



Opis przedmiotu zamówienia na wybór wykonawcy realizacji zadania
p.t.: „**Włącz myślenie - postaw na drób.**”

Perspektywy rozwoju konsumpcji mięsa drobiowego w Polsce są zagrożone głównie przez to, że w Internecie, mediach społecznościowych i ogólnie rzecz biorąc w przestrzeni informacyjnej jest dużo nieprawdziwych i niesprawdzonych informacji o drobiu. Powtarzane często bezmyślnie mity i półprawdy powodują, że 65% europejskich konsumentów jest zaniepokojonych obecnością (prawdziwą lub wyimaginowaną) antybiotyków w mięsie drobiowym, 60% - obecnością środków konserwujących, 59% - hodowlą przy pomocy GMO lub hormonów.

1. Głównym celem jest utrzymywanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.

Osiągnięcie celu głównego następuje między innymi poprzez:

- a. Kształtowanie pozytywnego wizerunku i rozpoznawalności polskiego drobiu na rynku krajowym.
- b. Zmianę struktury popytu wewnętrznego poprzez działania promujące określone wzorce konsumpcji.
- c. Zabezpieczenie branży przed kryzysami wizerunkowymi, mogącymi negatywnie wpłynąć na poziom zaufania do mięsa drobiowego

2. Grupę docelową zadania stanowią będą konsumenci oraz potencjalni konsumenci polskiego mięsa drobiowego, a szczególnie:

- 1) Młodzi konsumenci (25-35 lat), mieszkający w miastach, ze średnim i wyższym wykształceniem, którzy poszukują metod na to, żeby ich życie wpisywało się w trend bycia Fit.
- 2) Rodziny z dziećmi, dla których zdrowe odżywianie stanowi ważny element wychowywania dzieci.
- 3) Kobiety jako osoby często decydujące o koszyku zakupowym gospodarstw domowych.
- 4) Sportowcy, którzy szukają informacji na temat walorów odżywczych mięsa.
- 5) Osoby lubiące gotować i eksperymentować w kuchni, zwłaszcza w okresach na które jest na to czas i atmosfera.
- 6) Seniorzy dla których zdrowie jest najwyższą wartością.
- 7) Dietetycy, którzy szukają inspiracji w prowadzeniu swoich podopiecznych.

Niezbędne są działania informacyjno - edukacyjne związane z budowaniem świadomości konsumenckiej dotyczącej mięsa drobiowego, jego wartości i jakości, bezpieczeństwa, aspektów prozdrowotnych i lifestylowych (w tym kulinarnych), promocja mięsa drobiowego jako wartościowego źródła białka, wpisującego się w nowoczesny, zdrowy styl życia i aktywność fizyczną.

Dążenie do osiągnięcia celu głównego odbywać będzie się poprzez realizację celów szczegółowych rozpisanych w planie i budżecie zadania.

3. Planowane działania do realizacji zadania:

- 1) **Pierwsza część edukacyjna za pośrednictwem Telewizji, Internetu i mediów społecznościowych.** W ramach tej części planujemy dotrzeć do około 100 000 odbiorców poprzez Telewizję i ok 20 000 poprzez stronę internetową. Natomiast poprzez profile w mediach społecznościowych oraz aplikację mobilną do ponad 40 000 odbiorców.
- 2) **Druga część – edukacyjno-reakcyjna** – polegająca na wyszukiwaniu w Internecie negatywnych treści na temat mięsa drobiowego, hodowli i dobrostanu oraz reagowanie przy pomocy sprawdzonych i afirmatywnych treści.
- 2) **Trzecia część - promocyjna.** Reklama w serwisach społecznościowych – posty reklamowe współpraca z mediami oraz promocja mięsa drobiowego podczas dużej imprezy plenerowej. Efektem tej części projektu będzie impreza plenerowa, w której uczestniczyć będzie około 4. 000 osób.

W składanej ofercie należy przedstawić propozycję, opis realizacji zadania – oddzielną kreację dla każdej części ze wskazaniem miejsca, terminu oraz zakładanych efektów oddziaływania zadania.

Zadanie będzie realizować wykonawca wybrany w procedurze konkurencyjnej na podstawie przedstawionej kreacji promocji i kosztów jednostkowych poszczególnych działań zaproponowanych w ofercie.

4. Zadanie obejmuje między innymi wykonanie niżej wymienionych działań:

1. Reklama w serwisach społecznościowych – posty reklamowe.
2. Konferencja prasowa - wynajem sali, materiały konferencyjne, dobór mediów, upominki, eksperci - prelegenci, serwis kawowy.
3. Utworzenie profilu w serwisie TikTok.
4. Prowadzenie strony internetowej, profili na mediach społecznościowych oraz administracja aplikacji mobilnej w tym: tworzenie i zamieszczanie treści, moderacja, obsługa, pozycjonowanie.
5. Kampania promocyjna w programach telewizyjnych.
6. Współpraca z influencerami i innymi twórcami.
7. Zarządzanie merytoryczne i nadzór nad prowadzeniem strony internetowej, aplikacji mobilnej.
8. Przygotowanie i wykonanie materiałów promocyjnych w komunikacji elektronicznej.
9. Redakcja, opracowanie i zamieszczenie informacji dot. realizacji zadania i promocji wydarzenia na stronie PZZHiPD.
10. Publikacja i dystrybucja broszury podsumowującej zadanie. Opracowanie merytoryczne treści i przygotowanie publikacji w postaci elektronicznej i drukowanej. 150 szt. egz. wydrukowanej broszury i dystrybucja.
11. Wykonanie badania efektywności zadania i sporządzenie raportu przez niezależny podmiot.
12. Promocja mięsa drobiowego podczas plenerowego 2-dniowego wydarzenia kulturalnego promującego zdrowy styl życia i rolę mięsa drobiowego jako podstawę zdrowej diety. Wstępny termin wiosna-lato 2024r. Przygotowanie, organizacja i wykonanie w tym: przeprowadzenie **degustacji dla 2.000 osób**, produkty/surowce,

catering, obsługa wydarzenia, hostessy, i inne, organizacja konkursów i zabezpieczenie nagród, dokumentacja fotograficzna oraz dokumentacja video.

Dobór wydarzenia i poszczególnych cen jednostkowych, składowych kosztów nastąpi w konkurencyjnej procedurze wyboru wykonawcy na podstawie zaproponowanej kreacji wydarzenia w ofercie, która zostanie wybrana.

13. Branżowe doradztwo merytoryczne.
14. Koordynator zadania.
15. Producent wykonawczy.
16. Noclegi dla wykonawców, członków Zarządu i zaproszonych gości.
17. Koszty wyżywienia wykonawców, członków zarządu i zaproszonych gości.

5. Przedmiotem zamówienia jest realizacja całego zadania w zakresie poszczególnych części. Zamawiający oczekuje propozycji wykonania działań wymienionych w rzeczwo-finansowym zestawieniu kosztów oraz wskazanie daty i miejsca realizacji wydarzenia promocyjnego.

6. Pieczę nad przygotowaniem, prawidłowym przebiegiem, realizacją zadania sprawować będzie wybrany w konkurencyjnej procedurze Wykonawca, którego oferta stanowić będzie integralną część umowy.

7. Wykonawca na wszystkich materiałach sporządzonych w związku z realizacją zadania, w tym na przekazach audiowizualnych, w sposób czytelny i wyraźny umieszcza informację o finansowaniu zadania z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. (Dz.U z dnia 16.06.2023 r. poz. 1122).

8. Wykaz kosztów, które należy rozpisać i dołączyć do oferty zawarty jest w załączniku nr 2 – wzór formularza oferty.

8. Wykonawca przedstawi w ofercie propozycję przygotowania i realizacji zadania, która zawierać będzie między innymi: planowane zasięgi mediów społecznościowych, wejść na strony internetowe, portale, planowane miejsca oraz ilości emisji spotów i reklam.

9. Terminy realizacji umowy.

- 1) Umowa będzie realizowana od dnia jej podpisania do 31.12.2024 r.
- 2) Wykonawca przygotowuje i dołącza do oferty harmonogram czasowy realizacji działań obejmujących zakres przedmiotu umowy.
- 3) Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu realizacji przedmiotu zamówienia.

SEKRETARZ
ZG PZHPO

.....
Stanisława Aldona Łoś