FORMULARZ OFERTOWY

Oferent:

|  |
| --- |
|  |

W nawiązaniu do zapytania ofertowego z dnia 27.10.2023 r. dotyczącego organizacji kampanii promocyjnej pod nazwą "Sportowy Karp" przedkładam ofertę na całościową realizację zamówienia dla Towarzystwa Promocji Ryb ul. Warszawska 4A, 87-162, Złotoria

Cena netto: ........................................ zł

Cena brutto: ......................................... zł

Oferta obejmuje kompleksową realizację zamówienia zgodnie z terminem i zakresem określonym w zapytaniu ofertowym.

Organizacja kampanii promocyjnej pod nazwą "Sportowy Karp". Zadanie zostało zaplanowane do realizacji w trzech etapach w latach 2023-2025. Uwzględnia kompleksowe podejście do realizacji zadania. We współpracy z Uniwersytetem Rolniczy w Krakowie zamierzamy promować wyniki badań nad wartościami dla organizmu ludzkiego różnych części karpia, dotąd niewykorzystywanych w przetwórstwie.

1. Reklama w mediach
2. Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych
3. Serwis internetowy
4. Wynagrodzenia dostawców i usług
5. Wynajem transportu

Miejscem realizacji będzie siedziba Towarzystwa Promocji Ryb mieszcząca się w Złotorii   
(87-162) przy ul. Warszawska 4a. Będzie to miejsce, z którego całe przedsięwzięcie będzie organizowane, gdyż kampania ma zasięg ogólnokrajowy.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  | |  | **Brutto** | **Netto** | **VAT** |
| **1** | **Reklama w mediach** |  | |  |  |  |  |
| 1.1 | Kampania w radio ogólnopolskim (pakiet reklamowy) | szt. | | 5 |  |  |  |
| 1.2 | Radio regionalne (pakiety po 50 reklam) | Szt. | | 5 |  |  |  |
| 1.3 | TV śniadaniowa (rozmowa) | Szt. | | 2 |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
| **Razem** | | | | |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  |  |  |
| **2** | **Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych** |  | |  | ***Brutto*** | **Netto** | ***VAT*** |
| 2.1 | projekt szaty graficznej (logo,WWW) | Szt. | | 1 |  |  |  |
| 2.2 | Flaga reklamowa (winder, rozmiar M) | Szt. | | 10 |  |  |  |
| 2.3 | Torby reklamowe | Szt. | | 10000 |  |  |  |
| 2.4 | Kalendarze trójdzielne | Szt. | | 1500 |  |  |  |
| 2.5 | Czapki z daszkiem | Szt. | | 1000 |  |  |  |
| 2.6 | Koszulki (t-shirt) | Szt. | | 300 |  |  |  |
| 2.7 | Karpie plastikowe | Szt. | | 10 |  |  |  |
| 2.8 | Naklejki | Szt. | | 3000 |  |  |  |
| 2.9 | Wkładki do menu | Szt. | | 100 |  |  |  |
| 2.10 | Stojaki do plakatów | Szt. | | 20 |  |  |  |
| 2.11 | Plakaty A2 | Szt. | | 100 |  |  |  |
| 2.12 | Książeczki kulinarne | Szt. | | 1000 |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
| **Razem** | | | | |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  |  |  |
|  |  |  | |  | ***Brutto*** | **Netto** | ***VAT*** |
| **3** | **Prowadzenie serwisu internetowego** |  | |  |  |  |  |
| 3.1 | Stworzenie i prowadzenie www | Kpl. | | 1 |  |  |  |
| 3.2 | Prowadzenie kampanii informacyjnej i promocyjnej na Facebook i WWW z postami promowanymi (etapy) | Kpl. | | 3 |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
| **Razem** | | | | |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  |  |  |
|  |  |  | |  | ***Brutto*** | **Netto** | ***VAT*** |
| **4** | **Wynagrodzenia dostawców towarów i usług** |  | |  |  |  |  |
| 4.1 | Usługa blogera żywnościowego | Szt. | | 2 |  |  |  |
| 4.2 | Udział znanego sportowca, z w tym zakup wizerunku | Szt. | | 2 |  |  |  |
| 4.3 | Organizacja konkursu dla dzieci | Szt. | | 3 |  |  |  |
| 4.4 | Organizacja eventów sportów amatorskich | Szt. | | 5 |  |  |  |
| 4.5 | Organizacja konferencji prasowej | Szt. | | 1 |  |  |  |
| 4.6 | Organizacja eventów dla konsumentów | Szt. | | 2 |  |  |  |
| 4.7 | Nadzór naukowy | Szt. | | 3 |  |  |  |
| 4.8 | Dostawa batoników na imprezy wraz z zapewnieniem badań o dopuszczeniu do spożycia (technologia laboratoryjna) | Szt. | | 1000 |  |  |  |
| 4.9 | Ewaluacja 1 etap | Szt. | | 3 |  |  |  |
| 4.10 | Wydawanie gazety (1 numer – 1000 szt.). | szt. | | 6 |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
| **Razem** | | | | |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
|  | |  | |  |  |  |  |
|  |  |  | |  | ***Brutto*** | **Netto** | ***VAT*** |
| **5** | **Wynajem transportu** |  | |  |  |  |  |
| 5.1 | Wynajem busa obrendowanego (1 miesiąc) | szt. | | 28 |  |  |  |
|  |  |  | |  |  |  |  |
| **Razem** | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |
| **RAZEM ZADANIA** | | | | |  |  |  |

**Opis poszczególnych pozycji**

**1. Reklama w mediach**  
Etap I, Etap II, Etap III

Kampania promocyjna pn. „Sportowy karp” zostanie zaprezentowane w ogólnopolskich oraz regionalnych mediach. Zamierzamy promować wyniki zespołu Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie badań nad wartościami dla organizmu ludzkiego różnych części karpia, dotąd niewykorzystanych w przetwórstwie np. skóry. Ponadto chcemy wypromować snack foods z karpia (batoniki) oraz walory zdrowotne karpi.

Prezentacja zadania odbędzie się w:

* 1. **Ogólnopolskiej TV w audycji śniadaniowe**j – dwie audycje ok. 15 minutowe z udziałem eksperta naukowego lub sportowca,
  2. **Ogólnopolskiej stacji radiowej** – łącznie 5 pakietów (jeden pakiet reklamowy to rozmowa na żywo na antenie min. 3 minuty z ekspertem albo sportowcem i 18 „jingle”(zapowiedź przy audycji radiowej) reklamowe przez okres 1 miesiąca
  3. **Regionalnym radio** – reklama amatorskiej imprezy sportowej – 5 pakietów po min. 50 reklam (min. 30 sekund)

**2. Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych**

Etap I, Etap II, Etap III

2.1 **Opracowanie jednolitej szaty graficznej projektu (logo, WWW)** - projekt logo i wizerunku marki na potrzeby strony internetowej i social mediów: zaprojektowanie 3 propozycji wizerunku, opracowanie koncepcji wizerunku marki, wizualizacja w postaci makiet podstawowych materiałów reklamowych, przygotowanie uproszczonej księgi znaku oraz wersji wektorowych logo.

2.2 **Flaga reklamowa (winder)** – rozmiar M - 10 szt.

2.3 **Torba reklamowa** – foliowa z nadrukiem obustronnym – 10 000 szt.

2.4 **Kalendarze trójdzielne** – 1 500 szt. ( po 500 na każdy rok kampanii)

2.5 **Czapki z daszkiem** z nadrukiem reklamowym – 1 000 szt.

2.6 **Koszulka** (t-shirt) z nadrukiem reklamowym – 300 szt.

2.7 **Figury karpi** (plastyk, malowane) o wymiarze 150 cm dł x 80 cm wys. – 10 szt.

2.8 **Naklejki** – średnica 5 cm – 3 000 szt.

2.9 **Wkładki do menu** foliowane (format B5) – 100 szt.

2.10 **Stojaki do plakatów** (A2) - 20 szt.

2.11 **Plakaty** (format A2, druk kolorowy) - 100 szt.

2.12 **Książeczki kulinarne** „Z patelnią dookoła świata” (form. B5, druk kolorowy, ok. 30 stron + okładka, off set, miękka okładka ) – wydruk 1 000 szt.

**3. Prowadzenie serwisu internetowego**

Etap I, Etap II, Etap III

3.1. **Stworzenie i prowadzenie WWW -** W skład zlecenia wchodzi projekt identyfikacji wizualnej projektu oraz zaplanowanie, zaprojektowanie i wdrożenie strony internetowej na potrzeby operacji "Sportowy Karp". Zaprojektowanie indywidualnego projektu graficznego w tematyce zadaniai, wdrożenie strony dostosowanej do urządzeń mobilnych, wykupienie oraz obsługa domeny i serwera. Witryna zostanie zaprojektowana w prostym, ale jednocześnie nowoczesnym stylu zgodnie z aktualnymi trendami w projektowaniu webowym. Strona internetowa będzie zawierała informacja o projekcie, aktualności czy harmonogram wydarzeń. Nie zabraknie również na niej wielu materiałów edukacyjnych tworzonych w ramach realizacji projektu. Nielimitowana ilość zakładek niezbędna do przejrzystego prowadzenia wszystkich działań operacji. Zadanie realizowane przez cały okres trwania operacji

3.2. **Prowadzenie** **kampanii promocyjnej i informacyjnej na Facebook, WWW z postami promowanymi**. -Prowadzenie fanpage w social mediach:  
Prowadzenie konta na FB w tym: strategia działań content marketing, opracowywanie tekstów, redakcja postów, opracowanie grafik z dostarczonych materiałów, publikacja postów, moderacja komentarzy, aktualizacja szaty graficznej.  
Przewidziana jest publikacja 250 postów, które wypromują operację "Sportowy Karp" . Będą uświadamiać o zaletach, które posiada, jako najświeższa, najzdrowsza żywność powstała na bazie mięsa ryb.

100 postów promowanych o zasięgu 20-80 tys. osób oraz 150 postów z relacji z wydarzeń tego projektu, a także kampanię w Google ADS – działanie zostaną zakończone raportem ze wskaźnikami skuteczności kampanii.

Strona WWW będzie zbiorem wszystkich informacji o kampanii, w tym harmonogramów wydarzeń.

**4. Wynagrodzenia dostawców towarów i usług**

Etap I, Etap II, Etap III

4.1 **Usługa blogera żywnościowego** – wynajęcie znanej postaci (bloger, influencer) specjalizującej się w promowaniu tradycyjnej kuchni i zdrowego stylu życia w oparciu o jedzenie ryb i produktów z nich pochodzących ze wsparciem idei odkrytej na Uniwersytecie Rolniczym w Krakowie, w tym zachęcaniu do udziału w planowanych imprezach i przekonywanie do jedzenia ryb z akwakultury – minimum 10 aktywności we współpracy z zadaniem „Sportowy karp”;

4.2 **Udział znanego sportowca, w tym zakup wizerunku na 2 lata** – współpraca z przedstawicielem sportu wyczynowego (medalista igrzysk olimpijskich, mistrzostw Świata albo Europy), w tym wykorzystanie wizerunku we wszystkich wydawnictwach i gadżetach projektu, udział w TV śniadaniowej i audycji radia ogólnopolskiego;

4.3 **Organizacja konkursu dla dzieci** – zorganizowanie 3 ogólnopolskich konkursów dla dzieci szkół podstawowych – konkursy plastyczne dla klas 1-2 i 3-4. Tematyka konkursu będzie ściśle powiązana z zadaniem. Laureaci zostaną nagrodzeni dyplomami i nagrodami rzeczowymi.

Przygotowanie nagród na kwotę 4500zł, prelekcja mgr rybactwa (ichtiologa) na temat spożywania ryb, projekt i wydruk dyplomów, wysyłka nagród.

4.4 **Organizacja eventów dla sportów amatorskich** – udział w 5 imprezach dla sportowców, w tym ufundowanie nagród (przygotowanie bonów upominkowych na kwotę 5 000 zł.) dla 10 sportowców i gadżetów dla uczestników, degustacja batoników i ok. 100 porcji faworków z karpia oraz prelekcja mgr rybactwa (ichtiologa) na temat walorów zdrowotnych spożycia karpia,

4.5 **Organizacja konferencji prasowej** – organizacja konferencji prasowej z udziałem ekspertów naukowych, sportowców, dziennikarzy, hodowców ryb, przetwórstwa i przedstawicieli gastronomii.

Przygotowanie konferencji prasowej dla min.30 osób (obiad, deser, kawa, herbata, napoje) z pokazem kulinarnym oraz degustacją 2 potraw z karpia, 3 prelekcje (ekspert z URK, osoba o statusie min. mgr rybactwa i szef kuchni), obsługa foto/video, obsługa organizacyjna - przygotowanie i rozesłanie zaproszeń, list obecności.

4.6 **Organizacja eventów dla konsumentów** – organizacja stoiska na ogólnopolskiej imprezie promującej żywność z udziałem eksperta z URK, kucharzy i degustacją 500 porcji z karpi, a także degustacją batoników z karpia.

Przygotowanie namiotu kucharskiego (kucharz z pomocnikiem) i konsumpcyjnego (4 ławo-stoły). Wydanie 500 porcji karpia (porcja ok. 10 dag z m.in. surówką, porcją pieczywa, plus talerz, widelec, serwetka), pokrycie kosztów wstępu na wydarzenie), obsługa organizacyjna, obsługa foto/video.

4.7 **Nadzór naukowy** – zlecenie przedstawicielom nauki Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie nadzoru merytorycznego nad całością zadania, a także udział w wybranych wydarzeniach. Promocja produktu z karpia w periodyku rybackim, a także nadzór nad produkcją snack foods z karpia (batoniki). – nadzór nad produkcją batoników z karpia zgodnie z zatwierdzoną recepturą opracowaną na Uniwersytecie, konsultacja treści podawanych w mediach i na wszystkich wydarzeniach.

4.8 **Dostawa batoników na imprezy wraz z zapewnieniem badań o dopuszczeniu do spożycia (technologia laboratoryjna)** – 1 000 szt. (100 szt. na 10 wydarzeń)

4.9 **Ewaluacja** - zlecenie firmie zewnętrznej zebranie wyników badania opinii publicznej i odebranie raportu po poszczególnych etapach kampanii.

I Etap – Przygotowanie badania ilościowego: ankiety online oraz tradycyjnej kwestionariuszowej dotyczącej oceny materiałów i działań promocyjnych oraz wzrostu świadomości promowanego produktu wśród odbiorców działań promocyjnych. Obróbka danych i wygenerowanie zestawień tabelarycznych i wykresów z badania ilościowego. Sporządzenie raportu ewaluacyjnego z rekomendacjami dla Etapu II.

II Etap - Przygotowanie badania ilościowego: ankiety online oraz tradycyjnej kwestionariuszowej dotyczącej oceny materiałów i działań promocyjnych oraz wzrostu świadomości promowanego produktu wśród odbiorców działań promocyjnych. Obróbka danych i wygenerowanie zestawień tabelarycznych i wykresów z badania ilościowego. Sporządzenie raportu ewaluacyjnego z rekomendacjami dla Etapu II.

III Etap - Przygotowanie badania ilościowego: ankiety online oraz tradycyjnej kwestionariuszowej dotyczącej oceny materiałów i działań promocyjnych oraz wzrostu świadomości promowanego produktu wśród odbiorców działań promocyjnych. Obróbka danych i wygenerowanie zestawień tabelarycznych i wykresów z badania ilościowego. Sporządzenie raportu ewaluacyjnego z rekomendacjami końcowymi.

4.10 **Wydawanie gazety (1 numer – 1000szt.)** –wydanie 6 numerów gazety branżowej (24 str., kolor, kreda) promującej projekt, a ponadto teksty i fotografie promujące hodowle karpi, zdrowe jedzenie i tematykę zadania. Każdy numer będzie zawierał min.30 fotografii tematycznych. Dystrybucja 1000 egz. do gospodarstw rybackich i instytucji ogólnopolskich związanych z edukacją, rybactwem i ochroną środowiska.

**4. Wynajem transportu**

Etap I, Etap II, Etap III

4.1 **Wynajem busa obrendowanego** (od daty startu zadania do końca roku 2025) – wynajęcie busa 8 osobowego, silnik 2 l diesel, obrendowanego w loga zadania oraz tematyką akwakultury.