	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 4 dni)	01.02.2019	28.02.2019	28
6.3.5	Transport osób na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 2 samochody osobowe o poj. powyżej 900 cm3)	01.02.2019	28.02.2019	28
6.3.6	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	01.02.2019	28.02.2019	28
6.3.7	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	01.02.2019	28.02.2019	28
6.4	**Degustacje**	**01.01.2019**	**28.02.2019**	**59**
6.4.1	Degustacje w supermarketach (woj. mazowieckie i łódzkie: 20 degustacji soku oraz jabłek) - produkt (w tym transport), obsługa (hostessa+strój)	01.01.2019	28.02.2019	59

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

Załącznik nr 2 do ZAPYTANIA OFERTOWEGO

PLAN FINANSOWY OPERACJI WRAZ Z ZESTAWIENIEM RZECZOWO - FINANSOWYM

Lp.	Zadanie	Mierniki rzeczowe		Koszty całkowite (brutto w PLN)	Koszty całkowite (netto w PLN)
		jedn. miary	ilość (liczba)		
	1	2	3	4	5
	ETAP I				
1.1	Reklama w radiu				
1.1.1	Nagranie spotu radiowego: sok	sztuk	1		
1.1.2	Emisja spotu radiowego: sok (500 emisji w Radiu Mazowsze)	sztuk	500		
1.2	Reklama w internecie				
1.2.1	Budowa nowej strony www dot. certyfikowanych jabłek	sztuk	1		
1.2.2	Przygotowanie graficzne mix banerów internetowych na: IGRIT; portalspozywczy.pl; portale ogólnopolskie	sztuk	2		
1.2.3	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	miesięcy	2		
1.2.4	Przygotowanie oprawy graficznej szablonów fanpage-y na Facebooku (sok oraz jabłka)	sztuk	1		
1.2.5	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	miesięcy	1		
1.3	Marketing bezpośredni				
1.3.1	Przygotowanie materiałów reklamowych do wykorzystania w działaniach związanych z marketingiem bezpośrednim (opracowanie graficzne i merytoryczne 1 rodzaju ulotki - (hiszpański wraz z tłumaczeniem i wydrukiem)	sztuk	1		
1.3.2	Kalendarze książkowe B5 na 2018 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	sztuk	1000		
1.3.3	Kalendarze książkowe B5 na 2018 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	sztuk	1000		
1.3.4	Kalendarze trójdzielne na 2018 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk)	sztuk	350		
1.3.5	Kalendarze trójdzielne na 2018 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk)	sztuk	350		
1.3.6	Głośniki bezprzewodowy Bluetooth zawierający 2 niskotonowe głośniki i 2 wysokotonowe głośniki (oznakowanie wg wytycznych)	sztuk	50		
1.3.7	Długopisy metalowy z projektem graficznym, oznakowaniem	sztuk	20000		
1.3.8	Ulotka targowa w języku niemiecko - angielskim (A4, 2 rodzaje po 6'000 szt. każdy)	sztuk	12000		
1.3.9	Ulotka targowa w języku hiszpańsko - angielskim (A4, 4'000 szt. w 2018 r. i 4'000 szt. w 2019 r.)	sztuk	8000		
1.3.10	Ulotka targowa w języku francusko - angielskim (A4, 2x2'000 szt. w 2018 r.)	sztuk	4000		
1.4	Udział w targach				
1.4.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania	m2	40		
1.4.2	Udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	m2	40		
1.4.3	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	dni	4		
1.4.4	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	dni	4		
1.4.5	Transport samolotowy osób na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób)	osób	6		
1.4.6	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	km	5600		
1.4.7	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	dni	3		
1.4.8	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska na targi Anuga w Kolonii - Niemcy	m2	40		
1.4.9	Udział w targach Anuga w Kolonii - Niemcy: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	m2	40		
1.4.10	Zakwaterowanie dla uczestników targów Anuga w Kolonii - Niemcy (6 osób, 5 dni)	dni	5		
1.4.11	Wyżywienie osób biorących udział w targach Anuga w Kolonii - Niemcy (6 osób, 6 dni)	dni	6		
1.4.12	Transport osób na targi Anuga w Kolonii - Niemcy (6 osób, 2 samochody osobowe o poj. powyżej 900 cm3)	km	1650		

ZA ZGODNOŚĆ Z ORYGINAŁEM

1.4.13	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	km	1650		
1.4.14	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	dni	5		
1.4.15	Zakup komputera klasy laptop na potrzeby wyświetlania filmów i prezentacji podczas targów	sztuk	1		
1.5	**Inny kanał przekazu: billboardy**				
1.5.1	Opracowanie graficzne billboardów sok i jabłko	sztuk	1		
1.6	**Wynagrodzenie agencji reklamowej prowadzącej kampanię**				
1.6.1	Planowanie kampanii, strategia przekazu, kreacja i projektowanie, koordynacja działań, synergiczność komunikacji - przez cały okres trwania kampanii	sztuk	1		
	RAZEM ETAP I				
	ETAP II				
2.1	**Reklama w internecie**				
2.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	miesięcy	3		
2.1.2	Emisja reklamy banerowej na portalspozywczy.pl (sok)	miesięcy	1		
2.1.3	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	miesięcy	3		
2.2	**Marketing bezpośredni**				
2.2.1	Zakup bazy danych teleadresowych (100 rekordów supermarketów na terenie Unii Europejskiej: Hiszpania)	sztuk	1		
2.2.2	Zakup usługi wysyłki pocztowej (100 sztuk: kopert, znaczków, adresowań, konfekcjonowania) i e-mailowej	sztuk	1		
2.2.3	Zakup usługi pozyskania informacji zwrotnej po wysyłkach reklamowych od 100 podmiotów	sztuk	1		
2.3	**Udział w targach**				
2.3.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska (40 m2) na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy	sztuk	1		
2.4	**Inny kanał przekazu: billboardy**				
2.4.1	Billboardy elektroniczne wraz z opracowaniem graficznym treści (w woj. łódzkim i mazowieckim)	sztuk	5		
	RAZEM ETAP II				
	ETAP III				
3.1	**Reklama w telewizji**				
3.1.1	Nagranie spotu telewizyjnego (30 sekund) i wideo (5 minut): sok + jabłko z przeznaczeniem do emisji w telewizji oraz innych systemach wideo (podczas targów na monitorach, w Internecie - YouTube, Facebook i blogi)	sztuk	2		
3.1.2	Emisja spotu telewizyjnego sok + jabłko (83 emisji w Polsat Cafe, 72 emisji w TVN Style)	sztuk	155		
3.2	**Reklama w Internecie**				
3.2.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	miesięcy	4		
3.2.2	Emisja reklamy banerowej na portalspozywczy.pl (sok)	miesięcy	1		
3.2.3	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	miesięcy	4		
3.3	**Udział w targach**				
3.3.1	Udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej innymi opłatami manipulacyjno - składowymi i wymaganymi przez organizatorów)	m2	40		
3.3.2	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 3 dni)	dni	3		
3.3.3	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 4 dni)	dni	4		
3.3.4	Transport osób na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 2 samochody osobowe o poj. powyżej 900 cm3)	km	1200		
3.3.5	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	km	1200		
3.3.6	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	dni	3		
	RAZEM ETAP III				
	ETAP IV				
4.1	**Reklama w Internecie**				
4.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	miesięcy	3		
4.1.2	Emisja banerów internetowych dot. soków na portalach ogólnopolskich (~5 mln odsłon)	miesięcy	3		

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

4.1.3	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000	miesięcy	3		
4.2.	**Udział w targach**				
4.2.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska (40 m2) na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania	sztuk	1		
4.2.2	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska (40 m2) na targi Sial w Paryżu - Francja	sztuk	1		
4.3	**Publikacje**				
4.3.1	Opracowanie graficzne i merytoryczne katalogu z certyfikowanymi produktami pochodzącymi od członków konsorcjum (skład, korekta, zakup zdjęć) A4, ok 35 stron, 2x200 sztuk	sztuk	1		
4.4	**Pokazy**				
4.4.1	Przygotowania do pokazu na żywo (scenariusz, scenografia, wyposażenie, zaplecze techniczne)	sztuk	1		
	RAZEM ETAP IV				
	ETAP V				
5.1	**Reklama w Internecie**				
5.1.1	Emisja banneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	miesięcy	3		
5.1.2	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. Informacji związanych z certyfikowanymi produktami plus płatne reklamy dla nich o zasięgu min. 10'000 odsłon)	miesięcy	3		
5.2	**Udział w targach**				
5.2.1	Udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	m2	40		
5.2.2	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	dni	4		
5.2.3	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób, 4 dni)	dni	4		
5.2.4	Transport samolotowy osób na targi Fruit Attraction w Madrycie - Hiszpania (6 osób)	osób	6		
5.2.5	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	km	5600		
5.2.6	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	dni	3		
5.2.7	Udział w targach Sial w Paryżu - Francja: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej, innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	m2	40		
5.2.8	Zakwaterowanie dla uczestników targów Sial w Paryżu - Francja (6 osób, 6 dni)	dni	6		
5.2.9	Wyżywienie osób biorących udział w targach Sial w Paryżu - Francja (6 osób, 6 dni)	dni	6		
5.2.10	Transport samolotowy osób na targi Sial w Paryżu - Francja (6 osób)	osób	6		
5.2.11	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	km	3200		
5.2.12	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	dni	6		
5.3	**Pokazy**				
5.3.1	Pokaz w sadzie (streaming na żywo w YouTube, z udziałem popularnego barmana, który poprowadzi narrację pokazu i zrobi show z koktajlami owocowymi bez alkoholu)	sztuk	1		
5.4	**Degustacje**				
5.4.1	Opracowanie i przygotowanie materiałów do degustacji (lada, kosze na śmiecie, ulotki, tace, kubeczki)	sztuk	1		
5.5	**Publikacje**				
5.5.1	Druk publikacji (A4, ok 35 stron, 2x200 sztuk)	sztuk	1		
5.6	**Marketing bezpośredni: gadżety reklamowe wykorzystywane podczas targów, pokazów, degustacji,**				
5.6.1	Kalendarze książkowe B5 na 2019 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	sztuk	1000		
5.6.2	Kalendarze książkowe B5 na 2019 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk, oznakowanie)	sztuk	1000		
5.6.3	Kalendarze trójdzielne na 2019 r. dla certyfikowanych produktów (soki) (projekt graficzny, druk)	sztuk	350		
5.6.4	Kalendarze trójdzielne na 2019 r. dla certyfikowanych owoców (jabłka) (projekt graficzny, druk)	sztuk	350		
5.6.5	Polary wraz z oznakowaniem do wykorzystania w celach promocyjnych	sztuk	500		
5.6.6	Czapka ocieplana z oznakowaniem do wykorzystania w celach promocyjnych	sztuk	500		

ZA ZGODNOŚĆ Z ORYGINAŁEM

5.6.7	Ocieplana kamizelka ortalionowa z oznakowaniem do wykorzystania w celach promocyjnych	sztuk	500		
	RAZEM ETAP V				
	ETAP VI				
6.1	Reklama w Internecie				
6.1.1	Emisja baneru internetowego dot. jabłek na IGRIT	miesięcy	3		
6.1.2	Kampania w mediach społecznościowych dot. soku - Facebook (2 posty tygodniowo dot. informacji	miesięcy	3		
6.2	Reklama w prasie				
6.2.1	Opracowanie merytoryczne i graficzne reklamy prasowej (skład, korekta)	sztuk	1		
6.2.2	Emisja reklamy prasowej w dzienniku Ekspres Ilustrowany Łódź (5 wydań, 1/3 strony)	sztuk	5		
6.3	Udział w targach				
6.3.1	Projekt i wykonanie zabudowy stoiska na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy	sztuk	1		
6.3.2	Udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy: zakup powierzchni wystawienniczej 40 m2 wraz z opłatą rejestracyjną, pakietem reklamowym, ubezpieczeniem, sprzątaniem, rozliczeniem energii elektrycznej innymi opłatami manipulacyjno - składkowymi wymaganymi przez organizatorów)	m2	40		
6.3.3	Zakwaterowanie dla uczestników targów Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 3 dni)	dni	3		
6.3.4	Wyżywienie osób biorących udział w targach Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 4 dni)	dni	4		
6.3.5	Transport osób na targi Fruit Logistica w Berlinie - Niemcy (6 osób, 2 samochody osobowe o poj powyżej 900 cm3)	km	1200		
6.3.6	Transport samochodowy produktów certyfikowanych do degustacji podczas targów	km	1200		
6.3.7	Certyfikowane produkty na degustacje dla odwiedzających stoisko (40 litrów soku jabłkowego, 20 litrów soku jabłkowo - gruszkowego, 20 litrów soku jabłkowo - wiśniowego, 20 litrów soku jabłkowo - marchwiowego, 20 litrów soku jabłkowo - buraczanego, 80 kg jabłek)	dni	3		
6.4	Degustacje				
6.4.1	Degustacje w supermarketach (woj. mazowieckie i łódzkie: 20 degustacji soku oraz jabłek) - produkt (w tym transport), obsługa (hostessa+strój)	sztuk	20		
	RAZEM ETAP VI				
	Suma kosztów operacji				

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM