|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jednostka** | **Rok** | **Firma** | **Przedmiot umowy** | **Kwota umowy (zł, brutto)** |
| **Ministerstwo Środowiska** | **2011** | AGENCJA "RAKI" | Przygotowanie i koordynacja Pikniku z Klimatem | 124 845,00  |
| Adwertajzing sp. z o.o. | Wykonanie materiałów promocyjnych kampanii Europejski Tydzień Zrównoważonego Transportu | 38 745,00  |
| Initiative Media Warszawa sp. z o.o. | Przygotowanie, realizacja i promocja w Internecie kampanii Europejski Tydzień Zrównoważonego Transportu | 106 000,00  |
| K2 Search | Przygotowanie i realizacja ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej w Internecie nt. ochrony klimatu Ziemi przez zmianę codziennych nawyków, mającej na celu zachęcenie do podejmowania w życiu codziennym decyzji, które ograniczają szkodliwy wpływ działań człowieka na środowisko | 440 000,00  |
| Cube Group | Opracowanie strategii kampanii w Internecie - Efektywność energetyczna  | 6 765,00  |
| WhitePoint S.C. | Gra „Kółko przyrodnicze” | 4 526,40  |
| MAGA - Ireneusz Bednarek | Plansze prezentujące fotografie oraz opakowania na plansze | 2 247,83  |
| Evergreen - Łukasz Krzysztof Proniewski | Ulotka - świadoma ekologicznie turystyka, wersja drukowana | 2 521,50  |
| Evergreen - Łukasz Krzysztof Proniewski | Materiały promocyjne - gra-wieża z klocków | 8 348,63  |
| Pomotion Brands - Michał Paweł Roman | Materiały promocyjne - USB, zegarki, bandanki | 16 354,08  |
| Kompan.pl Sp. z o.o. | Przebudowa strony dla dzieci  | 49 800,00  |
| Paczka Kreatywna | Plakat i ulotka dla gmin | 3 148,80  |
| Servi Media Filip Jurzyk  | Przygotowanie strategii komunikacji z mediami na rok 2011 oraz przeprowadzenie relacji fotograficznej z konferencji prasowej Ministra Środowiska rozpoczynającej II edycję konkursu GreenEvo | 4 500,00  |
| Servi Media Filip Jurzyk  | Działania informacjno-promocyjne oraz w zakresie PR w zakresie promocji technologii biorących udział w konkursie GreenEvo | 28 659,00  |
| **IMGW** | **2011** | Koncept Rzeszów - Kreatywna Agencja Muliaktywna | Gry multimedialne dla dzieci o tematyce pogodowej | 12 300,00  |
| Ams Warszawa | Bilboardy  | 3 567,00  |
| Kulik - Agencja Reklamowa | Torby reklamowe papierowe z logotypem | 9 292,65  |
| ITS warszawa sp. z o.o. | Event promujący usługi i serwis pogodowy | 23 756,22  |
| **Centrum Informacyjne Lasów Państwowych** | **2011** | MECGLOBAL | emisja 30" i 15" spotów promujących Czyste Lasy na Mazowszu, spoty wyprodukowane przez firmę LASOWE Anna Słomczyńska. 160 emisji spotu, maj - czerwiec 2011 | 80 000,00 |
| IDEACTO Sp. z o.o. | koncepcja kampanii promocyjnej serwisu czaswlas.pl pod hasłem „ZreLASuj się”, opracowanie plakatu, stworzenie spotu promocyjnego, stworzenie gry zręcznościowej „Las minute” na Facebooka i www, stworzenie raportu prezentującego wyniki badania nt. stresu mieszkańców Polski, opracowanie infografik ilustrujących raport, koordynacja kampanii na Facebooku, w AdWords oraz z warszawskim metrze | 50 061,00 |
| MECGLOBAL | emisja 30" i 15" spotów promujących Czyste Lasy na Mazowszu, spoty wyprodukowane przez firmę LASOWE Anna Słomczyńska. 140 emisji spotu, czerwiec-lipiec 2011 | 70 000,00 |
| MECGLOBAL | emisja 30" i 15" spotów promujących Czyste Lasy na Mazowszu, spoty wyprodukowane przez firmę LASOWE Anna Słomczyńska. 127 emisji spotu, sierpień 2011 | 50 000,00 |
| **Lasy Państwowe** | **2011** | MediaPlanet Publishing House  | publikacja w Dzienniku Gazecie Prawnej, Infor Biznes - 4 strony, temat: stan polskich lasów, z uwzględnieniem najnowszych danych statystycznych o lasach,najistotniejsze wyzwania i problemy polskiego leśnictwa, konieczność godzenia sprzecznych interesów środowisk ekologicznych i przemysłu drzewnego, hasło Międzynarodowego Roku Lasów „Lasy dla ludzi” w polskiej praktyce | 53 000 (netto) |
| BKEV Piotr Piasecki | publikacja „Voyage” 1 strona, nt. co wyróżnia polskie lasy na tle Europy (bogactwo roślin, zwierząt, itp.),ciekawe miejsca w polskich lasach pod względem turystycznym. | 14 560 (netto) |
| BKEV Beata Błasiak | publikacja w „Polityce” - 2 strony, tematy: stan zasobów leśnych w Polsce, podstawowe zasady polskiej gospodarki leśnej, społeczne funkcje polskich lasów. | 42 112 (netto) |
| BKEV Piotr Piasecki | publikacja w „Zwierciadle” - 2 strony, tematy: zasoby leśne w Polsce, dot. charakteru polskiej gospodarki leśnej, dostępności polskich lasów, funkcji lasów, Międzynarodowego Roku Lasów. | 30 800 (netto) |
| MEC Sp. z o.o. | Kampania przeciwpożarowa „Świadomi zagrożenia"Cele: - podniesienie świadomości społeczeństwa na temat zagrożenia jakie niosą za sobą pożary lasów, ich skutków dla człowieka i przyrody, a także zmniejszenia poziomu różnorodności biologicznej ekosystemów leśnych,- podniesienie poziomu wiedzy na temat przyczyn i warunków w jakich powstają pożary lasów,- zmiana bądź wygenerowanie prawidłowych nawyków i zwyczajów, które pozwalają na prawidłowe korzystanie z zasobów leśnych, a także poprawiają bezpieczeństwo pożarowe tych terenów,- zmniejszenie w roku 2012 liczby pożarów powodowanych nieostrożnością dzieci i dorosłych w porównaniu do średniej z lat 2005-09.Czas trwania: 19.08.2011-10.09.2011r.Łącznie 64 publikacje | 531 778,05 (netto) |
| **Lasy Państwowe** | **2011/2012**15.06.2011- 15.09.2011 19.04.2012 -30.06.2012 | Adam Małek Małek Media, Sudio Filmowe Adam Małek | Kampania przeciwpożarowa „Świadomi zagrożenia”15.06.2011-15.09.2011Łącznie 904 emisje spotów radiowych19.04.2012-30.06.2012Łącznie 896 emisji spotów radiowych15.06.2011 - 15.09.2011 Łącznie 3200 emisji spotów TV19.04.2012-30.06.2012Łącznie 3200 emisji spotów TV | 851995,33 (netto) |
| **Ministerstwo Środowiska** | **2012** | Just sp. z o.o | Wykonanie materiałów promocyjnych kampanii Europejski Tydzień Zrównoważonego Transportu | 59 655,00  |
| konsorcjum: Effective Media sp. z o.o. + Instytut Rozwoju Reklamy sp. z o.o. | Przygotowanie i produkcja materiałów programowych przeznaczonych do emisji w telewizji i radiu oraz zakupu czasu antenowego w celu realizacji przedsięwzięcia pn. „Ogólnopolska kampania informacyjna promująca właściwe postępowanie z odpadami” | 1 730 818,20  |
| Equinox Polska sp. z o.o. | Realizacja kampanii radiowej w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu | 655 370,00  |
| Face to Face | Przygotowanie, realizacja i promocja w Internecie kampanii Europejski Tydzień Zrównoważonego Transportu | 349 320,00  |
| Velturi Media S.C. | Wykonanie materiałów promocyjnych w ramach kampanii Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Rozwoju | 18 894,05  |
| Just sp. z o.o | Opracowanie koncepcji kreatywnej, produkcji spotów reklamowych przeznaczonych do emisji w telewizji oraz zakupu czasu antenowego w telewizji w celu realizacji przedsięwzięcia pn. Ogólnopolska kampania edukacyjna nt. zmian klimatu i redukcji emisji gazów cieplarnianych | 4 900 500,00  |
| Kompan.pl Sp. zo.o. | Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promującej stronę internetową dla dzieci prowadzoną przez Ministerstwo Środowiska | 49 000,00  |
| GoldenSubmarine | Zaprojektowanie i wykonanie dwóch multimedialnych gier edukacyjnych w wersji dla urządzeń mobilnych oraz dwóch ikon | 49 938,00  |
| Vena Art. | Kampania internetowa Ekoszyk | 194 047,26  |
| Wide Open Sp. z o. o. | Wykonanie nowej wersji serwisu internetowego Ekoszyk | 33 210,00  |
| Koncept Studio Marta Pisarik | Gry multimedialne na stronę dla dzieci | 14 821,50  |
| Mediacom - Warszawa  | Przygotowanie charakterystyki grupy docelowej kampanii | 3 073,00  |
| Wide Open Sp. z o. o. | Świąteczna odsłona Ekoszyka | 4 551,00  |
| GoldenSubmarine | Dostosowanie gry na iPhone'y | 1 500,00  |
| Initiative Media Warszawa | Przygotowanie, realizacja i promocja w Internecie ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej nt. zmian klimatu i reedukacji emisji gazów cieplarnianych | 369 615,00 |
| MARCIN PLETA Windmill  | Kompleksowa organizacja uroczystej gali wręczenia nagród dla laureatów III edycji konkursu GreenEvo | 65 811,15  |
| **Centrum Informacyjne Lasów Państwowych** | **2012** | Piotra Piasecki, BKEV | Współpraca przy wydarzeniu Las Kultury, które odbyło się 12 maja 2012 roku na terenie Nadleśnictwa Jabłonna. Został posadzony dąb Wisławy Szymborskiej „Wisia”. Do zadań Agencji należało przygotowanie koncepcji wydarzenia, zaproszenie ludzi kultury, przygotowanie projektu i druk zaproszeń oraz certyfikatów, dystrybucja zaproszeń, zapewnienie obsługi fotograficznej, film z przebiegu wydarzenia, organizacja wspólnego malowania obrazu | 47 059,80 |
| Agencja Social Media Kamil Niemira  | Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia dla administratorów stron jednostek LP na FB pt. „Social media w Lasach Państwowych”. | 7 509,15 |
| Agencja Artystyczna "57" | Koncert pt. „Trzeba marzyć”, który odbył się w ramach Święta Polskiej Niezapominajki | 12 630,00 |
| Ciszewski MSL | Strategia działań PR oraz manual w ramach kampanii „LP. Zapraszamy.” | 24 600,00 |
| IDEACTO Sp. z o.o. | Opracowanie kampanii promującej LP.Koncepcja Lasy Państwowe. Zapraszamy, 2012 | 12 300,00 |
| Beata Pawelczyk-Błasiak, BKEV | Przeprowadzenie sesji zdjęciowej „ZIMA” z ambasadorami kampanii „Lasy Państwowe. Zapraszamy” w tym fotograf, asystenci i sprzęt, stylizacja i wizaż, eksponaty, rejestracja wideo, koncepcja i produkcja. | 53 505,00 |
| **Lasy Państwowe** | **2012** | MEC Sp. z o.o. | Kampania przeciwpożarowa "Świadomi zagrożenia"28.06.2012-14.09.2012Łącznie 32 publikacje | 329 301,92 (netto) |
| DSK Sp. z o.o. | Kampania przeciwpożarowa „Świadomi zagrożenia”28.06.2012-14.09.2012Łącznie 32 publikacje | 304 951,22 |
| **Główny Inspektorat Ochrony Środowiska**  | **2012** | Core PR sc. | W ramach umowy zleceniobiorca przygotował m.in.: bazę dziennikarzy zainteresowanych działalnością GIOŚ i piszących nt. dotyczące ochrony środowiska; opracował strategię wizerunkową; wyznaczył konsultanta PR do pełnienia obowiązków Rzecznika Prasowego GIOŚ; prowadził doradztwo w zakresie prowadzenia polityki informacyjnej | 39 225,00 |
| **Wyższy Urząd Górniczy** | **2012** | Pro Media Production Sp. z o.o | Film promocyjny nadzoru górniczego na 90-lecie WUG (dwie wersje językowe: polska i angielska, 30 dni zdjęciowych na terenie zakładów górniczych zlokalizowanych w całej Polsce, wraz z przeniesieniem praw autorskich na WUG)  | 21.000,00 zł |
| **Ministerstwo Środowiska** | **2013** | GoldenSubmarine Sp.z o.o. | Zaprojektowanie i wykonanie aplikacji multimedialnej-generatora komiksów oraz ikony | 55 000,00  |
| Artgraph Sp. z o.o | Kampania tv, koncepcja kreatywna, produkcja spotów reklamowych przeznaczonych do emisji w TV oraz zakup czasu antenowego (Kampania edukacyjno-informacyjna w telewizji i Internecie dot. racjonalnego wykorzystywania zasobów w gospodarstwach domowych) | 3 223 215,00  |
| Initiative Media Warszawa Sp. z o.o | Przygotowanie, realizacja i promocja w Internecie komponentu internetowego ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej dotyczącej racjonalnego wykorzystywania zasobów w gospodarstwach domowych | 404 235,00  |
| Konsorcjum Grupa Eskadra Sp.z o.o. oraz Starcom Sp.z o.o. | Przygotowanie i realizacja ogólnopolskiej kampanii informacyjnej „Ekoszyk” | 1 148 819,78  |
| Open Gate Sp. z o.o. | Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowej promującej stronę dla dzieci | 18 007,20  |
| Men at Work sp. z o.o., sp.k. | Opracowanie koncepcji kreatywnej i produkcji spotów reklamowych przeznaczonych do emisji w telewizji w celu realizacji przedsięwzięcia pod nazwą „Różnorodność biologiczna i działania na rzecz ekosystemów-ogólnopolska kampania informacyjna podnosząca świadomość nt. różnorodności biologicznej (dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego EOG 2009-2014) | 579 330,00  |
| John Pitcher Sp. z o.o. | Przygotowanie, realizacja i promocja komponentu internetowego, przeznaczonego dla dzieci w wieku 4-9 lat (dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego EOG 2009-2014) | 479 098,41  |
| Grupa Eskarda Sp. Z o.o. | Opracowanie i produkcja spotów reklamowych, przeznaczonych do emisji w telewizji w celu realizacji przedsięwzięcia pod nazwą „Ogólnopolska kampania edukacyjna nt. oszczędzania energii w gospodarstwach domowych-kampania telewizyjna (dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego EOG 2009-2014) | 3 779 454,21  |
| Codemedia S.A. | Zakup czasu antenowego w celu zapewnienia emisji dwóch spotów 15 sekundowych powstałych w ramach "Ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej nt. oszczędzania energii w gospodarstwach domowych" (dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego EOG 2009-2014) | 169 740,00  |
| Robert Jabłoński Paczka Kreatywna | Wyprodukowanie filmu prezentującego cele i korzyści nowego systemu gospodarki odpadami | 49 200,00  |
| Robert Jabłoński Paczka Kreatywna | Zaprojektowanie systemu identyfikacji wizualnej konferencji COP19, z wykorzystaniem 10 zdjęć autorskich oraz księgą znaku dla logo i bibioteką grafik | 39 852,00  |
| K2 Internet S.A. | Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii internetowej promującej stronę naszesmieci.pl oraz przygotowanie informacji na temat nowego systemu gospodarowania odpadami | 149 604,90  |
| Kompan.pl sp. Z o.o. | Materiały edukacyjno-promocyjne dla dzieci i nauczycieli w ramach promocji strony internetowej dla dzieci | 19 999,80  |
| Adwertajzing Sp. z o.o. | Wyprodukowanie filmu prezentującego przyczyny wprowadzenia nowego systemu gospodarki odpadami | 10 000,00  |
| Robert Jabłoński Paczka Kreatywna | Projekt graficzny poradnika dla gmin nt. skutecznej komunikacji w zakresie nowego systemu gospodarowania odpadami | 3 567,00  |
| Rival Group Leszek Babicz  | Kompleksowa organizacja uroczystej gali wręczenia nagród dla laureatów IV edycji konkursu GreenEvo | 69 160,71  |
| PARTNER of Promotion Sp. z o.o. | Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjnej public relations na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatu i zwiększenia świadomości ekologicznej oraz 19 sesji Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu (COP19).  | 34 418,48  |
| John Pitcher Sp. z o.o. | Wykonanie serwisu internetowego lupki.mos.gov.pl na potrzeby realizacji kampanii informacyjnej i dialogu ze społeczeństwem na temat gazu ziemnego z formacji łupkowych | 51 684,60  |
| Profile Sp. z o.o. | Usługi konsultingowe oraz wsparcie przy realizacji działań informacyjnych  | 58 277,40  |
| **IMGW** | **2013** | Prexpert | Opracowanie skryptu sytuacje kryzysowe i reakcja na nie, wsparcie medialne  | 57 810,00  |
| **GDOŚ** | **2013** | EUROZET | Nabycie, przygotowanie, produkcja i koprodukcja materiałów programowych przeznaczonych do emisji w radiu, oraz nabycie czasu antenowego w ramach ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej pn. "Poznaj swoją Naturę" | 580 042,88  |
| Fabryka Komunikacji Społecznej | Przygotowanie i realizacja komunikacji bezpośredniej w ramach projektu Generalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska pt.: „Poznaj swoją Naturę” | 2 175 175,88  |
| **Centrum Informacyjne Lasów Państwowych** | **2013** | Agencja Reklamowa Meander | Jednodniowa plenerowa sesja zdjęciowa "WIOSNA" z ambasadorami kampanii „Lasy Państwowe. Zapraszamy” - 5 inscenizacji fotograficznych.  | 11 193,00 |
| Piotr Piasecki, BKEV | Współpraca przy wydarzeniu Las Kultury. Zostały posadzone dęby Gustawka Holoubka "Gucia" i Andrzeja Łapickiego "Łapy". Do zadań agencji należało przygotowanie koncepcji wydarzenia, zaproszenie ludzi kultury, dystrybucja zaproszeń, zapewnienie obsługi fotograficznej, przygotowanie filmu z przebiegu wydarzenia, zapewnienie osoby prowadzącej oraz działania PR. | 31 363,00 |
| Socjomania Sp. z o.o.  | Przeprowadzenie dwudniowego szkolenia pt.: „Content wideo – jak przygotować ciekawy materiał do sieci?” dla pracowników CILP i Dyrekcji Generalnej Lasów Państwowych | 9 225 zł |
| Agencja Social Media Kamil Niemira  |  „Szkolenie i coaching social media dla Lasów Państwowych” | 6 150,00 |
| Publicon  | przeprowadzenie cyklu szkoleń z zakresu Social Media i działań strategicznych dla kadry Lasów Państwowych  | 9 840 zł |
| Agnecja Reklamowa Meander | Jednodniowa plenerowa sesja zdjęciowa "LATO" z ambasadorami kampanii "Lasy Państwowe. Zapraszamy" - 5 inscenizacji fotograficznych. W cenie przeprowadzenie sesji, nadzór wykonawczy, zapewnienie niezbędnego sprzętu fotograficznego, oświetlenia i rekwizytów, postprodukcja, rejestracja video (backstage) | 9 840,00 |
| **Państwowa Agencja Atomistyki** | **2013** | Studio Brandingowe Bakalie | Sporządzenie Systemu Identyfikacji Wizualnej PAA.   | 39 913,00 |
| Turkus | Wykonanie prezentacji multimedialnej o działalności Państwowej Agencji Atomistyki, folderów informacyjnych | 45 141,00 |
| **Ministerstwo Środowiska**  | **2014** | Effective Media Sp. Z o.o.  | Zakup czasu antenowego w celu zapewnienia emisji dwóch spotów 30 sekundowych dla dzieci w wieku 4-6 lat oraz dwóch spotów 30 sek. dla dzieci w wieku 7-9 lat (dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego EOG 2009-2014) | 1 586 700,00  |
| **Centrum Informacyjne lasów Państwowych** | **2014** | Socjomania Sp. z o.o. | audyt 30 profili (tzw. fanpages) - stron w serwisie Facebook wskazanych przez CILP. (14 700 zł netto), przeprowadzenie 10 godzinnego szkolenia nt. komunikacji w serwisie Facebook wraz z przedstawieniem wniosków z wyżej opisanego audytu dla grupy 40 osób. | 29 889,00 |
| **Państwowa Agencja Atomistyki** | **2014** | Havas PR Warsaw | Przygotowanie strategii komunikacji dozoru jądrowego do roku 2019.      | 34 440,00 |
| Turkus | Dodruk folderów informacyjnych. | 5227,50 |
| **Główny Inspektorat Ochrony Środowiska**  | **2014** | Zbigniew Jankowski Maurent Public Relations | Obsługa medialna dwóch konferencji:1. „Bezpieczeństwo Chemiczne” - 12 maja 2014 w Warszawie
2. HELCOM LAND - 14-16 maja 2014 w Gdańsku
 | 30 000,00 |