

Opis przedmiotu zamówienia na potrzeby realizacji zadania: „Promocja mięsa drobiowego podczas 26 Festiwalu Piosenki Młodzieży Niepełnosprawnej w Ciechocinku”.

1. **Głównym celem zadania jest Utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce.**

Dla osiągnięcia celu głównego określonego w Strategii niezbędnym jest podejmowanie działań mających wpływ na „kształtowanie pozytywnego wizerunku i rozpoznawalności polskiego drobiu oraz polskich produktów z mięsa drobiowego.”

Konsumentom w Polsce brakuje odpowiedniej wiedzy z zakresu walorów mięsa drobiowego, co niestety tworzy poważne bariery wzrostu spożycia mięsa drobiowego. Posługują się oni często powtarzanymi błędnymi sloganami, niepotwierdzonymi informacjami, które zniechęcają do drobiu.

Pobudzenie wzrostu konsumpcji mięsa drobiowego w kraju wymaga działań edukacyjnych i promocyjnych chroniących branżę, kształtujących pozytywny wizerunek i rozpoznawalność mięsa drobiowego oraz utrwalających w świadomości współczesnego konsumenta walory smakowe oraz zdrowotne drobiu.

Jednym z bardzo ważnych problemów branży jest utrzymanie wysokiego poziomu spożycia drobiu w kraju. Poprzez pozytywne oddziaływanie promocji, informacji i wiedzy o zaletach drobiu w żywieniu człowieka, kierowane do uczestników organizowanych wydarzeń możliwym będzie zapobieganie spadkom konsumpcji.

Kampania jest kontynuacją działań promocyjnych PZZHiPD na rzecz potencjalnych konsumentów a także na członków ich rodzin, a sz2.czególnie rodzin z dziećmi – przyszłymi świadomymi konsumentami polskiego mięsa drobiowego.
2. **Grupę docelową zadania stanowią będą konsumenci oraz potencjalni konsumenci polskiego mięsa drobiowego, a szczególnie mieszkańcy Ciechocinka, zaproszeni goście oraz zainteresowani wczasowicze i kuracjusze z całej Polski będący dużą, różnorodną grupą potencjalnych konsumentów mięsa drobiowego.**
 - 1) Młodzi konsumenci (25-35 lat), mieszkający w miastach, ze średnim i 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) Osoby lubiące gotować i eksperymentować w kuchni.
 - 5) Seniorzy dla których zdrowie jest najwyższą wartością.

Niezbędne są działania informacyjno - edukacyjne związane z budowaniem świadomości konsumenckiej dotyczącej mięsa drobiowego, jego wartości i jakości, bezpieczeństwa, aspektów prozdrowotnych i lifestyle'owych (w tym kulinarnych), promocja mięsa drobiowego jako wartościowego źródła białka, wpisującego się w nowoczesny, zdrowy styl życia, zrównoważona produkcja (w tym m.in. dobrostan zwierząt).

Dążenie do osiągnięcia celu głównego odbywać będzie się poprzez realizację celów szczegółowych rozpisanych w planie i budżecie zadania.
3. **Zadanie będzie realizowane wg. filozofii S.M.A.R.T, zgodnie z zaplanowanym budżetem i działaniami ujętymi w planie, a wyszczególnionymi w tabeli formularza oferty jako koszty realizacji zadania.**
4. **Wykonawca zobowiązany jest do wytworzenia prawidłowej dokumentacji do rozliczenia zadania.** Między innymi zawierającej potwierdzenie wykonania wszystkich działań, w tym np. zdjęcia, gotowe materiały informacyjno-promocyjne, nagrania spotów, potwierdzenia emisji, oznakowania miejsca, pomieszczeń i tp. Zgodnie z zapisami Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13.06.2023 r zmieniającego rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych.(Dz. U. z dnia 16.06.2023 r. Poz1122).
5. **Przedmiotem zamówienia jest realizacja całego zadania w zakresie części dotyczącej zorganizowania i przeprowadzenia dużego wydarzenia promocyjnego w Ciechocinku.** Zamawiający oczekuje propozycji wykonania działań wymienionych w rzeczwo-finansowym zestawieniu kosztów oraz wskazanie dat i miejsc realizacji wydarzenia. Do szczegółowego opisu kreacji należy dołączyć wstępny scenariusz imprezy, projekty materiałów informacyjno-promocyjnych, opis oprawy artystycznej, konkursów.
6. **Wykonawca do rozliczenia zadania dołączy sprawozdanie, które** zawierać będzie między innymi: statystyki z mediów społecznościowych, wejść na strony internetowe, portale, potwierdzenia emisji spotów, reklam itp. a także dokumentację potwierdzającą realizację degustacji, dystrybucję wytworzonych materiałów informacyjno – promocyjnych, nagród.
7. **Piecę nad przygotowaniem, prawidłowym przebiegiem, realizacją zadania sprawować będzie wybrany w konkurencyjnej procedurze Wykonawca, którego oferta stanowić będzie integralną część umowy.**
8. **Terminy realizacji umowy.**
 - 1) Umowa będzie realizowana od dnia jej podpisania do 31.12.2023 r.
 - 2) Wykonawca przygotowuje i dołącza do oferty harmonogram czasowy realizacji działań obejmujących zakres przedmiotu umowy.



SEKRETARZ
Z G PZZHiPD
Aldona Łoś
Starsi Aldona Łoś