**Szczecin dn. …………**

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

1. **Cel zamówienia:**

Realizacja kampanii społecznej „PłynieMy z wiatrem”. Przedmiot zamówienia realizowany jest w ramach projektu dofinansowanego z dotacji Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej na podstawie umowy nr 5/2023/Wn50/EE-EE-ku/D.

1. **Opis przedmiotu zamówienia:**

W ramach przedsięwzięcia przeprowadzona zostanie ogólnopolska kampania informacyjno-edukacyjna poszerzająca świadomość i wiedzę na temat energetyki wiatrowej jako odnawialnego źródła energii podnoszącego bezpieczeństwo ekologiczne i energetyczne kraju, efektywność energetyczną i ułatwiającego racjonalne gospodarowanie energią. Kampania przedstawi ogólnopolskiej opinii publicznej (a także regionalnym i lokalnym grupom interesariuszy) inwestycję w energetykę wiatrową jako przedsięwzięcie zwiększające bezpieczeństwo energetyczne kraju oraz wpływające pozytywnie na atrakcyjność inwestycyjną i turystyczną regionów (ze szczególnym uwzględnieniem regionów nadmorskich). Kampania zostanie skonstruowana z zastosowaniem pozytywnego, czytelnego i budzącego sympatię przekazu opartego o walory energetyki wiatrowej (komunikowane adekwatnie dla poszczególnych grup docelowych), o cechach edukacyjnych i informacyjnych, który przez odpowiednie kanały i formy komunikacji przekaże rzetelną i sprawdzoną wiedzę rozbijającą mity i niechęć wynikającą z braku informacji. Kampania składać się będzie z 4 subkampanii (kampanii w mediach elektronicznych, kampanii z wykorzystaniem influencer marketingu, kampanii crossmediowej i kampanii edukacyjnej) oraz działań wspierających te kampanie i wzmacniających ich przekaz (obsługa PR wraz z biurem prasowym, przygotowanie gadżetów promocyjnych).

W ramach przedsięwzięcia zrealizowane zostaną następujące działania:

1. Opracowanie szczegółowej strategii marketingowej, z uwzględnieniem założonych do osiągnięcia efektów ekologicznych i rzeczowych oraz bieżącej strategii Państwa w zakresie rozwoju energetyki wiatrowej.
2. Kampania w mediach społecznościowych i utworzenie portalu internetowego - utworzone zostaną konta w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube, Tik-Tok), aby przekaz kampanii dotarł też do młodego pokolenia.
3. Kampania z wykorzystaniem influencer marketingu - realizowana będzie przy współudziale rozpoznawalnych ambasadorów kampanii oraz influencerów, którzy zostali wybrani w taki sposób, aby przekaz kampanii trafił do jak najszerszego grona odbiorców (Tadeusz Sznuk, Cezary Pazura, Krzysztof Zalewski, Mikołaj Sondej, Kolega Ignacy). Z udziałem ambasadorów zostanie nagrany spot informacyjno-edukacyjny o energetyce wiatrowej, który będzie wykorzystywany w pozostałych kampaniach. Ambasadorzy będą także promowali kampanię w swoich profilach społecznościowych, zwiększając zasięg odbiorców kampanii.
4. Kampania crossmediowa - będzie realizowana na początku, w środku i na zakończenie realizacji projektu, wykorzystane zostaną kanały: telewizyjny, radiowy, internetowy, banery, outdoor, prasowy. W kampanii telewizyjnej (TVP3 Regionalne) 568 razy zostanie wyemitowany 30s spot nagrany z udziałem ambasadorów. W kampanii radiowej (RMF MAXX regionalne) wyemitowany zostanie 294 razy spot informacyjno-edukacyjny. Kampania internetowa prowadzona będzie w portalach lokalnych, regionalnych i horyzontalnych takich jak: onet, interia, wp, itd). Kampania outdoorowa realizowana będzie z wykorzystaniem 50 bilbordów mobilnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego i zachodniopomorskiego. Kampania prasowa realizowane będzie w prasie drukowanej i internetowej z wykorzystaniem artykułów sponsorowanych przygotowanych przez ekspertów PSEW oraz reklamy prasowej.
5. Kampania edukacyjna - zrealizowanych zostanie 6 eventów w nadmorskich miejscowościach "Lato z wiatrem" w Gdańsku, Łebie, Władysławowie, Ustce, Szczecinie i na terenie gminy Choczewo (wydarzenia będą kierowane głównie do odbiorców w wieku 6-13 lat i będą realizowane przez edukatorów w namiotach edukacyjnych w formie działań animacyjnych, informacyjnych quizów i konkursów; przeprowadzone zostanie 10 wykładów dotyczących aspektów wykorzystania energetyki wiatrowej na uczelniach wyższych Pomorza i Pomorza Zachodniego; zostaną przygotowane scenariusze zajęć edukacyjnych dla uczniów szkół podstawowych oraz konkurs dla nauczycieli w mediach społecznościowych.
6. Debata ekspercka on-line w Rzeczpospolitej, konferencja prasowa, biuro prasowe i obsługa PR.
7. Materiały promocyjne, ścianka wystawiennicza, windery, roll-upy.
8. **Obowiązki wykonawcy:**

Do obowiązków Wykonawcy w ramach umowy będzie należało wykonanie:

1. **Stworzenie szczegółowej strategii kampanii „PłynieMy z wiatrem” zawierającej następujące elementy:**– koncepcja kampanii**;**– koncepcja wraz z planem kampanii w media społecznościowych;
– koncepcja wraz z planem kampanii w prasie
– koncepcja wraz z planem kampanii w radiu i telewizji
– koncepcja kampanii banerowej w internecie
– koncepcja kampanii outdoorowej
– koncepcja eventów w miejscowościach nadmorskich
– koncepcja działań edukacyjnych w szkołach i uczelniach wyższych
– stworzenie klucza wizualnego kampanii z logo i księgą znaku
2. **Produkcja spotu edukacyjno-informacyjnego;**
3. **Produkcja i realizacja sesji zdjęciowej;**
4. **Obsługa PR:**
* Realizacja działań PR (tworzenie materiałów prasowych)
* Realizacja zadań biura prasowego przez okres trwania kampanii (kontakt z dziennikarzami)
* Realizacja 2 konferencji prasowych
* Realizacja debaty eksperckiej online w Rzeczpospolitej
1. **Realizacja kampanii w mediach społecznościowych przez okres trwania kampanii**

– Utworzenie i aktualizacja konta na YouTube
– Utworzenie i aktualizacja konta na Tik Toku
– Utworzenie i aktualizacja konta na Facebooku
– Utworzenie i aktualizacja konta na Instagramie

1. **Utworzenie portalu internetowego/zakładki kampanii**
2. **Współpraca z Influencerami (przynajmniej 2 influencerów w czasie trwania kampanii)**
3. **Przygotowanie materiałów edukacyjnych (opracowanie treści we współpracy z PSEW)**
4. **Realizacja eventów w nadmorskich miejscowościach (6 eventów w trakcie trwania kampanii)**
5. **Stworzenie grafik i treści na potrzeby:**

– realizacji kampanii w mediach społecznościowych
– realizacji kampanii w prasie

– realizacji kampanii outdoorowej

­– na potrzeby biura prasowego

– na potrzeby kampanii edukacyjnej

– projektów graficznych gadżetów

­– na potrzeby eventów w miejscowościach nadmorskich

1. **Produkcja materiałów promocyjnych:**

– ścianka wystawiennicza (3 szt.)
– windery (10 szt.)
– Roll-upy (6 szt.)
– ołówki (1000 szt.)
– peleryny (1000 szt.)
– latawce (1000 szt.)
­– torby bawełniane ekologiczne (1000 szt.)