



Nr referencyjny **WYD/2023/03/17**

## Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego - Opis przedmiotu zamówienia

### Działania marketingowe i public relations

#### 1. Określenie przedmiotu zapytania

Przedmiotem zamówienia jest prowadzenie szeroko rozumianych działań marketingowych i public relations wspierających realizację celów założonych w ramach projektów prowadzonych przez Fundację WWF Polska.

#### 2. Zakres usług

Fundacja WWF Polska chce podjąć współpracę z firmą, której będzie zlecała działania z obszaru marketingu i public relations. Planowany okres współpracy to 3 lata od momentu podpisania umowy. Plan wydarzeń, którymi miałby zajmować się wykonawca będzie ustalany na podstawie zapotrzebowania WWF z odpowiednim wyprzedzeniem. Każde zlecenie, które będzie miało inny charakter niż opisane poniżej będzie musiało zostać wcześniej wycenione przez Wykonawcę, a przedstawiona wycena będzie musiała zostać zaakceptowana przez WWF i będzie podstawą do rozliczenia po zakończeniu prac.

Poniżej zostały opisane dwa zadania, które WWF planuje zrealizować w najbliższym czasie. Wykonawca składający ofertę z niniejszym zapytaniem powinien wycenić te zadania i przygotować propozycję realizacji zgodnie z poniższym opisem.

1. Przygotowanie kampanii promocyjnej skierowanej do sektora biznesu, dotyczącej działalności Błękitnego Patrolu WWF, Poniżej znajdują się szczegółowe informacje. Wykonawca składający ofertę w zapytaniu musi przygotować propozycję realizacji z zgodnie przygotowanym opisem.

#### Opis problemu:

Morza i oceany zajmują **ponad 70% powierzchni** Ziemi. **Wytwarzają 70% dostępnego tlenu**, wywierają decydujący wpływ na naszą pogodę, dostarczają nam pożywienia i są silnie powiązane z naszą gospodarką. Oceany **pochłaniają** ciepło słoneczne i pomagają regulować temperaturę na lądzie. Działają jak grzejnik zimą i klimatyzator latem. Są domem dla **milionów** roślin i zwierząt. Każdego roku odkrywa się średnio 2000 gatunków morskich. Jednak naukowcy szacują, że 91% wciąż pozostaje niezidentyfikowanych.

#### Na świecie:

60 milionów ludzi jest zatrudnionych w rybołówstwie i hodowli ryb

Dla ponad 3 mld ludzi, ryby i owoce morza stanowią główne źródło białka

80 mld USD jest co roku tracone z powodu przełowienia i nadmiernej produkcji

Do 2040 r. Ryzyko finansowe dla biznesu, związane z zanieczyszczeniem mórz i oceanów plastikiem będzie wynosić 100 mld \$



## Morze Bałtyckie

Morze Bałtyckie jest zagrożone. Tracimy gatunki, pojawia się coraz więcej stref beztlenowych. Bałtyk jest zanieczyszczony, a winę za to ponosi człowiek. Większość przyczyn pogarszającego się stanu Bałtyku, jest podobna jak w przypadku oceanów. Presja ze strony człowieka na ekosystem Bałtyku była i jest ogromna. Zanieczyszczenia, nadmierne rybołówstwo, agresywne wobec przyrody formy turystyki, wadliwe podwodne i nawodne instalacje hydrotechniczne, przekształcanie krajobrazu wybrzeża to niektóre z przykładów wadliwego wykorzystywania Bałtyku.

Jednocześnie obszar zlewiska Bałtyku jest bardzo ważnym terenem zarówno pod względem społecznym jak i gospodarczym, zamieszkuje tam ponad 80 mln ludzi, wytwarzających prawie 15 proc. ogólnoświatowej produkcji. 70 tys. statków wpływa rocznie przez tamtejsze cieśniny. Do tego należy doliczyć flotę łowiącą na Bałtyku. Nad tym morzem znajduje się około 1000 portów i przystani. Morze Bałtyckie zapewnia Europie usługi ekosystemowe, takie jak:

**Zaopatrzenie** – żywność, a także zasoby genetyczne, farmaceutyczne i chemiczne, nawozy, paszę i energię. Zasoby mineralne Morza Bałtyckiego są bardzo zróżnicowane. Są tam zarówno złoża ropy naftowej i gazu, jak i złoża metali ciężkich.

**Regulujące** – wody morskie dostarczają tlen, którym oddychamy i stanowią największy naturalny pochłaniacz dwutlenku węgla na Ziemi. Bez sekwestracji dwutlenku węgla w naszych morzach zawartość CO<sub>2</sub> w atmosferze byłaby znacznie większa, co miałyby poważne konsekwencje dla globalnej zmiany klimatu. Morza również regulują lokalny klimat, składniki odżywcze i niepożądane szkodniki, takie jak toksyczne zakwity glonów, chronią przed ekstremalnymi warunkami pogodowymi, zatrzymują osady i magazynują odpady.

**Kulturowe** – morze zapewnia nam usługi rekreacyjne, duchowe i historyczne, krajobrazy, edukację i inspirację oraz poczucie przekazywania tego, co mamy, przyszłym pokoleniom.

Życie wielu mieszkańców krajów w zlewni Morza Bałtyckiego zależy od Bałtyku, zarówno jeśli chodzi o żywność i dochody, a także wielu ceni je jako ważne miejsce do spędzania wolnego czasu na łonie natury. W Morzu Bałtyckim występuje kilka gatunków priorytetowych dla WWF, z uwagi na ich rolę w przyrodzie, w tym morświn, foki czy jesiotr.

Dlatego WWF chroni Bałtyk poprzez działania na rzecz:

- ochrony siedlisk
- ochrony cennych gatunków
- ograniczania wpływu substancji biogennych
- ograniczenia zanieczyszczeń
- rzecznictwo

**Dlatego też Fundacja WWF powołała w roku 2010 roku inicjatywę pod nazwą Błękitny Patrol WWF.**

Błękitny Patrol WWF to największa inicjatywa angażująca wolontariuszy Fundacji WWF Polska. Pozwala na czynne zaangażowanie społeczności lokalnej w ochronę przyrody. 200 wolontariuszy, którzy zamieszkują całe polskie wybrzeże Bałtyku, na co dzień pomaga fokom, morświnom i ptakom morskim, a także wszystkim innym potrzebującym wsparcia zwierzętom.

### Czym się zajmują wolontariusze?

Wolontariusz Błękitnego Patrolu WWF ma wyznaczony odcinek wybrzeża, którym się opiekuje. Głównie wypatrują zwierząt - zarówno takich które jedynie odpoczywają i należy im zapewnić spokój, jak i tych które potrzebują pilnej pomocy. Kiedy akurat nie ma patrolu, nasz wolontariusz, dzieli się swoją wiedzą.



## Gdzie?

Gdzie się da! Zarówno na plażach, jak i festynach, wydarzeniach, festiwalach czy po prostu rozmawiając z turystami. Jest to niezwykle ważne, bo to od ludzi wypoczywających na plaży, czasami zależy życie zwierząt. Wolontariusze to osoby, które kochają morze i spełniają się ratując je w wolnym czasie. Dlatego niezwykle skutecznie potrafią przemówić do serc ludzi. To świetnie przeszkoleni pasjonaci, którzy doskonale wiedzą co robią.

Fundacja WWF Polska dba o to, żeby poszerzać ich wiedzę. Dlatego organizuje szkolenia, gdzie uczą się o geografii Bałtyku, o żyjących w nim roślinach, rybach i ssakach. Głównym tematem są foki i morświny - to przecież tych zwierząt mają wypatrywać na plaży i w przybrzeżnych wodach. Wolontariusze, mają również okazję uczestniczyć w wyjazdach zagranicznych, gdzie zdobywają wiedzę i mogą na własne oczy, obserwować inne metody ochrony plaż i gatunków. Na plażach są widoczni, dzięki błękitnym koszulkom, bluzom i kurtkom z logo Błękitnego Patrolu WWF.

Co roku polskie plaże odwiedzane są przez prawie 2 mln turystów, którzy mają okazję zapoznać się z działaniami Patrolu, ponieważ ponad 200 błękitnych tablic jest rozstawionych nad całym polskim wybrzeżem. Przed wejściem na plażę, turyści mogą zapoznać się z informacjami o gatunkach morskich. Wolontariusze działają nie tylko w terenie, zajmują się bowiem również edukacją. Dlatego, pojawiają się w popularnych punktach nad wybrzeżem i opowiadają o morzu. Są też na piknikach i festynach edukacyjnych, przestrzegają co robić, aby wypoczynek nad morzem był możliwy nie tylko dla nas, ale też przyszłych pokoleń. Błękitny Patrol WWF organizuje również stałe i czasowe wystawy, tak aby świadomość o Bałtyku ciągle rosła.

## **Błękitny Patrol WWF w cyfrach (dane za 2021 rok)**

594 - podjętych interwencji

1758 - bezpośrednio wyedukowanych ludzi przez wolontariuszy Błękitnego Patrolu WWF, na festynach, festiwalach czy bezpośrednio na plażach

819 – o Błękitnym Patrolu WWF mówi się szeroko, tyle publikacji w 2021 roku pojawiło się w mediach 10,6 miliona – to zasięg publikacji o Błękitnym Patrolu WWF w mediach

Dużo się dzieje w obszarze ochrony Bałtyku i zaangażowanie wolontariuszy jest ogromne, dlatego wszystkie te działania potrzebują ciągłej pomocy, wsparcia organizacyjnego i finansowania. Inicjatywa ta wymaga zatem stałego, długofalowego wsparcia Partnera Strategicznego.

Teksty pomocnicze:

<https://www.wwf.pl/aktualnosci/wwf-chroni-baltyk-z-ludzi-i-dla-ludzi>

<https://www.wwf.pl/aktualnosci/czym-karmimy-baltyk>

<https://www.wwf.pl/morze-sieci-widmo>

<https://www.wwf.pl/ssaki-baltyckie>

<https://www.wwf.pl/aktualnosci/jak-trzeba-mozemy-i-szczekac-byle-uratowac-baltyk>

<https://www.wwf.pl/zaangazuj-sie/blekitny-patrol>

## **Zadanie dla agencji:**

Zaproponowanie szerokich działań komunikacyjnych, z obszaru media relations, CSR, social media, public affairs, eventów bądź udziału w już istniejących eventach, które pozwolą dotrzeć z komunikatem o potrzebie i korzyściach z angażowania się w projekt ochrony Bałtyku do decydentów w środowisku biznesowym i przekonanie ich do podjęcia decyzji o zaangażowaniu w działanie Błękitnego Patrolu WWF i regularne, długofalowe wspieranie tego projektu. Chodzi przede wszystkim o wsparcie



finansowe projektu, wspólne promowanie projektu i idei ochrony Bałtyku, a także inicjowanie wspólnych działań

**Budżet na działania PR:** 30 tys. zł netto +VAT (kosztorys)

**Wynagrodzenie agencji:** poprosimy o wycenę pracy agencji (kosztorys)

**Okres kampanii:** 3 miesiące

2. Wycena zorganizowania eventu/spotkania zgodnie z tematyką przedstawioną przez WWF. Na potrzeby zapytania prosimy o wycenę przykładowego spotkania z dziennikarzami:

- a. Znalezienie i przedstawienie WWF dwóch propozycji lokalizacji (na ok. 50 osób) adekwatnej do tematyki spotkania (WWF podejmuje decyzję co do ostatecznej lokalizacji spotkania);
- b. Przygotowanie listy mediów wraz z kontaktami - ok. 100 adresów;
- c. Przygotowanie zaproszenia na event.
- d. Dystrybucja zaproszeń do ustalonej i zatwierdzonej przez Zamawiającego grupy mediów;
- e. Kontakt telefoniczny z dziennikarzami w celu zachęcania do uczestnictwa w warsztatach;
- f. Prowadzenie listy akredytacyjnej;
- g. Informowanie Zamawiającego o postępach w przygotowywaniu spotkania;
- h. Obecność 2 osób z Agencji na miejscu - pomoc techniczna w obsłudze warsztatów, pilnowanie harmonogramu, opieka nad dziennikarzami
- i. Przygotowanie raportu z działań Agencji;
- j. Przygotowanie informacji prasowej po spotkaniu oraz wysłanie jej do ok. 100 adresów (pozyskanych w ramach pkt. 2.b.).

### 3. Informacje dodatkowe

- a. WWF dokona wyboru wykonawcy na podstawie analizy przedstawionych ofert, czyli wyceny i przygotowanych zadań wskazanych w zapytaniu ofertowym.
- b. WWF dopuszcza możliwość dokonania zmian w opisanym powyżej zakresie działań i renegocjowanie cen. Zmiany będą podyktowane jak najlepszym dopasowaniem działań do ostatecznego planu komunikacji.
- c. Zamawiający dopuszcza przeprowadzenie negocjacji z wybranymi dostawcami (zgodnie z otrzymaną punkcją), co do zakresu zamówienia oraz ceny.

### 4. Termin wykonania zamówienia

Od dnia zawarcia umowy do 31 marca 2026 r.