

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (zwany dalej: „SOPZ”) – Część I

Działania komunikacyjne i informacyjne w radiu w ramach projektu nr POIS.02.04.00-00-0100/16 pn. *Opracowanie zasad kontroli i zwalczania inwazyjnych gatunków obcych wraz z przeprowadzeniem pilotażowych działań i edukacją społeczną*

### I. INFORMACJE OGÓLNE O INWAZYJNYCH GATUNKACH OBCYCH

Inwazje biologiczne obcych gatunków uznawane są obecnie za jedno z największych zagrożeń dla światowej przyrody. Jest to jeden z najmniej przewidywalnych i najbardziej dynamicznych procesów przyrodniczych będących skutkiem rozwoju cywilizacji. Konieczne jest jak najszybsze podjęcie próby szczegółowego zdiagnozowania problemu i rozpoczęcie działań, które mogłyby temu problemowi zaradzić. Negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze ma miejsce głównie poprzez wypieranie gatunków rodzimych oraz przeobrażanie siedlisk. Niektóre gatunki, jak np. barszcz Sosnowskiego czy barszcz Mantegazziego, mogą nawet stanowić zagrożenie dla zdrowia człowieka. Oprócz zmian środowiskowych ekspansja obcych gatunków powoduje również straty w gospodarce, które w samej tylko Unii Europejskiej szacuje się na poziomie 12 mld euro rocznie. Zmiany klimatu potęgują rozprzestrzenianie się inwazyjnych gatunków obcych roślin i zwierząt. Globalne ocieplenie, coraz częstsze susze i powodzie oraz podwyższenie poziomu dwutlenku węgla w atmosferze dają przewagę gatunkom, które mają większe zdolności adaptacyjne. Wszystkie państwa członkowskie Unii Europejskiej są zobowiązane do wdrożenia przepisów obowiązującego bezpośrednio rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1143/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań zapobiegawczych i zaradczych w odniesieniu do wprowadzania i rozprzestrzeniania inwazyjnych gatunków obcych. W ramach ww. rozporządzenia państwa członkowskie muszą m.in. stosować działania zaradcze wobec inwazyjnych gatunków obcych, które znajdują się w wykazie inwazyjnych gatunków obcych uznanych za stwarzające zagrożenie dla Unii.

### II. INFORMACJE O PROJEKCIE

Niniejsze zamówienie realizowane jest w ramach projektu nr POIS.02.04.00-00-0100/16 pn. *Opracowanie zasad kontroli i zwalczania inwazyjnych gatunków obcych wraz z przeprowadzeniem pilotażowych działań i edukacją społeczną* (zwany dalej: „Projektem”), którego realizacja jest współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020. Podstawowym celem realizacji projektu jest określenie stopnia inwazyjności gatunków obcych w Polsce, wskazanie gatunków najbardziej zagrażających rodzimej przyrodzie, oraz opracowanie dla nich metodyk zwalczania lub kontroli.

Ponadto projekt ma przyczynić się do podniesienia poziomu świadomości społeczeństwa na temat zagrożeń jakie stwarzają inwazyjne gatunki obce dla człowieka, środowiska naturalnego i gospodarki. Projekt zakłada przeprowadzenie szeregu działań o charakterze informacyjno-



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



edukacyjnym dotyczących problematyki występowania tych gatunków, stwarzanych przez nie zagrożeń, sposobach ich eliminacji, możliwych dróg wprowadzania i korzyściach z ograniczenia ich rozprzestrzeniania. Będą one kierowane zarówno do społeczeństwa, jak i do podmiotów, które w przyszłości będą wdrażać opracowane zasady, m.in. do samorządów, zarządców obszarów chronionych czy zarządców nieruchomości.

Szczegółowe cele Projektu to:

1. Określenie/wskazanie i opisanie kluczowych inwazyjnych gatunków obcych do zwalczania na terenie całego kraju.
2. Weryfikacja w środowisku naturalnym skuteczności metod wskazanych do eliminacji inwazyjnych gatunków obcych.
3. Zidentyfikowanie dróg niezamierzonego wprowadzania lub rozprzestrzeniania się inwazyjnych gatunków obcych stwarzających zagrożenie dla UE wraz ze wskazaniem dróg, które wymagają działań priorytetowych.
4. Opracowanie planów działania dotyczących dróg priorytetowych rozprzestrzeniania się inwazyjnych gatunków obcych.
5. Zgromadzenie i publiczne udostępnienie wszystkich informacji i danych na temat gatunków inwazyjnych występujących na terenie kraju oraz UE.
6. Podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat zagrożeń jakie stwarzają inwazyjne gatunki obce dla człowieka, środowiska naturalnego i gospodarki.
7. Rozpowszechnienie informacji na temat skutecznych/sprawdzonych metod kontroli lub eliminacji ze środowiska inwazyjnych gatunków obcych.

Powyższe cele wskazują, że działania w zakresie informacji i promocji są ważnym elementem Projektu.

### III. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE W PROJEKCIE

W ramach Projektu zaplanowano działania informacyjno-promocyjne (nie będące przedmiotem niniejszego zamówienia), które mają na celu wsparcie realizacji głównych zadań (przede wszystkim czynnych działań pilotażowych tj. zwalczania inwazyjnych gatunków obcych), a także wzrost wiedzy i świadomości ogółu społeczeństwa dotyczącej problematyki inwazji biologicznych. Działaniem, które ma charakter stały jest komunikacja na podstronie internetowej Projektu pod adresem: [www.projekty.gdos.gov.pl/igo](http://www.projekty.gdos.gov.pl/igo), dlatego wszelkie materiały informacyjne kierują odbiorców do tego adresu.

Inne działania promocyjne i edukacyjne realizowane w projekcie to:

1. Utworzenie i obsługa stanowisk informacyjnych GDOŚ podczas 5 wydarzeń regionalnych, w tym transport, logistyka i obsługa stanowiska.
2. Przygotowanie, produkcja i emisja 2 filmów nt. inwazyjnych gatunków obcych.
3. Działania komunikacyjne i informacyjne w prasie.



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



4. Przygotowanie i produkcja materiałów edukacyjnych związanych z realizacją Projektu.
5. Przygotowanie i produkcja materiałów informacyjnych związanych z realizacją Projektu.
6. Przygotowanie, wydruk i dystrybucja ulotki dotyczącej realizacji Projektu, gatunków inwazyjnych i działań pilotażowych w projekcie.
7. Skład, łamanie, wydruk i dystrybucja broszury podsumowującej wyniki Projektu oraz opracowań.
8. Konferencja zamykająca Projekt.

#### IV. ZAŁOŻENIA KOMUNIKACYJNE

Założeniem komunikacji jest ułatwienie uzyskania akceptacji społeczeństwa do działań realizowanych w projekcie i generalnie w zakresie zwalczania inwazyjnych gatunków obcych, a także zachęcenie do niewprowadzania lub zwalczania inwazyjnych gatunków obcych w środowisku przyrodniczym, np. rezygnacja z uprawy tych gatunków lub ich usunięcie z ogródków działkowych i przydomowych.

Celem wszystkich działań komunikacyjnych realizowanych w projekcie jest:

1. Zwiększenie wiedzy społeczeństwa czym są inwazyjne gatunki obce i jakie stanowią zagrożenie dla gospodarki, przyrody i zdrowia człowieka;
2. Zwiększenie świadomości społeczeństwa związanej z tematem zagrożenia powodowanego przez inwazyjne gatunki obce i przedstawienie w jaki sposób działania pojedynczego człowieka mogą wpłynąć na zmniejszenie tego zagrożenia;
3. Zachęcenie do angażowania się w działania poprzez np. rezygnację z kupowania i niewprowadzanie, a także niewypuszczanie (tj. nieuwalnianie do środowiska) już zidentyfikowanych inwazyjnych gatunków obcych roślin i zwierząt;
4. Promocja gatunków zalecanych do zastosowania w ogrodnictwie i na działkach, oraz w przydomowych uprawach amatorskich;
5. Promocja podstrony projektowej [www.projekty.gdos.gov.pl/igo](http://www.projekty.gdos.gov.pl/igo).

Dla osiągnięcia założonych celów istotne jest zróżnicowane, kompleksowe i etapowe podejście do realizacji działań. Kluczowe jest bowiem bezpośrednie dotarcie do odbiorców. Należy zauważyć, iż bezpośrednia forma komunikacji jest niezbędna z uwagi na trudną w dotarciu grupę docelową, jaką stanowi społeczność lokalna.

Ryzykiem jakie zostało zidentyfikowane i które należy brać pod uwagę przy planowaniu działań, jest niezrozumienie przekazywanych w skrótovej formie informacji merytorycznych oraz niezrozumienie pozytywnych skutków, jakie mogą przynieść działania pilotażowe na danym terenie, polegające na zwalczeniu lub kontroli lokalnych populacji inwazyjnych gatunków obcych.

#### V. ZAŁOŻENIA KOMUNIKACYJNE RADIO

Z uwagi na to, że działania będą realizowane na poziomie lokalnym/regionalnym celem jest dotarcie do słuchaczy poprzez lokalne lub regionalne stacje radiowe z ważnymi i ciekawymi tematami,



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



dotyczącymi zagrożeń ze strony inwazyjnych gatunków obcych w regionach. Głównymi celami skierowanymi do społeczności lokalnej są:

- podniesienie świadomości i wiedzy o inwazyjnych gatunkach obcych ze szczególnym uwzględnieniem gatunków i problemów występujących na poziomie lokalnym/regionalnym;
- przekazanie informacji o przepisach prawnych, zakazach dotyczących tych gatunków, które dotyczą obywateli oraz, w przypadkach jeśli to możliwe, wskazanie konkretnej instytucji, do której można się kierować z pytaniami, problemami;
- promocja działań realizowanych w ramach Projektu i działań GDOŚ w zakresie metod zwalczania inwazyjnych gatunków obcych.

#### V.1. CEL MARKETINGOWY RADIO

Celem marketingowym w radiu jest dotarcie z przekazem kampanii do mieszkańców danego regionu.

#### V.2. CEL MEDIOWY RADIO

Celem mediowym jest maksymalizacja zasięgu 1+ oraz zasięgu na efektywnym poziomie częstotliwości wyliczonym przez Wykonawcę.

Szczegółowy cel mediowy powinien być określony przez Wykonawcę na podstawie celu głównego kampanii oraz przeprowadzonych analiz własnych.

#### V.3. GRUPA DOCELOWA RADIO

Słuchacze lokalnych lub regionalnych stacji radiowych z danego regionu, mieszkańcy regionu.

### VI. ZADANIA WYKONWACY

1. Przygotowanie koncepcji i realizacja działań w radiu lokalnym i/lub regionalnym:
  - 1.1 Przygotowanie i emisja co najmniej 10 audycji w lokalnych i/lub regionalnych stacjach radiowych;
  - 1.2 Działania dodatkowe w ramach emisji w radiu.
2. Przygotowanie materiałów zgodnie z wytycznymi dotyczącymi umieszczania logo, nazwy Programu Infrastruktura i Środowisko oraz Unii Europejskiej, oraz przepisów w zakresie oznaczania audycji sponsorowanych.
3. Raportowanie z realizacji działań.

#### VI.1. Przygotowanie koncepcji i realizacja działań niestandardowych w radiu lokalnym lub regionalnym.

Wykonawca na podstawie materiałów przekazanych **w terminie 5 dni roboczych od dnia podpisania Umowy** przez Zamawiającego przygotowuje koncepcję obecności Zamawiającego w lokalnych lub regionalnych stacjach radiowych w formie „mediaplanu” (nazwa stacji, harmonogram emisji i **nagrań**, długość materiału), a także przedstawi szacowane dotarcie do słuchaczy, zgodnie z poniższymi założeniami:



- 1) z uwagi na założenia Projektu i trudną tematykę, która wymaga zaprezentowania informacji w przystępny i dokładny sposób, konieczny jest wybór dłuższych form materiałów w formie działań niestandardowych, redakcyjnych takich, jak: wywiady, reportaże itp. w formie np. sponsoringu audycji;
- 2) z uwagi na założenie nawiązania do informacji lokalnych preferowane rozgłoszenie to rozgłoszenie lokalne lub regionalne tj. z dominującymi informacjami lokalnymi;
- 3) założeniem jest realizacja minimum 1 wywiadu, relacji, reportażu lub innych działań redakcyjnych w 1 radiu lokalnym/regionalnym z mediaplenu nie wyłączając możliwości powtórnej emisji;
- 4) **Zamawiający każdorazowo wskaże osoby do kontaktu i ew. przeprowadzenia wywiadów w danym radiu lokalnym/regionalnym;**
- 5) realizacja kampanii w radiu planowana jest w okresie od II/III kwartału 2021 r. Termin może ulec zmianom w związku z dostosowaniem terminu kampanii radiowej do terminu realizacji innych działań w projekcie, w szczególności harmonogramu działań pilotażowych

1.1 Przygotowanie i emisja co najmniej 10 audycji w radiu lokalnym o długości co najmniej 5 minut każda.

1.1.1 Do zadań Wykonawcy będzie należało przygotowanie, produkcja i koprodukcja materiałów w tym:

- 1) wywiadów, relacji, reportaży lub innych działań redakcyjnych np. konkursów;
- 2) produkcja wymaganej ilości spotów wskazujących sponsora (przed i po emisji) - zgodnie z wymaganiami rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia z dnia 6 lipca 2000 r. w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów dla każdej z wybranych rozgłośni (Dz. U. z 2014 r. poz. 203);
- 3) emisja wyprodukowanych materiałów, o których mowa powyżej w preferowanych godzinach emisji od 9:00 do 17:00.

1.1.2. **Wykonawca w harmonogramie emisji o którym mowa w § 1 ust. 3 Umowy wskaże terminy niezbędne do akceptacji materiałów, gwarantujące prawidłową realizację umowy oraz zgłoszenia poprawek do koncepcji scenariusza i ewentualnych pytań do osoby do kontaktu i ew. przeprowadzenia wywiadów w danym radiu lokalnym/regionalnym.**

1.1.3. **Wykonawca ustali termin nagrania z osobą do kontaktu i ew. przeprowadzenia wywiadów w danym radiu lokalnym/regionalnym, o której w dogodnym dla niego terminie i zapewni co najmniej możliwość 1 krotnego odsłuchu i modyfikacji materiału przed emisją**

1.2 Działania dodatkowe w ramach emisji w radiu.

Wykonawca w każdej z 10 stacji radiowej zrealizuje działania dodatkowe na stronie internetowej lub koncje stacji radiowej w serwisie społecznościowym i opublikuje dodatkowe materiały wzmacniające przekaz lub promujące pojawiające się materiały, np.:

1.2.1 Umieści wywiady, relacje, reportaże lub inne działania redakcyjne, np. konkursy na podstronie w wersji do odsłuchania.



1.2.2 Po nagraniu i wyemitowaniu audycji zapewni jej zarchiwizowanie i udostępnienie na swojej stronie internetowej i oznaczy w sposób umożliwiający jej łatwe znalezienie i odsłuchanie (bez konieczności posiadania i pobierania aplikacji). Audycja będzie dostępna co najmniej przez 60 dni kalendarzowych od dnia jej umieszczenia.

1.2.3 Przygotuje i umieści na podstronach radia (jeśli są) materiały promocyjne /plakaty/grafiki przygotowane w ramach Oferty Wykonawcy w celu wzmocnienia przekazu, zapraszające na audycje lub do odsłuchania audycji bieżącej lub przedstawiające inne treści związane z realizacją Projektu.

1.2.4 Dla wszystkich działań dodatkowych Wykonawca przygotowuje, w odpowiednich wymaganych przez radio plikach graficznych lub audio, materiały i zapewni ich opublikowanie.

## **VI.2. Przygotowanie materiałów zgodnie z wytycznymi dotyczącymi umieszczania logo, nazwy Programu Infrastruktura i Środowisko oraz Unii Europejskiej, oraz przepisów w zakresie oznaczania audycji i materiałów sponsorowanych.**

Wykonawca przygotowuje materiały zgodnie z obowiązującym prawem tj. zapewni właściwe oznaczenia sponsorskie w radiu, w formacie i długości ustalonym z nadawcą radiowym zgodnie z ustawą z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2019 r. poz. 361, z późn. zm.) i przedstawi je do akceptacji Zamawiającego.

2.1 Wykonawca wyemituje oznaczenia sponsorskie w ilości i w sposób zgodny z ustawą o radiofonii i telewizji.

2.2 Zgodnie z postanowieniami umowy o dofinansowanie Projektu oraz zgodnie z zasadami opisanymi w dokumencie Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji (wersja z dnia 14 czerwca 2016 r. dostępnym na stronie:

[https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/21172/Podrecznika\\_wnioskodawcy\\_i\\_beneficjenta\\_info\\_promo\\_140616.pdf](https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/21172/Podrecznika_wnioskodawcy_i_beneficjenta_info_promo_140616.pdf) – wersja dla umów podpisanych do dnia 31 grudnia 2017 r.) każdorazowo na wszystkich dokumentach powstałych w ramach realizacji Umowy a także na materiałach wizualnych publikowanych w ramach realizacji działań dodatkowych na stronach internetowych i kontaktach społecznościowych rozgłośni radiowych. Wykonawca umieści logo Programu Infrastruktura i Środowisko, logo Funduszu Spójności Unii Europejskiej oraz logo Generalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska (logo GDOS do pobrania ze strony: <http://www.gdos.gov.pl/loga-do-pobrania>) w następującym układzie:



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



2.3 Na wszystkich dokumentach powstałych w trakcie realizacji Umowy a także na materiałach wizualnych publikowanych w ramach realizacji działań dodatkowych na stronach internetowych



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności



i kontaktach społecznościowych rozgłośni radiowych Wykonawca umieści również informację o współfinansowaniu Umowy o treści: Współfinansowano w ramach Projektu nr POIS.02.04.00-00-0100/16 pn. *Opracowanie zasad kontroli i zwalczania inwazyjnych gatunków obcych wraz z przeprowadzeniem pilotażowych działań i edukacją społeczną* ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko.

2.4 Układ, kolorystyka oraz treść informacji o dofinansowaniu będzie każdorazowo uzgadniana z Zamawiającym w zależności od materiału **i wymaga jego akceptacji**.

2.5 W przypadku, gdy działania w ramach Umowy będą realizowane we współpracy z partnerem lub patronem, a wzajemne ustalenia będą wymagały umieszczenia logotypu partnera, Wykonawca przygotowuje materiały w wymaganym formacie z uwzględnieniem tych logotypów.

### **VI.3. Raportowanie z realizacji działań**

Wykonawca jest zobowiązany raportować z realizacji Umowy i jest zobowiązany osiągnąć wskaźniki zaproponowane w Ofercie. Osiągnięcie wskaźników oraz realizacja zadań ma być jasno wykazane w raporcie końcowym i w przejrzysty sposób udokumentowane.

3.1 Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji Raporty w terminie i trybie określonym w § 2 umowy.



**Fundusze Europejskie**  
Infrastruktura i Środowisko



**Unia Europejska**  
Fundusz Spójności

