**SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**(*zwany dalej: „SOPZ”*)**

Na realizację działań komunikacyjnych i informacyjnych 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.*

INFORMACJE O PROJEKCIE

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. Elementem Projektu jest też przeprowadzenie działań pilotażowych polegających na praktycznym przetestowaniu i weryfikacji skuteczności opracowanych metod zwalczania w terenie.

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-edukacyjnym dotyczących problematyki występowania tych gatunków, stwarzanych przez nie zagrożeń, sposobach ich eliminacji, możliwych drogach wprowadzania i korzyściach z ograniczenia ich rozprzestrzeniania. Działania te są 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.

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 inwazyjnych gatunków obcych na środowisko przyrodnicze ma miejsce głównie poprzez wypieranie gatunków rodzimych oraz przeobrażanie siedlisk. Niektóre gatunki, jak np. *barszcz Sosnowskiego* czy *barszcz Mantegazziego*, mogą też stwarzać zagrożenie dla zdrowia człowieka. Oprócz zmian środowiskowych ekspansja obcych gatunków powoduje również wymierne straty gospodarcze, 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* ([Dz.U.UE.L.2014.317.35)](https://sip.lex.pl/#/act/68467706/1803771?keyword=Rozporz%C4%85dzenie%20Parlamentu%20Europejskiego%20i%20Rady%20(UE)%20nr%201143~2F2014%20z%20dnia%2022%20pa%C5%BAdziernika%202014%20r.%20w%20sprawie%20dzia%C5%82a%C5%84%20zapobiegawczych%20i%20zaradczych%20w%20odniesieniu%20do).   
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 Europejskiej.

1. **TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

Realizacja kampanii w radiu, w tym emisja przygotowanych w ramach realizacji zamówienia audycji radiowych, planowana jest w okresie do dnia 30 listopada 2020 r.

Termin ten może ulec zmianie w przypadkach, o których mowa w umowie o udzieleniu zamówienia publicznego.

1. **ZAŁOŻENIA KOMUNIKACYJNE ZAMÓWIENIA**

Założeniem komunikacji jest ułatwienie zrozumienia przez społeczeństwo konieczności podjęcia działań realizowanych w Projekcie i generalnie w zakresie zwalczania inwazyjnych gatunków obcych, a także zachęcenie do niewprowadzania lub zwalczania inwazyjnych gatunków obcych, np. poprzez rezygnację z uprawy tych gatunków lub ich usunięcie z ogródków działkowych i przydomowych. Założenia komunikacyjne zawierają:

1. Zwiększenie wiedzy społeczeństwa na temat tego, czym są inwazyjne gatunki obce i jakie stanowią zagrożenie dla gospodarki, przyrody i zdrowia człowieka, ze szczególnym uwzględnieniem gatunków i problemów występujących na obszarze zasięgu danej rozgłośni radiowej.
2. Zwiększenie świadomości społeczeństwa związanej z tematem zagrożeń powodowanych przez inwazyjne gatunki obce i przedstawienie w jaki sposób działania pojedynczego człowieka mogą wpłynąć na zmniejszenie tych zagrożeń.
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 nie wykazujących charakteru inwazyjnego, zalecanych do zastosowania w ogrodnictwie i na działkach, oraz w przydomowych uprawach amatorskich.
5. Przekazanie informacji o przepisach i zakazach dotyczących inwazyjnych gatunków obcych, które dotyczą obywateli oraz, w przypadkach jeśli to możliwe, wskazanie konkretnej instytucji, do której można się kierować z pytaniami, problemami.
6. Promocja działań realizowanych w ramach Projektu i działań GDOŚ w zakresie metod zwalczenia inwazyjnych gatunków obcych, a także promocja podstrony projektowej: www.projekty.gdos.gov.pl/igo.

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

INNE DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE W PROJEKCIE

W ramach Projektu zaplanowano też inne działania informacyjno-promocyjne (nie będące przedmiotem niniejszego zamówienia), które mają na celu wsparcie realizacji głównych zadań (przede wszystkim czynnych działań pilotażowych, tj. testowego 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, dlatego wszelkie materiały informacyjne mają kierować odbiorców do tego adresu.

CELE KOMUNIKACYJNE ZAMÓWIENIA i GRUPA DOCELOWA

UWAGA: Z uwagi na tematykę zamówienia preferowane są stacje o zasięgu regionalnym na poziomie województwa lub kilku województw, z dominującymi informacjami dotyczącymi regionu, województwa.

1. Celem marketingowym w radiu jest dotarcie z przekazem kampanii do mieszkańców obszaru objętego zasięgiem danej stacji radiowej, w co najmniej 5 województwach łącznie.
2. Celem mediowym jest maksymalizacja zasięgu i budowanie częstotliwości oraz dotarcie do słuchaczy z obszaru zasięgu danej stacji radiowej. Szczegółowy cel mediowy powinien być określony przez Wykonawcę na podstawie celu głównego kampanii oraz przeprowadzonych analiz własnych. Dotarcie ma być określone w punktach procentowych dla każdej stacji radiowej w której emitowane będą audycje, zgodnie z harmonogramem, o którym mowa w **pkt. III.1. SOPZ.**
3. Grupa docelowa: słuchacze stacji radiowych z obszaru co najmniej 5 wybranych województw łącznie.
4. **ZADANIA WYKONWACY**

Zamawiający podzielił realizację zamówienia **na 3 główne zadania** omówione szczegółowo   
**w pkt III.1.–III.3** niniejszego SOPZ, to jest:

1. Przygotowanie co najmniej **2 audycji o długości ok. 5 minut każda** (tj. +/- 30 sekund) i emisja każdej z nich w co najmniej 5 stacjach radiowych o zasięgu (sygnał FM) co najmniej 5 województw łącznie.
2. **Działania dodatkowe** w ramach oferty.
3. **Raportowanie** z realizacji działań.

**Materiały przygotowane przez Wykonawcę w związku z realizacją niniejszego zamówienia (audycje, teksty, grafiki, itp.) powinny być** zgodne z wytycznymi dotyczącymi umieszczania logotypów, nazwy Programu Infrastruktura i Środowisko oraz Unii Europejskiej, oraz z przepisami w zakresie oznaczania audycji sponsorowanych (dodatkowe wymagania opisano w pkt III. 4. poniżej).

**III.1. Przygotowanie co najmniej 2 audycji o długości ok. 5 minut każda** (tj. +/- 30 sekund) **i ich emisja w co najmniej 5 stacjach radiowych o zasięgu (sygnał FM) co najmniej 5 województw łącznie.**

1. Zamawiający, w terminie do 3 dni roboczych od dnia zawarcia Umowy, przekaże Wykonawcy wytyczne dotyczące realizacji Umowy. Wykonawca, m.in. na podstawie tych wytycznych, w terminie do 7 dni roboczych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego, przygotuje:
2. harmonogram obecności Zamawiającego w co najmniej 5 stacjach radiowych o zasięgu (sygnał FM) co najmniej 5 województw łącznie, zwany dalej „**Harmonogramem**” – Harmonogram będzie określał terminy związane z nagraniem audycji oraz nazwę stacji wraz z planowanymi terminami emisji uwzgledniającymi liczbę powtórzeń w preferowanych przez Zamawiającego godzinach,, terminami i opisem działań dodatkowych, zgodnie z Ofertą Wykonawcy.
3. zarys scenariusza każdej z dwu audycji.

Harmonogram i koncepcje scenariuszy podlegać będą akceptacji Zamawiającego. Procedura akceptacji została określona w umowie o udzielenie zamówienia publicznego.

1. Wykonawca w harmonogramie, o którym mowa w pkt 1 lit. a powyżej, wskaże terminy gwarantujące prawidłową realizację Umowy z uwzględnieniem terminów zgłaszania przez Zamawiającego poprawek i akceptacji.
2. Zamawiający, najpóźniej w chwili akceptacji zarysu scenariusza danej audycji, o którym mowa w pkt 1 lit. b powyżej, każdorazowo wskaże osoby do kontaktu (ekspertów) do przygotowania audycji (przeprowadzenia wywiadu) w ramach działań realizowanych w Umowie.
3. Wykonawca ustali z Zamawiającym i wskazaną osobą do kontaktu termin nagrania audycji. Audycja zostanie nagrana w dogodnym dla Zamawiającego terminie, wynikającym np. z dostępności eksperta itp.
4. Nagrana audycja podlegać będzie akceptacji Zamawiającego. W szczególności Wykonawca zapewni Zamawiającemu każdorazowo możliwość odsłuchu i modyfikacji audycji przed emisją pod kątem merytorycznym i techniczno-formalnym. Akceptacja odbywać się będzie zgodnie z procedurą określoną w umowie o udzielenie zamówienia publicznego.
5. W przypadku modyfikacji audycji Wykonawca każdorazowo jest zobowiązany przedłożyć poprawiony materiał do odsłuchu i akceptacji Zamawiającego.
6. Sugerowane formy audycji: wywiady, relacje, reportaże z sondą uliczną na początku audycji, o charakterze poradnikowym, edukacyjnym. Styl dynamiczny ale nie sensacyjny, zachęcający słuchaczy do słuchania audycji. Wypowiedź ekspercka, językiem nie hermetycznym ale zrozumiałym dla większości słuchaczy.
7. Wykonawca przygotuje i wyprodukuje co najmniej 2 audycje radiowe o długości ok. 5 minut każda (tj. +/- 30 sekund) oraz:
8. wyemituje minimum jednokrotnie (zgodnie z Ofertą) każdą z dwóch wyprodukowanych audycji w co najmniej 5 stacjach radiowych o sumarycznym zasięgu (sygnał FM) minimum 5 województw, w godzinach od 7.00 do 11.00 lub 16:00-18:00 (czyli łączna minimalna liczba emisji obu audycji wynosi 10);
9. wyprodukuje i wyemituje wymaganą liczbę spotów wskazujących sponsora audycji (przed i po emisji każdej audycji) – zgodnie z wymaganiami ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. *o radiofonii i telewizji* (Dz. U. z 2020 r. poz. 805) oraz wydanego na jej podstawie rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. *w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów* (Dz. U. z 2014 r. poz. 203).

**III.2. Działania dodatkowe w ramach oferty**

Wykonawca w każdej stacji radiowej, w której emitowane będą audycje, zrealizuje działania dodatkowe (opisane w zaakceptowanym przez Zamawiającego Harmonogramie) na stronie internetowej lub na koncie stacji radiowej w serwisie społecznościowym i zapewni publikację dodatkowych materiałów wzmacniających przekaz lub promujących audycje, w tym:

1. Po nagraniu i wyemitowaniu audycji zapewni jej zarchiwizowanie i udostepnienie na stronie internetowej stacji radiowej (w formie *podcastu*), w której została wyemitowana, oraz oznaczy   
   w sposób umożliwiający jej łatwe znalezienie i odsłuchanie (bez konieczności posiadania   
   i pobierania aplikacji). Audycja będzie dostępna do odsłuchania co najmniej przez 60 dni kalendarzowych od dnia jej udostępnienia.
2. Przygotuje i umieści na podstronach stacji radiowej (jeśli są) oraz *fanpage* w mediach społecznościowych (jeśli jest) materiały informacyjno-promocyjne przygotowane w ramach realizacji Umowy w celu wzmocnienia przekazu, np. zapraszające na audycje lub do odsłuchania audycji, lub przedstawiające inne treści związane z realizacją Projektu.
3. Dla wszystkich działań dodatkowych Wykonawca przygotuje, w wymaganych przez stacje radiowe plikach graficznych lub audio, materiały i zapewni ich opublikowanie.

Wykonawca może zrealizować inne działania dodatkowe (tj. takie, które nie wynikają wyraźnie z zaakceptowanego przez Zamawiającego Harmonogramu), np. konkursy antenowe lub na profilu społecznościowym, w którym zapewni nagrody. Zarówno forma działań jak i materiały do ich realizacji muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.

**III.3. Raportowanie z realizacji działań**

1. Wykonawca jest zobowiązany raportować Zamawiającemu realizację Umowy i jest zobowiązany osiągnąć wskaźniki zaproponowane w Ofercie w ramach kryterium oceny ofert. Po przeprowadzeniu wszystkich opisanych wyżej działań Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport z ich realizacji, zwany dalej „**Raportem**”. Osiągnięcie wskaźnika oraz realizacja zadań ma być jasno wykazane w Raporcie i w przejrzysty sposób udokumentowane.
2. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji Raport (wraz z dokumentami potwierdzającymi poziom osiągnięcia wskaźnika zaproponowanego w Ofercie) w terminie i trybie określonym w Umowie.

**III.4.** **Oznakowanie materiałów**

Przygotowane przez Wykonawcę w ramach Umowy materiały (w szczególności: audycje, spoty, o których mowa w pkt III.1 pkt 8 lit b powyżej, dodatkowe materiały, o których mowa w pkt III. 2 powyżej) powinny zostać oznakowane zgodnie z wytycznymi dotyczącymi umieszczania logotypów   
i nazwy *Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020* oraz Unii Europejskiej, a także zgodnie przepisami w zakresie oznaczania audycji i materiałów sponsorowanych.

1. Wykonawca przygotuje materiały zgodnie z obowiązującym prawem, tj. zapewni właściwe oznaczenia sponsorskie audycji, w formacie i długości ustalonym z nadawcą radiowym zgodnie   
   z ustawą z dnia 29 grudnia 1992 r. *o radiofonii i telewizji* oraz rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. *w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów*.
2. Wykonawca wyemituje oznaczenia sponsorskie w ilości i w sposób zgodny z ustawą z dnia 29 grudnia 1992 r. *o radiofonii i telewizji* oraz rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 6 lipca 2000 r. *w sprawie sposobu sponsorowania audycji lub innych przekazów*.
3. 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 promocj*i (wersja z dnia 14 czerwca 2016 r. dostępna na stronie:

*https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/media/21172/Podrecznika\_wnioskodawcy\_i\_beneficjenta\_info\_promo\_140616.pdf - wersja dla umów podpisanych przed 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 publikacjach zamieszczanych na kontach społecznościowych rozgłośni radiowych Wykonawca umieści logo Programu Infrastruktura i Środowisko, logo Funduszu Spójności Unii Europejskiej oraz logo Generalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska (logo GDOŚ do pobrania ze strony: http://www.gdos.gov.pl/loga-do-pobrania).

1. Na wszystkich dokumentach powstałych w trakcie realizacji Umowy, w tym na materiałach wizualnych publikowanych w ramach realizacji działań dodatkowych na stronach internetowych i publikacjach zamieszczanych na kontach 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 2014-2020*.
2. Układ, kolorystyka oraz treść informacji o dofinasowaniu, o którym mowa w pkt. 3, będzie każdorazowo uzgadniana z Zamawiającym w zależności od materiału i wymaga uzyskania akceptacji przed publikacją.
3. W przypadku zmiany zasad oznakowania materiałów, o których mowa powyżej (w szczególności wynikających ze zmiany przepisów prawa lub zasad, o których mowa w pkt 3) w trakcie realizacji Umowy, Wykonawca zobowiązany jest dostosować oznakowanie materiałów do aktualnych zasad. O zmianie zasad, o których mowa w pkt 3, Zamawiający poinformuje niezwłocznie Wykonawcę). Tego rodzaju zmiana nie wymaga aneksu do umowy o udzielenie zamówienia publicznego.