

**PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA – BRIEF**

**KAMPANIA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEJ GOSPODARKI LEŚNEJ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontekst:**  | Wyzwaniem obecnych czasów jest to, jak dostarczać surowce potrzebne do rozwoju gospodarczego i zaspakajania naszych potrzeb, a jednocześnie chronić przyrodę. W przypadku ochrony lasów i pozyskiwania z nich drewna, te dwa cele można pogodzić. Istnieje wiele przedmiotów codziennego użytku, które są tego przykładem: meble, papier, etykiety, opakowania, pieluchy, ubrania... pod warunkiem, że drewno do ich produkcji pochodzi z lasów zarządzanych w sposób zrównoważony. **Zrównoważona gospodarka leśna (ZGL) oznacza pozyskiwanie potrzebnego nam surowca przy jak najmniejszych szkodach ekologicznych, z dbałością o zachowanie cennej przyrody**. **ZGL równoważy bowiem potrzeby ludzi, przyrody i ekonomii. Zapewnia użytkowanie lasów w taki sposób, aby nie umniejszać ich zasobów i jednocześnie zachowywać ich różnorodność biologiczną.** ZGL polega m. in na odpowiednim doborze zarówno tempa, sposobu, jak i obszarów do pozyskiwania drewna. Ale lasy to nie tylko drewno. Lasy stabilizują obieg wody w przyrodzie, przeciwdziałają powodziom, lawinom i osuwiskom, chronią gleby przed erozją, stabilizują i oczyszczają atmosferę, tworzą warunki do zachowania potencjału biologicznego licznych gatunków i ekosystemów, tworzą lepsze warunki dla zdrowia i życia ludności oraz dla produkcji rolniczej. Las zarządzany w sposób zrównoważony może wciąż pełnić te wszystkie ważne dla nas funkcje (ochronne, gospodarcze, społeczne). |
| **Cele:**  | **CEL GŁÓWNY** działań przyrodniczych - chcemy, aby wszystkie lasy w Polsce były zarządzane w sposób zrównoważony – z uwzględnieniem potrzeb ludzi i środowiska.**CEL KOMUNIKACYJNY** – zbudować szeroką świadomość jak ważna jest zrównoważona gospodarka leśna w naszym życiu oraz otworzyć pozytywny dialog na ten temat (przede wszystkim z Lasami Państwowymi)Uwaga! Realizację celów będziemy badać następującymi pytaniami w badaniu opinii publicznej: Co to jest ZGL? Czy ZGL jest ważna? Czy WWF działa na rzecz ZGL? Znajomość certyfikatu FSC. |
| **Insighty/bariery:**  | * brak wiedzy o zrównoważonej gospodarce leśnej i jej znaczeniu
* brak wiedzy o tym, że zdrowie lasu wiąże się z naszym dobrostanem fizycznym i ekonomicznym
* brak wiedzy i refleksji w jak wielu produktach i sferach życia potrzebujemy drewna (nawet ubrania i dziecięce pieluszki, kultura, język, baśń)
 |
| **Główny przekaz**  | **Główny komunikat: CHRONIĄC LAS, CHRONIMY SIEBIE. Zrównoważona gospodarka leśna pozwala pozyskać drewno a jednocześnie dba o zachowanie różnorodności biologicznej i przyszłość lasów, dzięki czemu my możemy korzystać z ich wielorakich usług.****RTB -** **Las, który jest zarządzany w zrównoważony sposób,** zapewnia Tobie i Twoim bliskim nie tylko drewno do produkcji wielu przedmiotów użytku codziennego ale także zdrową i przyjazną teraźniejszość i przyszłość, gdyż dostarcza usług ekosystemowych, które warunkują życie człowieka i zdrowie planety (m.in. czyste powietrze, różnorodność biologiczna, łagodzenie zmiany klimatu). Jego zasoby nie są jednak nieskończone i musimy z niego korzystać odpowiedzialnie. **CTA** - pomóż nam chronić lasy, WWF - razem możemy więcej (odesłanie do strony www)  |
| **Do kogo mówimy?**   | SZEROKO: Wszyscy Polacy w wieku konsumenckim / każdy kto na co dzień używa wyrobów z drewna w tym np.: przemysł odzieżowy/modowy, producenci wyrobów drzewnych i biznes drzewny, producenci opakowań, drukarnie wydawcy książek, biura, office managerowie, zwolennicy, pracownicy i osoby decyzyjne w Lasach Państwowych, leśnicy, zarządcy lasów, organizacje pozarządowe, matki (pieluszki, mebelki, zabawki itd..), urządzający mieszkanie, branża remontowa, architekci wnętrz, agencje reklamowe, firmy kurierskie i transportowe, studenci, etc. |
| **Ton komunikacji** | * Przyjazny, edukacyjny
* Włączający, nie oceniający negatywnie (np. Lasów Państwowych), dający nadzieję, że wspólne działanie (współpraca) przyniesie efekty **Nie przedstawiamy tradycyjnej gospodarki leśnej negatywnie – nie straszymy wyciętymi lasami, czyli to nie ma być komunikacja negatywna, ale pozytywna!**
* Bezpośredni, angażujący, przykuwający uwagę
 |
| **Zadanie dla domu mediowego** | Przygotowanie strategii komunikacji mediowej.Zaplanowanie i wykupienie kampanii w mediach. PLANOWANE DZIAŁANIA:- Strona www jako hub wiedzy o ZGL (jako podstrona na wwf.pl), **wszystkie działania muszą kierować na stronę** - Spot TV/Internet 30” (+ skróty) edukacyjny i kierujący na www (liczymy na darmowe emisje w TVP)- animowane grafiki – do wykorzystania według rekomendacji domu mediowego (Internet, digital OOH, etc)- debata z Lasami Państwowymi (TBC, jesteśmy w trakcie uzgadniania)- współpraca z influencerką (już mamy propozycję i wstępną zgodę konkretnej osoby, poza działaniem domu mediowego)- działania niestandardowe – jesteśmy otwarci na rekomendacje!START KAMPANII: nie później niż w tyg. 21-27.11 (przynajmniej jedno działanie/kanał)W załączniku “Pomysł kreatywny” przedstawiamy planowaną kampanię, do której powinna być dostosowana przedstawiona przez wykonawcę oferta. |
| **Budżet** | Nieprzekraczalny budżet: 99 000 PLN brutto  |