W ramach projektu wnioskodawca zaplanował kampanię promocyjną związaną z udziałem w wydarzeniach targowych (jako wystawca), ukierunkowaną na rynki docelowe wskazane w Programie promocji

### **Rok 2026**

• 10–13 marca 2026 – FOODEX JAPAN, Tokio, Japonia  
• 7–9 kwietnia 2026 – Anuga Select Brazil, São Paulo, Brazylia  
• 14–15 kwietnia 2026 – America’s Food & Beverage Show, Miami, USA (prognoza)  
• 19–22 października 2026 – SIAL Paris, Francja

### **Rok 2027**

• 6–8 kwietnia 2027 – Anuga Select Brazil, São Paulo, Brazylia (prognoza)  
• 13–14 kwietnia 2027 – America’s Food & Beverage Show, Miami, USA (prognoza)  
• 21–24 kwietnia 2027 – FHA – Food & Hotel Asia, Singapur (prognoza)  
• 9–13 października 2027 – ANUGA, Kolonia, Niemcy

### **Rok 2028**

• 10–13 marca 2028 – FOODEX JAPAN, Tokio, Japonia  
• 4–6 kwietnia 2028 – Anuga Select Brazil, São Paulo, Brazylia (prognoza)  
• 6–8 czerwca 2028 – Sweets & Snacks Expo, Indianapolis, USA (prognoza)  
• 16–19 października 2028 – SIAL Paris, Francja

### **Rok 2029**

• 15–18 marca 2029 – HCJ 2029 (Hospitality & Food Service Show), Tokio, Japonia  
• 3–5 kwietnia 2029 – Anuga Select Brazil, São Paulo, Brazylia (prognoza)  
• 10–11 kwietnia 2029 – America’s Food & Beverage Show, Miami, USA (prognoza)  
• 6–10 października 2029 – ANUGA, Kolonia, Niemcy (prognoza)

Kampania promocyjna dot. zespołu działań marketingowych, odbywających się w elektronicznych mediach masowych, w mediach społecznościowych mających na celu dotarcie do wybranej grupy docelowej:

- produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych promujących markę/ofertę/produkt przedsiębiorcy będący przedmiotem projektu,

- Prowadzenie bloga

- Przygotowanie i wykonanie Elektronicznej Broszury

- Opracowania Elektronicznych Katalogów/Broszur Informacyjnych,

- Reklamy w Mediach Targowych

- Koszty Zagranicznej Reklamy Elektronicznej

Oszacowanie obejmuje kompleksową usługę wykonania kampanii reklamowej dla danego wydarzenia targowego. Każda kampania składa się z tych samych elementów i trwa po 3 miesiące. Oszacowanie polega na podaniu uśrednionej wartości kampanii w przeliczeniu na jedno wydarzenie targowe.

**I. Produkcja 2 spotów reklamowych każdy 30-sekundowy**

1. Scenariusz i Koncepcja Kreatywna:

- Opracowanie koncepcji i scenariusza:

- Konsultacje kreatywne i badania rynkowe:

2. Produkcja (zakładamy 2 dni zdjęciowe):

- Koszt ekipy filmowej (reżyser, operator, dźwiękowiec, oświetleniowiec):

- Wynajem sprzętu (kamery, oświetlenie, dźwięk):

- Lokalizacje: za dzień \* 2 dni

- Aktorzy/Modelki: za dzień zdjęciowy \* 1 dni

- Kostiumy, makijaż, scenografia:

3. Postprodukcja:

- Montaż:

- Efekty specjalne, animacje:

- Korekcja kolorów:

- Udźwiękowienie i muzyka:

**II. Prowadzenie Bloga**

Okres prowadzenia bloga: 3 miesiące

1. Hosting i domena:

2. Tworzenie treści: (przy założeniu 4 artykułów w czasie prowadzenia bloga

3. Grafika i multimedia: (przy założeniu 10 grafik)

4. SEO i narzędzia: (narzędzia SEO)

5. Social Media: (zarządzanie kontami i budżet reklamowy)

6. E-mail marketing: (narzędzie i kampanie)

7. Wsparcie techniczne i wtyczki:

**III. Elektroniczne Broszury (10 stron)**

Koncepcja i Projektowanie Graficzne:

1. Konsultacje i opracowanie koncepcji:

2. Projektowanie układu stron i grafiki

3. Koszt specjalnych grafik, ilustracji, infografik- Zakładamy 5 grafik

4. Tworzenie Treści

- Copywriting- 10 stron

- Korekta i redakcja - 10 stron

5. Interaktywność i Dodatkowe Funkcje

- Dodanie interaktywnych elementów (linki, przyciski, animacje):

- Integracja multimediów (wideo, audio):

6. Dostosowanie do Urządzeń Mobilnych.

- Dodatkowe prace związane z optymalizacją dla różnych urządzeń:

7. Testowanie i Poprawki

- Testowanie na różnych platformach i urządzeniach:

- Poprawki i finalizacja:

**IV. Kampania Reklamowa na Targach**

1. Reklama w katalogu targowym (cała strona):

2. Reklama w magazynie targowym (pół strony):

3. Baner na stronie internetowej targów (miesiąc):

4. Reklama w aplikacji mobilnej (baner):

5. Billboard na terenie targów:

**V. Zagraniczna Kampania Reklamowa**

1. Baner na stronie głównej branżowego portalu (miesiąc):

2. Sponsorowany artykuł na stronie branżowej:

3. Reklama w newsletterze branżowym (baner):

4. Post sponsorowany na LinkedIn:

5. Dystrybucja katalogu elektronicznego poprzez e-mail marketing:

………..…………………………………………………………

*data i podpis osoby upoważnione*