**Załącznik nr 1**

**I wariant**

W przypadku dysponowania **budżetem w wysokości 284 552,85 zł** (bez podatku od towarów i usług) przy założeniu maksymalizacji dotarcia do grupy docelowej kampanii, **czasie trwania kampanii** **28 dni** i warunkach możliwych do zrealizowania, proponuję poniższe działania promocyjne kampanii „Legitna praca” w komunikacji miejskiej w minimum **12 województwach**, w minimum **20 miastach** Polski, których **liczba ludności nie jest mniejsza niż 50 000**. **Proszę uwzględnić miasta i aglomeracje podane już w tabeli oraz podać dodatkowe 10**  **(wycena zawiera wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem działań):**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Zasięg geograficzny**  **(miasto, liczba mieszkańców) z wykluczeniem systemu Halo Warszawo! (MZA Warszawa)** | **Rodzaj reklamy  (np. film video 30 s, plakat format:…)** | **Liczba pojazdów**  **Z nośnikami reklamy\*** | **Miejsce ekspozycji reklamy video 30s na nośniku LCD**  **/plakatu**  **(autobus/**  **SKM/kolej/**  **tramwaj/**  **trolejbus)** | **Proponowana liczba wyświetleń reklamy na godzinę** | **Proponowana liczba wyświetleń reklamy na dobę** | **Koszt Netto** | **Stawka VAT** | **Koszt Brutto** | W przypadku **zastrzeżenia** informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać **„Tak”** |
| 1. | Białystok | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Białystok | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Trójmiasto | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Trójmiasto | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Górny Śląsk - aglomeracja | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Górny Śląsk - aglomeracja | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Kraków | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Kraków | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Lublin | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Lublin | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Łódź | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Łódź | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | Poznań | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Poznań | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 | Szczecin | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16 | Szczecin | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 | Warszawa (poza nośnikami MZA) | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 | Warszawa (poza nośnikami MZA) | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19 | Wrocław | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20 | Wrocław | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 22 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 23 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 24 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 25 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 26 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 27 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 28 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 29 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 30 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 31 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 32 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 33 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 34 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 35 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 36 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 37 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 38 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 39 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 40 |  | Plakat |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 41 | **SUMA KOSZTÓW** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**\*Zamawiający traktuje jako jeden pojazd: autobus, tramwaj jedno- lub dwuwagonowy, skład kolei SKM, Metropolitalnej itp.**

**II wariant**

W przypadku dysponowania **budżetem w wysokości 284 552,85 zł** (bez podatku od towarów i usług) przy założeniu maksymalizacji dotarcia do grupy docelowej kampanii, **czasie trwania kampanii** **28 dni** i warunkach możliwych do zrealizowania, proponuję poniższe działania promocyjne kampanii „Legitna praca” w komunikacji miejskiej w minimum **12 województwach**, w minimum **20 miastach** Polski, których **liczba ludności nie jest mniejsza niż 50 000**. **Proszę uwzględnić miasta i aglomeracje podane już w tabeli oraz podać dodatkowe 10**  **(wycena zawiera wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem działań):**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Zasięg geograficzny**  **(miasto, liczba mieszkańców) z wykluczeniem systemu Halo Warszawo! (MZA Warszawa)** | **Rodzaj reklamy  (np. film video 30 s, plakat format:…)** | **Liczba pojazdów**  **Z nośnikami reklamy\*** | **Miejsce ekspozycji reklamy video 30s na nośniku LCD**  **/plakatu**  **(autobus/**  **SKM/kolej/**  **tramwaj/**  **trolejbus)** | **Proponowana liczba wyświetleń reklamy na godzinę** | **Proponowana liczba wyświetleń reklamy na dobę** | **Koszt Netto** | **Stawka VAT** | **Koszt Brutto** | W przypadku **zastrzeżenia** informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać **„Tak”** |
| 1 | Białystok | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Trójmiasto | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Górny Śląsk - aglomeracja | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Kraków | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Lublin | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Łódź | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Poznań | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Szczecin | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Warszawa (poza nośnikami MZA) | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Wrocław | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20 |  | Film 30 s |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21 | **SUMA KOSZTÓW** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**\*Zamawiający traktuje jako jeden pojazd: autobus, tramwaj jedno- lub dwuwagonowy, skład kolei SKM, Metropolitalnej itp.**

1. Uzasadnienie proponowanych działań:…………………………………………………............
2. Dodatkowe uwagi :.…………………………………………………………….………………….

Data ………………………………….

Podpis ……………………………….