

Warszawa 16 sierpnia 2023 r.

Konsorcjum w składzie:

Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej – Lider,

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

Ogłoszenie z dnia 16 sierpnia 2023 o zmianie w załączniku nr 1 oraz załączniku nr 3 do zaproszenia do składania ofert na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej "Taste Europe !" z dnia 27 czerwca 2023 r.

Tekst który ulega zmianie:

ZAŁĄCZNIK NR 1

Zmiana 1.

Było:

5. Narzędzia komunikacji

5.1 Publikacje, foldery prasowe, materiały reklamowe

Zmiana na

5. Narzędzia komunikacji

5.1 Publikacje, pakiety prasowe, materiały reklamowe

Zmiana 2

Było

6.1 Stoisko targowe - udział w największych targach spożywczych w każdym kraju (opieramy się głównie na następujących targach spożywczych - Japonia: FOODEX Japan Food Show, Singapur: ŚWIATOWE TARGI ŻYWNOŚCI, FHA Food&Beverage Vietnam: Vietfood & Beverage - ProPack Food Show) połączonych z wysokiej jakości pokazami kulinarnymi, degustacjami i dystrybucją informacji o produktach.

Zmiana na

6.1 Stoisko targowe - udział w największych targach spożywczych w każdym kraju (opieramy się głównie na następujących targach spożywczych - Japonia: FOODEX Japan Food Show, Singapur: World Food Fair, Vietnam: Vietfood & Beverage - ProPack Food Show) połączonych z wysokiej jakości pokazami kulinarnymi, degustacjami i dystrybucją informacji o produktach.

Zmiana 3

Było

PAKIET ROBOCZY 2: PUBLIC RELATIONS		
Czas trwania:	Nazwa zadania	Opis
1-36 miesięcy		
T 2.1	konferencje prasowe	Co: Możliwość reklamowania promowanych produktów na dużą skalę.

		<p>Kto: W konferencji prasowej wezmą udział dziennikarze kluczowych mediów, w tym mediów branżowych. Zakłada się, że w każdej konferencji prasowej weźmie udział do 15 osób. Dla uczestników konferencji przygotowane zostaną pakiety informacji prasowych. W skład pakietu wchodzi: katalog,teczka, ulotka oraz gadżety reklamowe.</p> <p>Gdzie: Konferencja prasowa odbędzie się w wysokiej klasy hotelu, w którym zostanie wynajęta odpowiednia sala konferencyjna, wyposażona w nowoczesny sprzęt multimedialny z możliwością przeprowadzenia degustacji produktów.</p> <p>Kiedy: 1 konferencja rocznie dla każdego kraju docelowego</p> <p>Dlaczego: Ponieważ zapewnia nawiązanie bliskich relacji z mediami oraz wsparcie dobrej i właściwej komunikacji informacyjnej. Ponieważ interakcja zwiększy świadomość wybranych produktów na rynku.</p>
--	--	--

Zmiana na

PAKIET ROBOCZY 2: PUBLIC RELATIONS		
Czas trwania:	1-36 miesięcy	
Zadanie nr	Nazwa zadania	Opis
T 2.1	konferencje prasowe	<p>Co: Możliwość reklamowania promowanych produktów na dużą skalę.</p> <p>Kto: W konferencji prasowej wezmą udział dziennikarze kluczowych mediów, w tym mediów branżowych. Zakłada się, że w każdej konferencji prasowej weźmie udział do 15 osób. Dla uczestników konferencji przygotowane zostaną pakiety prasowe. W skład pakietu wchodzi: katalog,teczka, ulotka oraz gadżety reklamowe.</p> <p>Gdzie: Konferencja prasowa odbędzie się w wysokiej klasy hotelu, w którym zostanie wynajęta odpowiednia sala konferencyjna, wyposażona w nowoczesny sprzęt multimedialny z możliwością przeprowadzenia degustacji produktów.</p> <p>Kiedy: 1 konferencja rocznie dla każdego kraju docelowego</p> <p>Dlaczego: Ponieważ zapewnia nawiązanie bliskich relacji z mediami oraz wsparcie dobrej i właściwej komunikacji informacyjnej. Ponieważ interakcja zwiększy świadomość wybranych produktów na rynku.</p>

Zmiana 4

Było

PAKIET ROBOCZY 6: IMPREZY

Czas trwania:	1-36 miesięcy	
Zadanie nr	Nazwa zadania	Opis
T 6.1	Stoiska na targach	<p>Co: Będziemy obecni na międzynarodowych targach w Japonii, Wietnamie i Singapurze. Jest to doskonała okazja, aby przekazać sektorowi naszą kampanię i cele wyznaczone w zakresie działań i komunikacji. Jednocześnie, mimo że targi te są doskonałym miejscem, do zapoznania się z kampanią i korzyściami płynącymi z europejskiego mięsa i jabłek, pamiętać należy że aby to osiągnąć, stoisko programu musi mieć dobrą lokalizację na targach, gdzie może przyciągnąć uwagę branży. Stoiska będą bardzo atrakcyjne wizualnie, o powierzchni 90m2, która zapewni wystarczającą ilość miejsca, aby być dobrze widocznym na targach. Jednocześnie będziemy mieli wzmocnienie dynamiki działań promocyjnych przez 4 hostessy, 4 tłumaczy oraz ekspertów z branży mięsnej i owocowej, którzy pomogą wesprzeć przekaz i dystrybucję materiałów promocyjnych. Poza tym personel organu wykonawczego będzie nadzorował i wspierał zespół, wnosząc solidne i aktualne know-how rynku europejskiego.</p> <p>Kto: W tym przypadku ustawimy nasz cel na sektor profesjonalistów, takim jak biznes, liderzy opinii, dziennikarze i interesariusze, którzy wezmą udział w targach. Jednak ze względu na to, że targi są również otwarte dla publiczności, będziemy również kierować reklamy do konsumentów, do których przede wszystkim skierowana jest ta kampania.</p> <p>Gdzie: Stoiska zostaną zbudowane na targach Foodex Japan w Tokio, VietFood & Beverage w Ho Chi Minh City w Wietnamie, FHA Food & Beverage i World Food Fair w Singapurze.</p> <p>Kiedy: w każdym roku trwania Programu, gdy targi odbywają się zgodnie z harmonogramem organizatorów.</p> <p>Dlaczego: Ponieważ targi artykułów spożywczych w Japonii, Wietnamie i Singapurze są głównymi targami w sektorze mięsnym i owocowym na poziomie międzynarodowym i jest to świetna okazja dla tej kampanii. Okazja, aby kampania liczyła się z obecnością sektora i dotarła do dużej liczby przedstawicieli branży i interesariuszy w bardzo krótkim czasie. Ponieważ ważne jest, aby obecna była fizyczna komunikacja z naszymi grupami docelowymi. Zgodnie ze strategią programu będziemy w stanie informować o korzyściach i zaletach konsumpcji produktów docelowych oraz zachęcać odwiedzających do przyłączenia się do Taste Europe!</p>
T 6.2	Seminaria, warsztaty spotkania B2B, szkolenia dla handlowców/kucharzy, działania w szkołach	<p>Kto: Działania skierujemy do biznesowych grup docelowych.</p> <p>Co: spotkania biznesowe i kontrole w sklepach to najskuteczniejszy sposób na nawiązanie bliskich relacji z biznesem, handlowcami, importerami, dystrybutorami i przedstawicielami sklepów. Podczas spotkań B2B uczestnicy (ok. 80 osób) będą mogli skosztować menu opartego na mięsie i owocach z Europy, przygotowanym według tradycyjnych receptur.</p> <p>Gdzie: W 3 krajach docelowych w tym w Japonii, Wietnamie i Singapurze w głównych miastach, w których odbywają się wystawy żywności.</p> <p>Kiedy: Podczas wszystkich trzech lat trwania programu w połączeniu z wystawami żywności.</p> <p>Dlaczego: Ponieważ spotkania B2B tworzą cenne relacje dwustronne. Ponieważ spotkania dają możliwość stworzenia społeczności ludzi biznesu, którzy dołączają do naszego wyzwania i dzielą się wartościami naszego projektu. Ponieważ utrwalanie długotrwałych znajomości biznesowych jest sposobem na budowanie zaufania i zwiększenia sprzedaży w dłuższej perspektywie.</p>

<p>Szacowany budżet</p>	<p>6.1 Koszt uczestnictwa w targach: <u>Foodex Japan</u> (stoisko wystawiennicze 90 m2 - m.in., wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 124000 €, - Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna – 57760 €), - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójna wysyłka na rynek japoński) – 7920 € RAZEM Foodex Japonia 189680 € <u>VietFood & Beverage</u>, Wietnam (stoisko wystawiennicze 90 m2 - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 92400 €, - Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, relacja online i dokumentacja fotograficzna - 53000 € - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2 500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek wietnamski) – 6000 €;</p>	<p>6.1 Koszt uczestnictwa w targach: <u>Foodex Japan</u> (stoisko wystawiennicze 90 m2, wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 130650 €, - Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna – 57760 €, - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójna wysyłka na rynek japoński) – 7920 € RAZEM Foodex Japonia 196330 € <u>VietFood & Beverage</u>, Wietnam (stoisko wystawiennicze 90 m2 - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 100500 €, - Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, relacja online i dokumentacja fotograficzna - 53000 € - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2 500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek wietnamski) – 6000 €; RAZEM VietFood & Beverage - 159500 €</p>	<p>6.1 Koszt uczestnictwa w targach: <u>Foodex Japan</u> (stoisko wystawiennicze 90 m2, wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 137320 €, - Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna – 57760 €, - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójna wysyłka na rynek japoński) – 7920 € RAZEM Foodex Japonia 203000 € <u>VietFood & Beverage</u>, Wietnam (stoisko wystawiennicze 90 m2 - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 109500 €, - Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, relacja online i dokumentacja fotograficzna - 53000 € - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2 500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek wietnamski) – 6000 €; RAZEM VietFood & Beverage - 168500 €</p>
-------------------------	--	---	---

<p>RAZEM VietFood & Beverage - 151400 € <u>WORLD FOOD FAIR</u>, Singapur (stoisko wystawiennicze 90 mkw. - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 124700 €, - Organizacja i obsługa stoiska koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna - 62960 € - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (3 000 rekordów) do wysyłania zaproszenia, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek singapurski) – 7200 € RAZEM WORLD FOOD FAIR - 194860 € 6.2 Koszt przygotowania i realizacji spotkań B2B Japonia - 52040 € x 1 spotkanie B2B (koszty zaproszenia przedstawicieli grup docelowych (koszty przygotowania, wysyłki i działań uzupełniających), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, relacja online i dokumentacja foto/wideo, organizacja kontroli sklepu, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) i przeloty dla ekspertów i kucharzy) (4 osób), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek) Wietnam - 43500 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i</p>	<p><u>WORLD FOOD FAIR</u>, Singapur (stoisko wystawiennicze 90 mkw. - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 137318 €, - Organizacja i obsługa stoiska koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna - 62960 € - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (3 000 rekordów) do wysyłania zaproszenia, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek singapurski) – 7200 € RAZEM WORLD FOOD FAIR - 207478 € 6.2 Koszt przygotowania i realizacji spotkań B2B Japonia - 52040 € x 1 spotkanie B2B (koszty zaproszenia przedstawicieli grup docelowych (koszty przygotowania, wysyłki i działań uzupełniających), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, relacja online i dokumentacja foto/wideo, organizacja kontroli sklepu, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) i przeloty dla ekspertów i kucharzy) (4 osób), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek) Wietnam - 43500 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i</p>	<p><u>WORLD FOOD FAIR</u>, Singapur (stoisko wystawiennicze 90 mkw. - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 136400 €, - Organizacja i obsługa stoiska koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, wizerunek) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna - 62960 € - Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (3 000 rekordów) do wysyłania zaproszenia, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek singapurski) – 7200 € RAZEM WORLD FOOD FAIR - 206560 € 6.2 Koszt przygotowania i realizacji spotkań B2B Japonia - 52040 € x 1 spotkanie B2B (koszty zaproszenia przedstawicieli grup docelowych (koszty przygotowania, wysyłki i działań uzupełniających), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, relacja online i dokumentacja foto/wideo, organizacja kontroli sklepu, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) i przeloty dla ekspertów i kucharzy) (4 osób), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek) Wietnam - 43500 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i</p>
---	--	--

	<p>działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, organizacja kontroli w sklepie, koszty zakwaterowania (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek)</p> <p>Singapur - 47440 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i Działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, organizacja kontroli w sklepie, koszty zakwaterowania (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek)</p>	<p>działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, organizacja kontroli w sklepie, koszty zakwaterowania (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek)</p> <p>Singapur - 47440 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i Działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, organizacja kontroli w sklepie, koszty zakwaterowania (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek)</p>	<p>działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, organizacja kontroli w sklepie, koszty zakwaterowania (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek)</p> <p>Singapur - 47440 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i Działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze dla 4 osób, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, organizacja kontroli w sklepie, koszty zakwaterowania (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, wizerunek)</p>
--	--	--	--

Zmiana na

PAKIET ROBOCZY 6: IMPREZY		
Czas trwania:	1-36 miesięcy	
Zadanie nr	Nazwa zadania	Opis

T 6.1	Stoiska na targach	<p>Co: Będziemy obecni na międzynarodowych targach w Japonii, Wietnamie i Singapurze. Jest to doskonała okazja, aby przekazać sektorowi naszą kampanię i cele wyznaczone w zakresie działań i komunikacji. Jednocześnie, mimo że targi te są doskonałym miejscem, do zapoznania się z kampanią i korzyściami płynącymi z europejskiego mięsa i jabłek, pamiętać należy że aby to osiągnąć, stoisko programu musi mieć dobrą lokalizację na targach, gdzie może przyciągnąć uwagę branży. Stoiska będą bardzo atrakcyjne wizualnie, o powierzchni 90m2, która zapewni wystarczającą ilość miejsca, aby być dobrze widocznym na targach. Jednocześnie będziemy mieli wzmocnienie dynamiki działań promocyjnych przez 4 hostessy, 4 tłumacze oraz ekspertów z branży mięsnej i owocowej, którzy pomogą wesprzeć przekaz i dystrybucję materiałów promocyjnych. Poza tym personel organu wykonawczego będzie nadzorował i wspierał zespół, wnosząc solidne i aktualne know-how rynku europejskiego.</p> <p>Kto: W tym przypadku ustawimy nasz cel na sektor profesjonalistów, takim jak biznes, liderzy opinii, dziennikarze i interesariusze, którzy wezmą udział w targach. Jednak ze względu na to, że targi są również otwarte dla publiczności, będziemy również kierować reklamy do konsumentów, do których przede wszystkim skierowana jest ta kampania.</p> <p>Gdzie: Stoiska zostaną zbudowane na targach Foodex Japan w Tokio, VietFood & Beverage w Ho Chi Minh City w Wietnamie i World Food Fair w Singapurze.</p> <p>Kiedy: w każdym roku trwania Programu, gdy targi odbywają się zgodnie z harmonogramem organizatorów.</p> <p>Dlaczego: Ponieważ targi artykułów spożywczych w Japonii, Wietnamie i Singapurze są głównymi targami w sektorze mięsnym i owocowym na poziomie międzynarodowym i jest to świetna okazja dla tej kampanii. Okazja, aby kampania liczyła się z obecnością sektora i dotarła do dużej liczby przedstawicieli branży i interesariuszy w bardzo krótkim czasie. Ponieważ ważne jest, aby obecna była fizyczna komunikacja z naszymi grupami docelowymi. Zgodnie ze strategią programu będziemy w stanie informować o korzyściach i zaletach konsumpcji produktów docelowych oraz zachęcać odwiedzających do przyłączenia się do Taste Europe!</p>		
T 6.2	Seminaria, warsztaty spotkania B2B, szkolenia dla handlowców/kucharzy, działania w szkołach	<p>Kto: Działania skierujemy do biznesowych grup docelowych.</p> <p>Co: spotkania biznesowe i store check to najskuteczniejszy sposób na nawiązanie bliskich relacji z biznesem, handlowcami, importerami, dystrybutorami i przedstawicielami sklepów. Podczas spotkań B2B uczestnicy (ok. 80 osób) będą mogli skosztować menu opartego na mięsie i owocach z Europy, przygotowanym według tradycyjnych receptur.</p> <p>Gdzie: W 3 krajach docelowych w tym w Japonii, Wietnamie i Singapurze w głównych miastach, w których odbywają się wystawy żywności.</p> <p>Kiedy: Podczas wszystkich trzech lat trwania programu w połączeniu z wystawami żywności.</p> <p>Dlaczego: Ponieważ spotkania B2B tworzą cenne relacje dwustronne. Ponieważ spotkania dają możliwość stworzenia społeczności ludzi biznesu, którzy dołączają do naszego wyzwania i dzielą się wartościami naszego projektu. Ponieważ utrwalanie długotrwałych znajomości biznesowych jest sposobem na budowanie zaufania i zwiększenia sprzedaży w dłuższej perspektywie.</p>		
Szacowany budżet	6.1 Koszt uczestnictwa w targach: <u>Foodex Japan</u> (stoisko wystawiennicze 90 m2 - m.in., wynajem powierzchni wystawienniczej,	6.1 Koszt uczestnictwa w targach: <u>Foodex Japan</u> (stoisko wystawiennicze 90 m2, wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 130650 €,	6.1 Koszt uczestnictwa w targach: <u>Foodex Japan</u> (stoisko wystawiennicze 90 m2, wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 137320 €,	

<p>opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 124000 €,</p> <p>- Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna – 57760 €),</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójna wysyłka na rynek japoński) – 7920 €</p> <p>RAZEM Foodex Japonia 189680 €</p> <p><u>VietFood & Beverage</u>, Wietnam (stoisko wystawiennicze 90 m2 - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 92400 €,</p> <p>- Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, relacja online i dokumentacja fotograficzna - 53000 €</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2 500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek wietnamski) – 6000 €;</p> <p>RAZEM VietFood & Beverage - 151400 €</p> <p><u>WORLD FOOD FAIR</u>, Singapur (stoisko wystawiennicze 90 mkw. - wynajem powierzchni</p>	<p>- Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna – 57760 €,</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójna wysyłka na rynek japoński) – 7920 €</p> <p>RAZEM Foodex Japonia 196330 €</p> <p><u>VietFood & Beverage</u>, Wietnam (stoisko wystawiennicze 90 m2 - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 100500 €,</p> <p>- Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, relacja online i dokumentacja fotograficzna - 53000 €</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2 500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek wietnamski) – 6000 €;</p> <p>RAZEM VietFood & Beverage - 159500 €</p> <p><u>WORLD FOOD FAIR</u>, Singapur (stoisko wystawiennicze 90 mkw. - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 137318 €,</p>	<p>- Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna – 57760 €,</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójna wysyłka na rynek japoński) – 7920 €</p> <p>RAZEM Foodex Japonia 203000 €</p> <p><u>VietFood & Beverage</u>, Wietnam (stoisko wystawiennicze 90 m2 - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 109500 €,</p> <p>- Organizacja i obsługa stoiska, koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, relacja online i dokumentacja fotograficzna - 53000 €</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (2 500 rekordów) do wysyłania zaproszeń, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek wietnamski) – 6000 €;</p> <p>RAZEM VietFood & Beverage - 168500 €</p> <p><u>WORLD FOOD FAIR</u>, Singapur (stoisko wystawiennicze 90 mkw. - wynajem powierzchni wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 136400 €,</p>
---	---	---

<p>wystawienniczej, opłaty targowe, indywidualna zabudowa stoiska 124700 €,</p> <p>- Organizacja i obsługa stoiska koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna - 62960 €</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (3 000 rekordów) do wysyłania zaproszenia, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek singapurski) – 7200 €</p> <p>RAZEM WORLD FOOD FAIR - 194860 €</p> <p>6.2 Koszt przygotowania i realizacji spotkań B2B</p> <p>Japonia - 52040 € x 1 spotkanie B2B (koszty zaproszenia przedstawicieli grup docelowych (koszty przygotowania, wysyłki i działań uzupełniających), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, relacja online i dokumentacja foto/wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) i przeloty dla ekspertów i kucharzy) (4 osób), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p> <p>Wietnam - 43500 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie,</p>	<p>- Organizacja i obsługa stoiska koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna - 62960 €</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (3 000 rekordów) do wysyłania zaproszenia, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek singapurski) – 7200 €</p> <p>RAZEM WORLD FOOD FAIR - 207478 €</p> <p>6.2 Koszt przygotowania i realizacji spotkań B2B</p> <p>Japonia - 52040 € x 1 spotkanie B2B (koszty zaproszenia przedstawicieli grup docelowych (koszty przygotowania, wysyłki i działań uzupełniających), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, relacja online i dokumentacja foto/wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) i przeloty dla ekspertów i kucharzy) (4 osób), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p> <p>Wietnam - 43500 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie,</p>	<p>- Organizacja i obsługa stoiska koszty pobytu uczestników (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie), przelot (6 osób), tłumacz (4 osoby), hostessa/kelner (4 osoby), kucharz do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw na stoisku (wynagrodzenie, ubiór) (2 osoby), produkty na stoisko, raport online i dokumentacja fotograficzna - 62960 €</p> <p>- Marketing bezpośredni (zakup specjalistycznej bazy danych (3 000 rekordów) do wysyłania zaproszenia, projekt zaproszeń, podwójny mailing na rynek singapurski) – 7200 €</p> <p>RAZEM WORLD FOOD FAIR - 206560 €</p> <p>6.2 Koszt przygotowania i realizacji spotkań B2B</p> <p>Japonia - 52040 € x 1 spotkanie B2B (koszty zaproszenia przedstawicieli grup docelowych (koszty przygotowania, wysyłki i działań uzupełniających), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, relacja online i dokumentacja foto/wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) i przeloty dla ekspertów i kucharzy) (4 osób), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p> <p>Wietnam - 43500 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługę kucharską do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie,</p>
--	--	--

<p>transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy) (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p> <p>Singapur - 47440 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i Działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy), (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p>	<p>ubiór)</p> <p>Singapur - 47440 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i Działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, store check koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy), (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p>	<p>ubiór)</p> <p>Singapur - 47440 € x 1 spotkanie B2B (Koszty zaproszeń dla przedstawicieli grup docelowych (przygotowanie, wysyłka i Działania uzupełniające), wynajem sali i kuchni, tłumacze 4 osoby, zakup i wysyłka żywności, raport online i dokumentacja foto-wideo, store check, koszty pobytu (zakwaterowanie, transfery, wyżywienie) oraz loty dla ekspertów i kucharzy), (4 osoby), obsługa kucharska do przygotowania, prezentacji i degustacji potraw (wynagrodzenie, ubiór)</p>
--	---	--

ZALĄCZNIK NR 3

Było

1.2.3 Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem

„**Enjoy, it’s from Europe!**” (tłum. **Smacznego, to z Europy**”), który musi być:

- Napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
- Umieszczony pionowo;
- Kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60)
- Szczegółowe instrukcje w zakresie zastosowania napisu „Enjoy, it’s from Europe” dostępne są pod następującym linkiem: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/instructions-onthe-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>

Zmiana na

1.2.3 Wszystkie wizualne materiały informacyjne i promocyjne muszą być opatrzone napisem

„**Enjoy, it's from Europe!**” (tłum. **Smacznego, to z Europy**”), który musi być:

- a Napisany w języku angielskim z możliwością przetłumaczenia tekstu w przypisie;
- b Umieszczony pionowo;
- c Kolorowy (pomarańczowy = 8-M74-Y90-K0) lub czarno-biały (kolor pomarańczowy zastąpiony czarnym K100, a kolor niebieski zastąpiony szarym K60)
- d Szczegółowe instrukcje w zakresie zastosowania napisu „Enjoy, it's from Europe” dostępne są pod następującym linkiem:
<https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/instructions-onthe-use-of-the-signature-enjoy-it-s-from-europe>

POZOSTAŁE ZAPISY SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA POZOSTAJĄ BEZ ZMIAN