

.....
(pieczęć podmiotu wnioskującego)

.....
(data i miejsce złożenia oferty)

TYTUŁ PROJEKTU:

**OPRACOWANIE KONCEPCJI MERYTORYCZNEJ I ORGANIZACYJNEJ WYDARZEŃ
PROMUJĄCYCH ŁÓDŹ JAKO CENTRUM PRZEMYSŁÓW KREATYWNYCH
W ZAKRESIE MODY W 2013 R.**

**Propozycja stanowić będzie podstawę do rekomendowania przez Komisję Konkursową koncepcji
do promocji Miasta Łodzi**

Poświadczenie złożenia oferty

Uwaga:

formularz prosimy wypełnić w wersji elektronicznej, i papierowej czcionką rozmiar min. 12 i dostarczyć do siedziby Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą w Departamencie Prezydenta Urzędu Miasta Łodzi, do dnia 18.01.2013 r. do godz. 16.00. ul. Piotrkowska 87, 90-423 Łódź

I. Dane na temat podmiotu wnioskującego:

1)pełna nazwa.....

2) forma prawna.....

3) numer w Krajowym Rejestrze Sądowym lub w innym rejestrze*

4) data wpisu, rejestracji lub utworzenia.....

5) nr NIP..... nr REGON

6) dokładny adres: miejscowość..... ul.

gmina powiat

województwo

7) tel..... faks.....

e-mail: http://

8) nazwiska i imiona osób upoważnionych do podpisywania umowy

9) nazwa, adres i telefon kontaktowy jednostki bezpośrednio wykonującej zadanie, o którym mowa w ofercie

10) osoba upoważniona do składania wyjaśnień i uzupełnień dotyczących oferty (imię i nazwisko oraz nr telefonu kontaktowego)

11). dotychczasowy dorobek podmiotu (opis z uwzględnieniem rezultatów artystycznych)

II. Opis projektu

1. Nazwa projektu

.....

.....

.....

2. Miejsce wykonywania projektu i data realizacji

.....

.....

.....

3. Cel projektu *

przedstawienie koncepcji merytorycznej i organizacyjnej imprezy:

- ☐ promującej Łódź, jako Centrum Przemysłów Kreatywnych w zakresie mody,
- ☐ promującej Łódź, jako Miasto – Centrum Przemysłów Kreatywnych, które szybko i systematycznie się rozwija,
- ☐ promującej Łódź, jako Miasto będące miejscem spotkań i prezentacji największych osiągnięć współczesnego świata mody, modelingu i projektowania,
- ☐ wspierającej i stymulującej rozwój przemysłów kreatywnych w Mieście Łodzi,
- ☐ propagującej twórcze i innowacyjne rozwiązania w sektorze mody,
- ☐ tworzącej platformę wymiany myśli i doświadczeń dla środowisk twórczych oraz biznesu,
- ☐ podnoszącej poziom świadomości społecznej na temat znaczenia twórczości, kreatywności i innowacji, jako kompetencji kluczowych dla zrównoważonego rozwoju osobistego, społecznego oraz gospodarczego,
- ☐ prezentującej podmioty działające w obszarze mody, projektowania i kreatywności,
- ☐ inicjującej współpracę biznesu z sektorem badawczo-rozwojowym, kulturalnym i kreatywnym,
- ☐ inne (proszę wymienić).....

4. Opis merytoryczny projektu

.....

.....

.....

.....

.....

.....

* proszę zaznaczyć cele realizowane

5. Partnerzy projektu (na poziomie lokalnym /regionalnym/ogólnopolskim/międzynarodowym)-

.....

.....

.....

.....

6. Planowane rezultaty projektu (krótkotrwale/długotrwale)

.....

.....

.....

.....

7. Zasięg przedsięwzięcia:

- ☐ Łódź.....
- ☐ Region.....
- ☐ Kraj.....
- ☐ poza granicami Kraju.....

8. Rola integracyjna projektu (włączenie organizacji społecznych, artystycznych, gospodarczych, etc.- nazwa organizacji i przykłady współpracy)

.....

.....

.....

.....

*prosimy o wypełnienie na oddzielnej stronie

III. Inne wybrane informacje dotyczące projektu

1. Ogólne

Wydarzenie ulokowane w Łodzi:

- ☐ w przestrzeni miejskiej,
- ☐ łódzkich obiektach pofabrycznych,
- ☐ innej ogólnodostępnej lokalizacji (proszę wymienić, jakiej.....).

Wydarzenie trwa:

- ☐ 1 dzień ☐ 3 dni
- ☐ 2 dni ☐ więcej niż 3 dni

Wydarzenie powinno być realizowane poprzez:

- ☐ wystawy ☐ instalacje ☐ szkolenia
- ☐ warsztaty ☐ pokazy ☐ prezentacje
- ☐ inne (proszę wymienić).....

2. Ilość wydarzeń o zbliżonym charakterze zorganizowanych przez podmiot w ostatnich 3 latach

.....

.....

.....

.....

3. Ilość wydarzeń o podobnym charakterze przy współpracy z jednostką samorządu terytorialnego

.....

.....

.....

4. Proponowana jakość wykonania projektu (cechy merytoryczne i mierzalne). Proszę oszacować konkurencyjność projektu.

.....

.....

.....

.....

5. Kwalifikacje osób biorących udział w projekcie (umiejętności, doświadczenie w realizacji podobnych wydarzeń)

.....

.....

.....

.....

6. Dostępność wydarzenia :

- ☐ wolna
- ☐ biletowana , proszę podać ceny biletów

7. Wymagane dokumenty

1) Uczestnicy będący osobami prawnymi, winni przedłożyć:

1.1. aktualny odpis z właściwego rejestru lub aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem składania prac konkursowych, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub zgłoszenia do ewidencji działalności gospodarczej,

1.2. oświadczenie, że uczestnik Konkursu nie był karany za przestępstwa skarbowe popełnione umyślnie oraz nie zalega z opłaceniem podatków, opłat oraz składek na ubezpieczenia zdrowotne i społeczne.

1.3 referencje bądź listy potwierdzające wykonanie usług wymienionych w Warunkach uczestnictwa w Konkursie w pkt 2;

1.4 oświadczenie o własności projektu w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych wymienionej w Warunkach uczestnictwa w Konkursie w pkt 3;

1.5 kopie dokumentów, w przypadku posiadania patentu do zgłaszanego projektu, bądź dokonania zgłoszenia projektu do Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej.

2) Wymienione oświadczenia i dokumenty wymagane w oryginale lub kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem

IV. Przewidywane źródła finansowania:

1.

Źródło finansowania	podać środki w zł (brutto)	%
Proponowany udział Miasta Łodzi w realizacji zadania		
Finansowe środki własne		
Środki z innych źródeł (jakich?)		
Ogółem		100%

V. Działania reklamowo-promocyjne

1) INTERNET

- umieszczenie reklam wydarzenia wraz z logo Miasta Łodzi na portalu o tematyce branżowej **lokalnym/krajowym/międzynarodowym** (proszę podać nazwę.....), w okresie.....
- umieszczenie reklam wydarzenia wraz z logo Miasta Łodzi na portalu ogólnoinformacyjnym **lokalnym/krajowym/międzynarodowym** (proszę podać nazwę.....) w okresie

- stworzenie profili wydarzenia wraz z logo Miasta Łodzi na przynajmniej jednym portalu społecznościowym (proszę podać nazwę.....) w okresie.....,
- umieszczenie logo Miasta na stronach internetowych organizatora wydarzenia i partnerów podsyte linkiem odnoszącym się do strony www.kreatywna.lodz.pl , w okresie.....,
- wprowadzenie narzędzie Google analytics na internetową stronę wydarzenia i udostępnienie pracownikowi Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą hasła do przeglądania statystyk odwiedzin w okresie,
- przetłumaczenie oficjalnej strony internetowej wydarzenia co najmniej na jeden język np. angielski (w przypadku imprez o charakterze międzynarodowym, jeśli inny – wskazać jaki.....).
- umieszczenie logo Miasta Łodzi w newsletterach informujących o wydarzeniu skierowanych do odbiorców

2) MEDIA ELEKTRONICZNE

- wskazania udziału Miasta Łodzi w przygotowaniu wydarzenia w spotach/wskazaniach sponsorskich, promujących wydarzenie, emitowanych przez następujące **lokalne/krajowe/międzynarodowe** * rozgłośnie radiowe.....(z tzw pierwszej „piątki” jeśli chodzi o liczbę odbiorców) w okresie..... - emisji po sekund każda,
- umieszczenia logo Miasta Łodzi w reklamach/billboardach sponsorskich promujących wydarzenie, emitowanych przez następujące **lokalne/krajowe/międzynarodowe** * stacje telewizyjne(z tzw pierwszej „trójki” jeśli chodzi o liczbę odbiorców) w okresie - emisji po..... sekund każda,
- umieszczenia logo Miasta Łodzi w reklamach/billboardach sponsorskich, promujących wydarzenie, emitowanych na nośnikach typu LED lub na innego typu nośnikach zaproponowanych przez organizatora, w następujących miastach w okresie - emisji po..... sekund każda,
- umieszczenia logo Miasta Łodzi w reklamach/billboardach sponsorskich, promujących wydarzenie, emitowanych w środkach transportu miejskiego: tramwaj/autobus/metro * w następujących miastachw okresie - emisji po..... sekund każda,

3) MEDIA PRASOWE

- umieszczenie logo Miasta Łodzi w reklamach prasowych promujących wydarzenie, w następujących **lokalnych/krajowych/międzynarodowych** * dziennikach..... (z tzw. pierwszej „trójki” jeśli chodzi o sprzedaż egzemplarzową) w okresie - emisji po..... części strony,
- umieszczenie logo Miasta Łodzi w reklamach prasowych promujących wydarzenie, w następujących **lokalnych/krajowych/międzynarodowych*** magazynach branżowych

..... (z tzw. pierwszej „piątki” jeśli chodzi o sprzedaż egzemplarzową) w okresie..... - emisji po..... części strony,

- umieszczenie logo Miasta Łodzi w reklamach prasowych promujących wydarzenie, w następujących **lokalnych/krajowych/międzynarodowych* tygodnikach** opinii..... (z tzw. pierwszej „piątki” jeśli chodzi o sprzedaż egzemplarzową) w okresie..... - emisji po..... części strony.

4) OUTDOOR

- umieszczenie logo Miasta Łodzi na billboardach/citylightach promujących wydarzenie, w następujących lokalizacjach..... - w okresie,
- umieszczenie logo Miasta Łodzi na..... szt. siatek wielkoformatowych, o r ozmiarach 50m²/100m², promujących wydarzenie w następujących lokalizacjach - w okresie.....,
- umieszczenie logo Miasta Łodzi na szt. flag reklamowych promujących wydarzenie na ul. Piotrkowskiej lub innych zaproponowanych przez organizatora nośnikach, w następujących lokalizacjach..... - w okresie.....,
- umieszczenie szt. bannerów z logo Miasta Łodzi w trakcie wydarzenia w lokalizacjach ustalonych z pracownikiem BPTiWzZ.

5) BTL

- umieszczenie min. szt. rollup'ów z logo Miasta Łodzi, w m iejscu odbywania się wydarzenia,
- umieszczenie ścianki konferencyjnej z logo Miasta Łodzi, w miejscu odbywania się wydarzenia,
- umieszczenie min.....szt. balonów reklamowych z logo Miasta Łodzi w trakcie wydarzenia.

6) DRUKI

- druk ulotek (minimum sztuk) wraz z logo Miasta Łodzi,
- druk plakatów (minimum sztuk) wraz z logo Miasta Łodzi,
- druk zaproszeń w ilości (minimum sztuk) wraz z logo Miasta Łodzi,
- druk biletów na wydarzenie w ilości (minimum..... sztuk) wraz z logo Miasta Łodzi,
- druk gazety/ katalogu festiwalowego/ programu wydarzenia * w minimum szt. i umieszczenie na pierwszej lub ostatniej okładce tzn. zewnętrznej, logo Miasta Łodzi,
- sygnowanie pism do partnerów wydarzenia logo Miasta Łodzi.

7) PUBLIC RELATIONS

- wskazanie udziału organizacyjnego/finansowego Miasta Łodzi w co najmniej materiałach promujących wydarzenie zrealizowanych zgodnie z zasadami Public Relations, tj.: publikacje w gazetach, telewizji, internecie, radio, odpowiednio do wielkości wydarzenia,
- podkreślenie udziału organizacyjnego/finansowego Miasta Łodzi w realizacji wydarzenia, odpowiednio: min. razy dziennie w trakcie trwania wydarzenia oraz każdorazowo w wywiadach, reklamach i informacjach medialnych,
- podkreślenie udziału organizacyjnego/finansowego Miasta Łodzi w realizacji wydarzenia w mediach ogólnopolskich w tzw. telewizji śniadaniowej, programach informacyjnych itp. I promowanie wydarzenia oraz
- organizacja konferencji prasowych, ze szczególnym uwzględnieniem obecności przedstawicieli Miasta Łodzi (przedstawienie agendy konferencji wg. wzoru Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą, na min.: tydzień przed wydarzeniem),

8) GADŻETY I INNE

- przekazanie na potrzeby Miasta Łodzi gadżetów (m.in. smycze reklam., torby, publikacje, koszulki, piny, itp.) promujących wydarzenie w ilościwraz z podpisami gości o krajowej/światowej renomie, co najmniej na dwa tygodnie przed datą wydarzenia,
- przekazanie na potrzeby Miasta Łodzi dwuosobowych zaproszeń VIP na wydarzenie w ilości, co najmniej na dwa tygodnie przed datą wydarzenia,
- przekazanie na potrzeby Miasta Łodzi jednoosobowych zaproszeń na wydarzenie w ilości, co najmniej na dwa tygodnie przed datą wydarzenia,
- zapewnienia nie mniej niż akredytacji dla pracowników na cały czas wydarzenia.
- przeprowadzenie kampanii promocyjnej wydarzenia na wszystkich uczelniach wyższych w Regionie Łódzkim,
- przeprowadzenie kampanii promocyjnej wydarzenia w formie, np.: happeningu, flash mob/a itp., (proszę określić szczegóły.....),
- stworzenie systemu kierunkowskazów, kierujących przyjezdnych do miejsca odbywania się festiwalu. Lokalizacje powinny być uprzednio zaakceptowane przez pracownika Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą ,

•

Inne

.....

* - niepotrzebne skreślić

VI. Szczegółowy opis działań wzmacniających wizerunek Miasta jako Centrum Przemysłów Kreatywnych - w zakresie mody

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

VII. Osiągany ekwiwalent reklamowy w dotychczas realizowanych projektach.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

OŚWIADCZENIE

świadomy/a odpowiedzialności karnej za fałszywe zeznania oświadczam, że:

- 1) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie*/niepobieranie* opłat od adresatów zadania,
- 2) wszystkie podane w ofercie informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym,
- 3) nie byłem/am karany/a za przestępstwa skarbowe popełnione umyślnie,
- 4) nie zalegam/ y z opłatą składek ZUS,
- 5) nie zalegam/y z opłatami podatkowymi,
- 6) jestem/ jesteśmy w stanie przedstawić aktualne dokumenty na potwierdzenie powyższych punktów:
 - aktualny odpis z właściwego rejestru wystawionego nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert;
 - aktualne zaświadczenie właściwego naczelnika urzędu skarbowego potwierdzającego, że wykonawca nie zalega z opłacaniem podatków, lub zaświadczenia, że uzyskał przewidziane prawem zwolnienie, odroczenie lub rozłożenie na raty zaległych płatności lub wstrzymanie w całości wykonania decyzji właściwego organu — wystawionego nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo składania ofert;
 - rekomendacje,
 - zgłoszenie znaku towarowego w Urzędzie Patentowym RP (opcjonalnie),
 - posiadanie patentu na znak towarowy przyznanego przez Urząd Patentowy RP (opcjonalnie).

.....
(podpis osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych do składania oświadczeń woli
ww. podmiotu)

Adnotacje urzędowe (nie wypełniać)

--