

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Cel:

Celem opublikowania **materiałów informacyjnych** dotyczących POPŻ 2014-2020 w 20 różnych tytułach prasy, jest poinformowanie społeczeństwa o POPŻ 2014-2020, postępach jego realizacji, korzyściach, źródłach finansowania, z uwypukleniem roli jaką w realizacji programu odgrywa Unia Europejska.

W artykułach zawarte będą informacje nt. dobrych praktyk stosowanych przy realizacji programu oraz jego celach i zasadach. Materiały będą składały się z części zawierającej informacje o POPŻ 2014-2020 oraz z wywiadu pokazującego dobre praktyki na różnych poziomach (ogólnokrajowym, regionalnym i lokalnym). Publikacje powinny zostać przygotowane w taki sposób, aby zarówno tekst jak i grafika przyciągały szczególną uwagę grupy docelowej.

2 Grupa docelowa:

Publikacje są adresowane w szczególności do:

- Osób, które z powodu trudnej sytuacji i niskich dochodów nie mogą zapewnić sobie odpowiedniego wyżywienia,
- Osób/rodzin znajdujących się w najtrudniejszej sytuacji (np. ubóstwo, sieroctwo, bezdomność, bezrobocie, niepełnosprawność długotrwała lub ciężka choroba).

oraz do przedstawicieli:

- Organizacji partnerskich o zasięgu ogólnopolskim lub ponadregionalnym (OPO)
 - Federacja Polskich Banków Żywnościowych,
 - Polski Czerwony Krzyż,
 - Polski Komitet Pomocy Społecznej,
 - Caritas Polska.
- Organizacji partnerskich regionalnych (OPR)
 - banki żywności:
 - oddziały okręgowe PKPS:
 - oddziały okręgowe PCK:
 - oddziały okręgowe Caritas Polska:
 - organizacji partnerskich lokalnych (OPL) m.in.:
 - lokalne stowarzyszenia i fundacje
 - oddziały rejonowe PKPS/PCK (kontakt za pośrednictwem organizacji partnerskich regionalnych)
- oraz innych organizacji i podmiotów zainteresowanych uczestnictwem w programie, m.in.:
 - ośrodków pomocy społecznej,

- władz samorządowych,
 - mediów lokalnych i regionalnych,
 - Organizacji charytatywnych.
2. Przedmiot zamówienia:
- Opracowanie copywriterskie (wraz z korektą tekstów w języku polskim, poprawności stylistycznej, ortograficznej, gramatycznej) i graficzne materiałów informacyjnych dotyczących POPŻ 2014-2020, na podstawie materiałów przesłanych drogą mailową przez Zamawiającego,
 - Zamieszczenie **16 ww. materiałów informacyjnych** dotyczących POPŻ 2014-2020 w **16 różnych tytułach prasy lokalnej dystrybuowanej bezpłatnie** (z wyłączeniem materiałów, wydawnictw sieci i centrów handlowych), **po jednym tytule dystrybuowanym w każdym województwie**, o nakładzie gwarantującym jak najszersze dotarcie do grupy docelowej opisanej w pkt. 2
 - Zamieszczenie **4 ww. materiałów informacyjnych w 4 różnych tytułach prasy ogólnopolskiej** (w wersjach papierowych i wydaniach internetowych), o nakładzie gwarantującym jak najszersze dotarcie do grupy docelowej opisanej w pkt. 2,
 - Materiały będą składały się z części zawierającej informacje o POPŻ 2014-2020 oraz z wywiadu pokazującego dobre praktyki na różnych poziomach (ogólnokrajowym, regionalnym i lokalnym). Wywiad przeprowadzi Wykonawca. Osoby, z którymi zostaną przeprowadzone wywiady zostaną zaproponowane Zamawiającemu w terminie 2 dni od podpisania umowy,
 - Zamawiający będzie **akceptował wszystkie materiały informacyjne, osoby z którymi zostaną przeprowadzone wywiady, treść wywiadów**, w drodze mailowej. Najpóźniej 3 dni roboczych od daty ich otrzymania materiały muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego, chyba, że strony ustalą, że krótszy termin akceptacji jest wymagany terminami realizacji działań podejmowanych w wykonaniu niniejszej Umowy,
 - Materiały informacyjne muszą być oznakowane logotypami i sloganami:
 - logo Programu Operacyjnego Pomoc Żywnościowa 2014-2020 (POPŻ 2014-2020),
 - logo Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej,
 - logo Agencji Rynku Rolnego,
 - znak Unii Europejskiej z dopisanym sloganem Europejski Fundusz Pomocy Najbardziej Potrzebującym.
 - Wszystkie logotypy zostaną przekazane Wykonawcy drogą elektroniczną w terminie 2 dni od podpisania umowy,
 - Materiały informacyjne muszą być opublikowane do **9 grudnia 2016 r.**,
 - Wykonawca przedstawi Zamawiającemu plan publikacji w terminie 2 dni od dnia podpisania umowy,
 - Opracowanie i przekazanie sprawozdania (zawierającego syntetyczną analizę efektywności dotarcia do grupy docelowej) z realizacji działań w terminie do 6 dni roboczych od dnia zakończenia opublikowania wszystkich 20 materiałów informacyjnych,

- Wykonawca i Zamawiający mają obowiązek, w dniu podpisania umowy, wyznaczyć po 2 osoby do kontaktów – nazwiska wraz z danymi kontaktowymi strony wymienią tego samego dnia w formie mailowej.

3. Wymagane cechy materiałów informacyjnych:

- wielkość ½ strony (dla formatu A3 lub większego) lub 1 strona (dla formatów mniejszych niż A3),
- kolorystyka – w pełnym kolorze,
- każdy materiał informacyjny musi zawierać znaki logo oraz slogany zgodnie z wytycznymi przesłanymi drogą mailową przez Zamawiającego po podpisaniu umowy.