Warszawa, 25.08.2020 r.

**Załącznik nr 4 do zapytania ofertowego nr 13/2020/NFOŚIGW**

**BRIEF**

**SPOTU PROMOCYJNEGO TV**

**o ekologii integralnej i encyklice Laudato Si’**

1. **BACKGROUND:**

**O projekcie**

Projekt *Caritas Laudato Si’* jest prowadzony przez Caritas Polska wspieranej przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska. Projekt trwa w latach 2019-2021. Jego nadrzędnym celem jest (1) podniesienie świadomości społeczeństwa w Polsce i kształtowanie postaw ekologicznych (2) poprzez przełożenie zasad ekologii integralnej encykliki Laudato Si’ na wymiar praktyczny w życiu Kościoła i społeczności lokalnych. Jesteśmy organizacją OPP. Na nasze zadania składają się dwa kluczowe cele szczegółowe:

* **dotarcie do ogółu społeczeństwa** – popularyzacja i upowszechnienie najnowszej i rzetelnej wiedzy z zakresu ekologii integralnej (rozwoju zrównoważonego) - ogólnopolska kampania w mediach tradycyjnych i elektronicznych – realizacją niniejszego celu będzie m.in. spot promocyjny,
* **aktywizacja wspólnot lokalnych w zakresie ekologii** – kształtowanie zachowań prośrodowiskowych jej członków, w tym dzieci i młodzieży z wykorzystaniem międzynarodowego doświadczenia organizacji katolickich posiadających sukcesy w zakresie budowy oddolnych ruchów proekologicznych (grassroots) – w ramach tego zadania w roku 2019 zaprosiliśmy 5 Caritas diecezjalnych, na terenie których było realizowanych ok. 10 lokalnych mini-projektów ekologicznych w środowiskach szkolnych, parafialnych i wolontariatu związanego z Caritas; organizowano tam też szkolenia dla animatorów lokalnych i imprezy edukacyjne, takie jak Niedziela św. Franciszka; w roku 2020 dołączyło 7 kolejnych diecezji. Obecnie w 12 diecezjach działa 12 animatorów nad którymi merytorycznie i organizacyjnie czuwa Animator Krajowy – br. Cordian Szwarc OFM wraz z zespołem centralnym.

**Backgroud i podstawowe przesłanki dla projektu (skrót):**

* **ekologia w Polsce jest potrzebna i ważna** - zmiany klimatyczne, zauważalne zmiany temperatur, susze, powodzie i inne ekstremalne zjawiska pogodowe, smog, zalew śmieci, konsumpcjonizm itp. są coraz bardziej widoczne; w obliczu tych zagrożeń oczywista jest konieczność szerszego podjęcia tematu, jak również przejście od budowania świadomości do działań praktycznych (np. Polacy zauważają problem (ok. 87 %- klimat), deklarują chęć zmiany (78% deklaruje że segreguje odpady\*), ale nie zawsze faktycznie to robią (tylko 27%\*\* gospodarstw segreguje odpady!)

*\*Źródło: badania CBOS z 2018 r. | \*\*Źródło: badanie ministerstwa środowiska*

* **nauczanie ekologiczne Kościoła Katolickiego pozostaje niewykorzystane** – troska o stworzenie i wrażliwość na środowisko w jakim żyjemy wypływa prosto z Biblii, relacja ze Stwórcą w naturalny sposób zaprasza nas do tego aby chwalić wszystko co stworzył i dbać o dar, jakim jest dla nas ziemia („Bo wszystko to Jego”). W nauczaniu kościoła „przewodnikami” mogą być dla nas św. Franciszek, który jest patronem ekologów i miał niezwykłą wrażliwość na otaczającą go przyrodę; papież Jan Paweł II oraz Benedykt XVI którzy stworzyli zręby Społecznej Nauki Kościoła w sprawie ekologii, a przede wszystkim papież Franciszek i jego encyklika pt. *Laudato Si’* *– w trosce o wspólny dom* będąca dla nas głównym źródłem inspiracji.
* **zły PR ekologii w Kościele** - zauważamy, że w kościele o ekologii mówi się niewiele, temat ten rzadko jest poruszany, spotyka się nawet stwierdzenia że „to nie jest temat dla Kościoła lecz dla naukowców”; zauważamy też, że postawy ekologiczne mają w środowiskach katolickich „zły PR”; katolicy dla których troska o środowisko jest ważna nie chcą identyfikować się z organizacjami które kwestie ekologiczne łączą z hasłami stojącymi w sprzeczności z podstawowymi wartościami chrześcijańskimi (przykładem może być odrzucenie ochrony życia od poczęcia do naturalnej śmierci); dlatego koniecznym wydaje się nam przełamanie tej niechęci i pokazanie, że kwestia ochrony świata stworzonego należy do kluczowych elementów Katolickiej Nauko Społecznej;
* **ekologia integralna darem dla społeczeństwa** – ruch ekologiczny rozwijał się żywo w naszym kraju na przełomie lat 1980-tych i w latach 1990-tych; jednak brak widocznych efektów i pogłębianie się kryzysu ekologicznego mimo pracy tak wielu, łączenie kwestii ekologicznych z programami politycznymi, najczęściej o proweniencji lewicowej, a także zdominowanie tej tematyki przez wielkie programy rządowe i międzyrządowe spowodowały, że działania proekologiczne straciły swoją spontaniczność i oddolny charakter; ludzie stracili wiarę i zaangażowanie; dlatego encyklika papieża Franciszka pt. *Laudato Si’* *– w trosce o wspólny dom*, a także Społeczna Nauka Kościoła w sprawie ekologii integralnej wydają się szansą na nowe otwarcie i przywrócenie kwestiom ekologicznym ich właściwego miejsca w życiu zwykłych ludzi w naszym kraju.
1. **KONKURENCJA**

Celem naszego projektu nie jest budowanie przewagi konkurencyjnej wobec innych inicjatyw ekologicznych w kościele. Organizacje, które już podjęły podobny temat są z nami w kontakcie, staramy się wspólnie działać dążąc do tych samych celów. Kwestia ta jest tu poruszona, aby przedstawić kontekst - pojęcie konkurencja proszę traktować umownie. Najważniejsze inicjatyw ekologiczne w Kościele:

* GCCM: <https://catholicclimatemovement.global/pl/>
* Stowarzyszenie REFA: <https://www.swietostworzenia.pl/o-nas/o-refa>
1. **CELE KAMPANII MEDIALNEJ:**
* popularyzacja i upowszechnienie najnowszej i rzetelnej wiedzy z zakresu ekologii integralnej (budowanie świadomości),
* promowanie praktycznych działań z zakresu ekologii integralnej, które są możliwe do wdrożenia w życiu każdego z nas,
* uzyskanie zasięgu w postaci min. 5 000 000 odsłon pierwszego spotu\* (total) do końca roku 2020,

\* jeśli zostanie podjęta opcja realizacji dwóch spotów to ich łączny zasięg powinien wynosić 10 000 000 do końca 2021 roku – w takim przypadku można liczyć zasięgi obu spotów wspólnie.

1. **TARGET:**

Nasza grupa docelowa dzieli się na 3 segmenty; jednak spotem chcemy dotrzeć przede wszystkim do niżej wskazanego. Grupa ta została opisana podczas warsztatów z udziałem wszystkich animatorów diecezjalnych oraz na podstawie założeń wynikających z projektu, nie mamy jednak szczegółowych badań dot. tej grupy docelowej.



1. **ZAŁOŻENIA:**
* spot powinien poruszać w sposób **kreatywny oraz interesujący** zagadnienia związane z ekologią integralną,
* spot powinien **wpisywać się w obszary ekologii integralnej wskazane poniżej** (zagadnienia są opisane skrótowo, ale dają pole do działania w większości zagadnień ekologicznych),
1. **Encyklika papieża Franciszka Laudato Si’** – społeczna nauka Kościoła Katolickiego w obszarze ekologii poczynając od nauczania Pawła VI; Ekologia integralna jako propozycja rozwiązania obecnego kryzysu ekologicznego.
2. **Woda** – susza, dostępność, stan czystości, rezerwy wody w obszarach podmokłych, ograniczanie strat wody przez zwiększanie lokalnej retencji, deregulację rzek, ochronę mokradeł, budowę jazów, przywracanie młynówek i stawów, przywracanie lasów i łąk, etc.
3. **Klimat** – zmiany temperatur, zmiany poziomu CO2, topnienie lodowców, zmiany poziomu morza, przeciwdziałanie przez wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, kupowanie lokalnych produktów, ograniczenie zużycia energii elektrycznej, etc.
4. **Powietrze** – smog, spalanie śmieci, rodzaje i jakość paliw, przedwczesne zgony z powodu chorób układu oddechowego, układu sercowo-naczyniowego, immunologicznych i nowotworów, etc.
5. **Bioróżnorodność** – wymieranie gatunków, utrata bioróżnorodności, przeciwdziałanie w postaci ogrodów dla motyli pszczół i ptaków, zastępowania trawników łąkami kwietnymi, przywracania naturalnego charakteru miejsc zdegradowanych, przywracania miedz i zadrzewień śródpolnych oraz wzdłuż dróg i rzek, etc.
6. **Żywność** – odpowiedzialna konsumpcja żywności, w tym przeciwdziałanie jej marnowaniu, korzystanie z żywności wytwarzanej lokalnie, ograniczenie ilości produktów o wysokim śladzie węglowym, lokalność produkcji etc.
7. **Ekonomia dobra wspólnego** – ekonomia dzielenia, zmiana modelu i ograniczenie konsumpcji, promowanie wielokrotnego wykorzystywania przedmiotów, lokalność produkcji etc.
8. **Odpady** – kumulowanie odpadów w oceanach, mikroplastik, ograniczenie ilości wytwarzanych odpadów, wielokrotne wykorzystywanie przedmiotów, etc.
* spot nie może stać w sprzeczności z nauczaniem Kościoła Katolickiego, (tzn. nie jest wymaganiem aby spot bezpośrednio odnosił się do nauczania KK, ale nie może promować wartości sprzecznych),
* w spocie mile widziani są influencerzy – w takim przypadku prosimy o propozycje, kontakt po naszej akceptacji,
* spot musi spełnić wytyczne projektu odnośnie oznakowania tzn. posiadać odpowiednią identyfikację wizualną Caritas Polska, projektu i NFOŚiGW jako sponsora (3 logotypy + podpis, zostaną wskazane na etapie realizacji) oraz osiągnąć wskazane w projekcie zasięgi (patrz: cele projektu),
* spot powinien być przygotowany w powiązaniu z konkretnym planem mediowym emisji,
* czas trwania spotu do ustalenia zależnie od rekomendacji dot. emisji spotu,
* zapytanie dotyczy 1 spotu, natomiast planujemy realizację dwóch spotów; istnieje możliwość przedstawienia koncepcji wykonania 2 spotów jako spójnego cyklu i przedstawienia zależności między nimi (np. drugi jest kontynuacją pierwszego) – jest to szczególnie wskazane, jeśli przyczyniło by się to do zwiększania zasięgów, jakości i spójności koncepcji spotu (jednak jest to element opcjonalny).
1. **ZADANIE DLA AGENCJI / WYKONAWCY:**

**Na etapie przygotowania oferty:**

1. Każdy wykonawca, który jest zainteresowany wykonaniem usługi będzie miał możliwość spotkania z zespołem medialnym projektu i debriefing oferty.
2. Przygotowanie scenariusza 1 spotu promocyjnego;
3. Przygotowanie planu mediowego emisji wraz z proponowanymi wersjami długości spotu (np. możliwe nagranie dłuższej wersji spotu i publikacja jej na Youtube, do tego jego wersja skrócona do 15/30 sek. przeznaczona do emisji telewizyjnej; możliwe też stworzenie dokrętki w formie krótkiej reklamy, która będzie emitowana na wybranych kanałach itp.), a także wskazaniem gdzie najlepiej emitować i promować spot i jakie może osiągnąć zasięgi w każdym z tych wariantów.
4. Opcjonalnie: Oferta obsługi planu mediowego
5. Wycena usługi w dwóch opcjach:
6. Z kosztami obsługi planu mediowego
7. Bez kosztów obsługi planu mediowego

**Na etapie wyboru wykonawcy:**

1. Na podstawie złożonych dokumentów dokonamy wyboru wykonawcy zlecenia, którego oferta odpowiada naszym oczekiwaniom.

a) Kryteria oceny oferenta:

1. Jakość merytoryczna i forma graficzna przedstawionego portfolio dokonań oceniona na podstawie dokumentacji załączonej do oferty lub wskazanej w przestrzeni wirtualnej,

b) Kryteria oceny oferty:

1. Forma kreatywnego przedstawienia zagadnień ekologii integralnej,
2. Jakość merytoryczna przedstawienia w scenariuszu wybranych zagadnień ekologicznych wskazanych w pkt. nr 5 - Założenia,
3. Adekwatność treści i redakcji spotu do encykliki Laudato Si’ – w trosce o wspólny dom, a także Społecznej Nauki Kościoła w sprawie ekologii integralnej,
4. Realistyczność, ale i pomysłowość planu mediowego emisji, a także jego adekwatność względem grupy docelowej.
5. Cena oferty (30% całej oceny).

**Na etapie realizacji:**

1. Pełna produkcja i realizacja spotu wraz z ewentualnym pozyskaniem influencerów, przekazaniem wszystkich praw autorskich i plików otwartych.
2. Opcjonalnie: Realizacja planu mediowego w tym określonego KPI (5 mln do końca 2020 r.)

**Uwaga:**

Istnieje opcja rozszerzenia przedstawionego wyżej zlecenia podstawowego o wykonanie drugiego spotu TV. Przedmiot i charakterystyka tego spotu jest analogiczna jak spotu będącego zamówieniem podstawowym, z tym, że będzie emitowany w roku 2021, a jego treść będzie powiązana logicznie z treścią spotu pierwszego. Jeśli skorzystamy z opcji zlecania dodatkowego spotu warunki finansowe (cena) jego realizacji będą tożsame z warunkami realizacji spotu pierwszego.

1. **TIMING:**
* Spotkania z wykonawcami, debriefing ofert: 27 sierpnia – 3 września 2020.
* Termin przygotowania oferty: 22 września 2020.
* Termin ogłoszenia wyniku: 29 września 2020.
* Termin realizacji spotu: 25 listopada 2020.
* Termin realizacji planu mediowego emisji: 25 listopada - 31 grudnia 2020.
1. **DODATKOWE INFORMACJE:**
* projekt jest w trakcie tworzenia koncepcji identyfikacji wizualnej (jednak logo nie ulegnie zmianie),
* projekt jest formalnie tworzony przez Caritas Polska we współpracy z NFOŚ, natomiast posiada niezależną komunikację, w tym stronę internetową ([www.laudatosi.caritas.pl](http://www.laudatosi.caritas.pl)), Facebooka @CaritasLaudatosi oraz Instagrama (@si.laudato), w planie uruchomienie również YouTube; nad projektem pracuje niezależny zespół projektowy.
* agencje będące zainteresowane o debrifing prosimy o kontakt, chętnie odpowiemy na wszystkie pytania
* załączamy jako inspiracje naszym zdaniem ciekawe spoty promocyjne

<https://www.youtube.com/watch?v=064ipuBiWDg>

<https://www.youtube.com/watch?v=qMypAg9TMDk>

<https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A>

* treści, które warto zobaczyć: Encyklika Papieża Franciszka Laudato Si’ – dostęp w internecie [PDF] np.

<https://w2.vatican.va/content/dam/francesco/pdf/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si_pl.pdf> lub <http://laudatosi.caritas.pl/wp-content/uploads/2020/07/Encyklika_wydanie_caritas_laudato_si.pdf>

1. **OSOBY KONTAKTOWE:**
2. **Zapytanie ofertowe i kwestie związane z formalnymi aspektami zapytania:**

zamowienia.ls@caritas.org.pl

1. **Brief oraz kwestie merytoryczne dotyczące spotu, komunikacji**

Dominika Chylewska; dchylewska@caritas.org.pl; tel. 606 507 999