

Szacowanie wartości zamówienia

Przygotowanie i przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii informacyjno – promocyjnej o charakterze edukacyjnym poświęconej Polskim Parkom Narodowym z udziałem Influencera

Celem zbadania oferty rynkowej oraz oszacowania wartości zamówienia, Ministerstwo Klimatu i Środowiska zwraca się z prośbą o przedstawienie informacji dotyczących szacunkowych kosztów realizacji niżej opisanego zamówienia.

UWAGA!

Niniejsze szacowanie wartości zamówienia nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem ani zapytaniem o cenę w rozumieniu ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Informacja ta ma na celu wyłącznie rozpoznanie rynku uzyskanie wiedzy na temat kosztów opisanej usługi.

ZAMAWIAJĄCY

Ministerstwo Klimatu i Środowiska
ul. Wawelska 52/54
00-922 Warszawa

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Zadanie jest realizowane w ramach projektu pn. „Promocja Parków Narodowych jako marki” (nazywanego dalej „Projektem”) współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020. Umowa o dofinansowanie POIS.02.04.00-00-0001/15. Projekt ma zasięg ogólnopolski i dotyczy wszystkich 23 parków narodowych. Realizowany projekt ma za zadanie uświadomić opinii publicznej, że Polskie Parki Narodowe stanowią sieć spójną, ale zarazem różnorodną. Zaproponowane działania mają z jednej strony zwiększyć zainteresowanie opinii publicznej parkami i ich działalnością, a także zbudować akceptację dla tych działań. Z drugiej strony wzmocnić siłę i zwiększyć zasięg działań edukacyjnych i informacyjnych realizowanych przez poszczególne parki narodowe. Do tej pory działania promujące Polskie Parki Narodowe prowadzone były jedynie przez poszczególne parki, bez jednolitej polityki informacyjnej.

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii informacyjno – promocyjnej poświęconej Polskim Parkom Narodowym (dalej zwane także: „Parkami”, (każdy z osobna „Parkiem”), „PN” lub „PPN”) z wykorzystaniem marketingu zintegrowanego w której udział weźmie Influencer. Influencer marketing jest obecnie jednym z najszybciej rosnących obszarów marketingu, który z ogromnym powodzeniem wykorzystywany jest w wszelkiego rodzaju kampaniach edukacyjnych, popularyzacyjnych, promocyjnych i/lub informacyjnych. Jako Influencer należy rozumieć osobę (rozpoznawalną, popularną, medialną, celebryta, artysta) posiadającą własny kanał bądź kanały w mediach społecznościowych (Instagram, kanał You Tube, Twitter, Facebook, Tik Tok) i skupiającą szeroką rzeszę odbiorców. Nie bez powodu pozostaje fakt, iż wielu twórców internetowych zyskało miano autorytetów w swoim zakresie zainteresowań (m.in. turystyki, edukacji globalnej, środowiskowej czy klimatycznej oraz zrównoważonego rozwoju). Wokół tych osób zgromadziły się kilkuset-tysięczne (niekiedy nawet kilku milionowe) grupy wiernych fanów z którymi niejednokrotnie Influencer posiada trwale relacje. Twórcy zajmujący się propagowaniem treści posiadają wśród swoich widzów osoby różnych profesji – studenci różnych kierunków, prawnicy, naukowcy, rodzice opiekujący się dziećmi w domu, działacze NGO-sów. Podróże, edukacja, przyroda, dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe to uniwersalne hobby, które jest dostępne dla osób o różnym statusie majątkowym i zawodowym. Są to też często osoby, dla których temat dziedzictwa przyrodniczego jest ważny i często dyskutowany. Dzięki proponowanej kampanii informacyjno –promocyjnej w dyskusjach (przeprowadzanych przez Influencera) pojawi się niezwykle ciekawy wątek turystyki etnicznej (dziedzictwa kulturowego), który z roku na rok cieszy się znacznym zainteresowaniem ze strony odbiorców.

Zadaniem Influencera będzie przygotowanie **3 materiałów filmowych i fotorelacji z wyjazdów do parków narodowych i ich bliskiej okolicy**. Materiały te zostaną wykorzystane w działaniach edukacyjnych w mediach społecznościowych oraz rozpowszechnione we współpracy z MEN w szkołach. Przygotowane i wyemitowane przez Influencera materiały będą miały charakter spontanicznej relacji z perspektywy turysty, który nie jest ekspertem w tematyce przyrody i jej ochrony, ale poznaje je w trakcie wypraw i dzieli się nimi z widzami. Poznaje miejsca, rzadziej uczęszczane szlaki oraz ludzi związanych z parkami narodowymi (np. przewodników turystycznych, lokalną społeczność, turystów).

Relacje te będą zawierać praktyczne porady dotyczące funkcjonowania parków, informacje o atrakcjach i udogodnieniach dla turystów (również tych niepełnosprawnych z zachowaniem klauzul społecznych), zaprezentują rzadziej odwiedzane chociaż nie mniej atrakcyjne miejsca i szlaki, aby zaprezentować całe dobrodziejstwo przyrodniczo-kulturowe każdego z parków, a nie po raz kolejny (tak jak jest to prezentowane w różnego rodzaju materiałach) skupiać się tylko na tzw. „hot spotach” turystycznych. Charakter powstałych materiałów winny wspierać społeczną akceptację dla idei istnienia parków narodowych w Polsce.

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



Styl wypowiedzi i język będą zrozumiałe dla odbiorcy i mają za zadanie budzić w nim pozytywne emocje. Taki zabieg będzie miał na celu zachęcenie pasjonatów podróży, przyrody, dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego do odwiedzenia parków narodowych. Działanie to pozwoli na bezpośrednie dotarcie do szerokiej rzeszy odbiorców, a także pozwoli na przedstawienie parków przez zadowolonych ludzi (zarówno lokalnej społeczności jak i turystów), którzy odwiedzili już dany park/miejsce/szlak/trasę i mają pozytywne wrażenia. Dodatkowo uzupełnieniem kampanii informacyjno – popularyzacyjnej z Influencerem będą prowadzone konwersacje na temat parków narodowych (tworzenie pytań, czynny udział turystów i lokalnej społeczności w rozmowach spersonalizowane pod daną tematykę zaproponowaną przez Influencera). Zabieg taki ma celu nie tyle reklamę danego parku narodowego ile rzetelne polecenie danego parku/miejsca, co w znaczący sposób przekłada się na zaufanie i zainteresowanie ludzi. Działanie to opiera się poniekąd na psychologii tłumu – duża liczba informacji pojawiająca się na temat parków i ukazanie, że ludzie chętnie w ten sposób spędzają czas (w pięknych okolicznościach przyrodniczych i kulturowych), automatycznie nakłania innych do podobnych zachowań).

Zarówno wybór szlaków jak i poruszanych w trakcie wycieczek tematów będzie uzgadniany ze wskazanymi przez Zamawiającego przedstawicielami Parków. Każdy materiał przed publikacją w mediach społecznościowych musi uzyskać finalną akceptację Zamawiającego (na podstawie wspólnie zaakceptowanego briefu).

Dodatkowo zadaniem Influencera będzie popularyzacja produktów, które powstały w ramach realizacji Projektu POIS POIS.02.04.00-00-0001/15 "Promocja Parków Narodowych jako marki" są to:

1. 24 filmy o parkach narodowych:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLrWAtxHx4r7oi9lgMgjpHF4zsj-vgr2_G;
2. 6 krótkich filmów promujących właściwe zachowanie na terenie parków:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLrWAtxHx4r7oHZO40PNcq2Ub5avwdW_Fb;
3. foldery promujące parki narodowe: <https://www.gov.pl/web/klimat/parki-narodowe>.

Efektom wizyty w parkach narodowych będzie stworzenie i zapewnienie emisji na kontach Influencera w mediach społecznościowych i osiągnięcie maksymalnych zasięgów działań. Jako zasięg działań należy rozumieć łączną liczbę wyświetleń opublikowanych promocyjnych materiałów ze wszystkich platform/mediów społecznościowych Influencera. Wskazane zasięgi mają być wypracowane na kanale Influencera oraz kanałach wspierających. Na zakończenie kampanii i składaniu ostatecznego

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



raportu z wykonania usługi Wykonawca wykażą także finalne wskaźniki engagmentu (zaangażowania) takie jak polubienia, komentarze, pobrania oraz udostępnienia promowanych materiałów.

Kampania realizowana z udziałem Influencera winna wygenerować zasięgi na poziomie:

- 100 000 - zasięg dla materiałów udostępnionych przez Zamawiającego (24 filmy, 6 krótkich filmów i 24 foldery) (na tydzień przed terminem zakończenia umowy);
- 1 600 000 zasięg dla 3 filmów o parkach narodowych powstałych w ramach zamówienia (na tydzień przed terminem zakończenia umowy).

CEL ZAMAWIANEJ USŁUGI

1. Cel główny:

Celem kampanii jest promowanie parków narodowych jako sieci obszarów istotnych dla ochrony dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego będących jednocześnie szczególną atrakcją turystyczną.

2. Cele dodatkowe:

- 1) promowanie właściwych zachowań na obszarach chronionych - turyści odwiedzający parki narodowe często nie przestrzegają zasad obowiązujących na tych obszarach, ponieważ nie rozumieją, dlaczego należy postępować tak, a nie inaczej. Informacje dotyczące obowiązujących zachowań w parkach narodowych można znaleźć na stronach www parków;
- 2) uświadomienie turystom, że w PN jest więcej do poznania niż tylko najbardziej znane szlaki i atrakcje; Wykaz proponowanych szlaków oraz proponowanych tematów do omówienia stanowi Załącznik nr 2 do Szacowania wartości zamówienia;
- 3) budowanie społecznej akceptacji dla idei parków narodowych – pokazanie przykładów współdziałania PN z lokalnymi społecznościami - parki narodowe są często postrzegane jako przeszkoda w rozwoju przez lokalne społeczności;
- 4) wzmocnienie postrzegania parków narodowych jako całości – powiązanej sieci obszarów, obejmującej 1% obszaru Polski, gdzie w modelowy sposób chroni się przyrodę;
- 5) popularyzacja materiałów informacyjno – promocyjnych o parkach narodowych powstałych w ramach realizacji Projektu „Promocja Parków Narodowych jako marki”;
- 6) zwiększenie świadomości grupy docelowej na temat Polskich Parków Narodowych jako marki”.

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



3. Cele mediowe:

precyzyjne dotarcie do grupy docelowej z wykorzystaniem możliwości targetowania

4. Cel wykonawczy

Wypracowanie zasięgów kampanii informacyjno –promocyjnej o charakterze edukacyjnym na poziomie nie mniejszym niż 1 700 000 odbiorców. Jako zasięg opublikowanych materiałów należy rozumieć łączną liczbę wyświetleń opublikowanych promocyjnych materiałów ze wszystkich platform Influencera. Kluczowe komunikaty:

- Polskie Parki Narodowe to unikatowe dziedzictwo, które wymaga szczególnej troski i ochrony;
- Parki Narodowe to szczególna, warta odwiedzenia atrakcja turystyczna;
- odwiedzając Parki Narodowe musimy dostosować swoje zachowanie do obowiązujących na ich terenie zasad.

GRUPA DOCELOWA

Ogół społeczeństwa (w tym młodzież w wieku szkolnym ponadpodstawowym), zainteresowani podróżami, przyrodą, poszukujący nowych celów wycieczek i podróży, a także osoby nie rozumiejące idei funkcjonowania parków narodowych i zasad w nim obowiązujących.

TERMIN REALIZACJI

28 tygodni od dnia podpisania Umowy (przy czym Zamawiający zastrzega sobie prawo do możliwości wydłużenia terminu realizacji przedmiotu Umowy w sytuacji związanej z zmianami zapisów Umowy o dofinansowanie zawieranej pomiędzy Beneficjentem, a Instytucją Wdrażającą, które nie były możliwe do przewidzenia na etapie ogłaszania postępowania).

ZAKRES PRAC

1. Opracowanie koncepcji kreatywnej kampanii (na podstawie wstępnych założeń przedstawionych przez Zamawiającego) zawierającej:
 - a) opis tzw. „big idea” filmów tzn. na czym polega pomysł kreatywny i sposób w jaki będzie realizował opisane cele;
 - b) propozycję tytułu kampanii i podstawowych komunikatów - kilkuwyrazowych, łatwych do zapamiętania haseł („key message”);

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



- c) wskazanie mediów społecznościowych, w których prezentowana i promowana będzie kampania oraz zasięgów jakie Wykonawca zobowiązuje się osiągnąć dla zrealizowanych w ramach zlecenia materiałów w poszczególnych mediach społecznościowych;
- d) harmonogram realizacji kampanii.

2. Produkcja 3 filmów:

Wykonawca przygotowuje 3 filmy z udziałem Influencera:

- w formacie FullHD;
- 25 fps;
- o długości ok. 5-10 minut każdy tzw. wersja pełna, które będą promowane w mediach społecznościowych;
- z polskimi napisami;
- z możliwością włączenia i wyłączenia dźwięku;
- z możliwością włączenia i wyłączenia napisów;
- Zamawiający zezwala na wykorzystanie w filmach materiałów przekazanych bądź udostępnionych z archiwów Parków Narodowych i MKiŚ.

Zadanie obejmuje kompleksową realizację materiałów filmowych i dźwiękowych, w tym:

- opracowanie koncepcji filmu o parkach narodowych w oparciu o ogólne założenia przedstawione przez Zamawiającego. Trasy i tematy, które zostaną zaproponowane przez Wykonawcę i uzgodnione z Zamawiającym w porozumieniu z poszczególnymi Parki oraz we współpracy z pracownikami danego Parku;
- prace organizacyjne oraz prace reżyserskie na planie;
- zebranie materiału filmowego i materiału dźwiękowego (w tym wywiadów z bohaterami i gośćmi poszczególnych odcinków; nagranie autentycznych ścieżek dźwiękowych (odgłosów otoczenia i przyrody);
- przygotowanie napisów w języku polskim;
- dobór muzyki;
- montaż obrazu i dźwięku;
- opracowanie czołówek filmów;
- kolorkorekcję materiału filmowego;
- przygotowanie krótkich ok. 10-15 sekundowych ramówek promujących dany film, które przed premierą zostaną opublikowane w mediach społecznościowych Influencera;
- umieszczenie wymaganych przez Zamawiającego grafik, logotypów w filmach;

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



- przesłanie gotowych ramówek i filmów za pomocą usługi WeTransfer lub równoważnej na wskazany adres mailowy przed ich udostępnieniem;
- przekazanie Zamawiającemu pisemnych zgód na udostępnianie wizerunku osób występujących w filmach.

Materiały stworzone przez Wykonawcę będą publikowane na profilach i w mediach społecznościowych zarządzanych przez Zamawiającego. Ponadto linki do filmów stworzonych przez Wykonawcę zostaną udostępnione za pośrednictwem mediów społecznościowych Parków Narodowych.

3. Publikacje w mediach społecznościowych:

Opublikowanie w mediach społecznościowych (co najmniej na 2 kanałach własnych Influencera):

- 3 filmów, o których mowa w pkt 2., na kanale You Tube (nie mniej niż 3 publikacje);
- fotorelacji z odwiedzin z Parków Narodowych podczas powstania filmów, o których mowa w pkt 2., na Instagramie (nie mniej niż 3 fotorelacje);
- posty i relacje na Facebooku (np. zapowiedzi, relacje z wizyty i tworzenia materiału, posty przypominające cele kampanii i wybrane tematy z realizowanego filmu) (2 postów i relacji łącznie);
- posty i relacja na Instagramie (np. zapowiedzi, relacje z wizyty i tworzenia materiału, posty przypominające cele kampanii i wybrane tematy z realizowanego filmu) (2 postów i relacji łącznie);
- promocja materiałów dostarczonych przez Zamawiającego (24 filmy, 6 krótkich filmów i 24 foldery) za pośrednictwem kanałów własnych Influencera. Zamawiający nie określa liczby postów ani nie wskazuje rodzaju mediów społecznościowych na których ma zostać opublikowany materiał. Wykonawca ma obowiązek wypracowania zasięgów dla udostępnionych przez Zamawiającego materiałów na poziomie 1 00 000 odbiorców łącznie. Zamawiający zezwala na dodanie linków do materiałów dostarczonych przez Zamawiającego w opisach promowanych filmów na kanałach społecznościowych Influencera.

4. Inne obowiązki:

- uzyskanie akceptacji Zamawiającego materiałów przed publikacją w mediach;
- koszty dojazdu do każdego Parku Narodowego i zakwaterowania Wykonawca pokrywa we własnym zakresie;

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
 „Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
 ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



- aktywny kontakt z odbiorcami w trakcie prowadzenia kampanii, m.in. odpisywanie na posty (w razie potrzeby po konsultacji z Zamawiającym);
- popularyzowanie materiałów dostarczonych przez Zamawiającego (23 filmy, 6 filmów i 24 foldery) i wypracowanie odpowiednich zasięgów;
- sporządzenia raportu miesięcznego i przekazanie go Zamawiającemu. Raport powinien zawierać informacje (krótki opis): działań podjętych przez Wykonawcę przy realizacji przedmiotu zamówienia oraz informację na jakim etapie realizacji znajdują się materiały przygotowywane do emisji, a także informację o wygenerowanych zasięgach. Ponadto ostatecznie przedkładany raport powinien zawierać informację zbiorczą o łącznym wygenerowanym zasięgu osiągniętym przez poszczególne opublikowane i wypromowane materiały;
- wszystkie materiały powstałe w ramach kampanii powinny być opatrzone informacją o finansowaniu projektu: Projekt POIS.02.04.00-00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 oraz zawierać logotypy Polskich Parków Narodowych, Funduszy Europejskich Infrastruktura i Środowisko i Unii Europejskiej Fundusz Spójności, zgodnie z ich księgami znaku. Wszystkie logotypy dostarczy Zamawiający.

SPOTKANIA KONSULTACYJNE

Zamawiający zastrzega sobie prawo do organizowania spotkań konsultacyjnych podczas których Wykonawca, prezentować będzie postępy realizacji umowy. Spotkania odbywać się będą w terminie 30 i 75 dni od dnia podpisania umowy. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zorganizowania dodatkowych spotkań konsultacyjnych jeśli uzna, że zachodzi taka konieczność. Rodzaj spotkań (stacjonarnie bądź za pośrednictwem sieci Internet), uzależniony będzie od potrzeb Zamawiającego i postępu prac realizacji przedmiotu umowy.

PLATNOŚCI

Termin płatności: do 30 dni od dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT wystawionej po podpisaniu przez Zamawiającego protokołu zdawczo-odbiorczego stwierdzającego należyte wykonanie zamówienia. Zamawiający przewiduje płatności częściowe, zgodnie z harmonogramem realizacji umowy. Harmonogram realizacji Umowy

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
 „Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
 ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



zostanie podpisany na etapie zawierania Umowy.

TERMIN REALIZACJI

28 tygodni od dnia podpisania Umowy przy czym Zamawiający zastrzega sobie prawo do możliwości wydłużenia terminu realizacji przedmiotu Umowy w sytuacji związanej z zmianami zapisów Umowy o dofinansowanie zawieranej pomiędzy Beneficjentem, a Instytucją Wdrażającą, które nie były możliwe do przewidzenia na etapie ogłaszania postępowania.

SPOSÓB SKŁADANIA WYCENY

1. Wycenę należy złożyć za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres e-mail: agnieszka.niemczynowicz@mos.gov.pl.
2. Wzór formularza wyceny stanowi Załącznik nr 1 do niniejszego szacowania wartości zamówienia.

TERMIN SKŁADANIA WYCENY

do 29. 09. 2022 r. do godz. 10.00.

ZAŁĄCZNIKI:

- Załącznik nr 1.** Formularz wyceny kampanii informacyjno – promocyjnej z udziałem Influencera.
- Załącznik nr 2.** do szacowania wartości zamówienia stanowiący propozycję tras i tematów do kampanii z Influencerem.

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
„Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności



Potwierdzam zgodność kopii z dokumentem elektronicznym:

Identyfikator dokumentu	2280684.8411999.6772978
Nazwa dokumentu	Szacowanie wartości zamówienia kampania informacyjno - promocyjna_AN.pdf
Tytuł dokumentu	Szacowanie wartości zamówienia kampania informacyjno - promocyjna_AN
Sygnatura dokumentu	DOP-WNSPN.620.2.2022
Data dokumentu	2022-09-23 15:14:33
Skrót dokumentu	B19194552C1785951880CB2247110005EC698 F29
Wersja dokumentu	1.3
Data podpisu	2022-09-23
Podpisane przez	Aleksandra Bodnar; Ministerstwo Klimatu i Środowiska Zastępca Dyrektora
Rodzaj certyfikatu	Certyfikat kwalifikowany podpisu elektronicznego karta
Akceptacja	Niemczynowicz Agnieszka, 2022-09-23 14:30:05, wersja 1.0 (Główny Specjalista, Departament Ochrony Przyrody (DOP), Wydział ds. Nadzoru i Sprawozdawczości Parków Narodowych (DOP-WNSPN)) Ministerstwo Klimatu i Środowiska
	EZD 3.108.84.84.
Data wydruku:	2022-09-23 15:24:24
Autor wydruku:	Niemczynowicz Agnieszka

ul. Wawelska 52/54, 00-922 Warszawa; tel. (22) 36-92-479, faks (22) 36-91-159, www.gov.pl/klimatProjekt
 „Promocja Parków Narodowych jako marki” współfinansowany
 ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020



Unia Europejska
Fundusz Spójności

