

„KAMPANIA INFORMACYJNO-EDUKACYJNA”

I. CEL KAMPANII

Celem kampanii jest wzrost świadomości społecznej w zakresie aktualnych trendów w produkcji żywności i żywieniu człowieka, w tym dotyczące żywności ekologicznej, tradycyjnej i regionalnej (surowce, produkty, potrawy), zasad zdrowego odżywiania, znaczenia odpowiedniego doboru produktów żywnościowych w profilaktyce zdrowotnej etc. oraz rozwijanie i wsparcie rynku produktów żywnościowych regionalnych, tradycyjnych, ekologicznych, naturalnych wysokiej jakości.

Powyższe cele są zbieżne z celami Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego do roku 2030 pod kątem żywności wysokiej jakości, która została zaliczona do tzw. inteligentnych specjalizacji.

II. PRZEDMIOT KAMPANII

Podczas realizacji edukacyjnych audycji o charakterze kulinarnym przygotowywane i prezentowane będą potrawy regionalne z Warmii i Mazur z udziałem zaproszonych gości. Audycje mają mieć postać tzw. „wejść na żywo” i zostać zrealizowane w formule wyjazdowej, każda audycja w innej restauracji/punkcie gastronomicznym. Obiekty te powinny specjalizować się w potrawach kuchni regionalnej na bazie lokalnych i regionalnych surowców żywnościowych. Do przyrządzania regionalnych kulinariów użyte będą składniki od lokalnych i regionalnych producentów. Kuchnia ma być charakterystyczna dla poszczególnych krain geograficznych Warmii i Mazur i kultywować ma tradycję kulinarną regionu.

III. ZAKRES TEMATYCZNY

W zakresie aktualnych trendów w produkcji żywności i żywieniu człowieka przykładowe tematy i problemy:

- 1) Rola rolnictwa i żywności lokalnej w sektorze rolnym oraz znaczenie dla społeczeństwa;
- 2) Prezentacja kulinarnych zasobów Warmii i Mazur;
- 3) Jakiego działania można podjąć w celu realizowania zrównoważonego rozwoju gospodarki żywnościowej?
 - korzystanie z lokalnych zasobów (surowce, produkty);
 - zwracanie uwagi na skład produktów (jakość a nie ilość);
 - zrównoważona konsumpcja a marnotrawstwo żywności;
 - żywność jako dziedzictwo kulturowe;
 - żywność ekologiczna;
- 4) Prezentacja powiązań między lokalną gastronomią a rolnikami i dostawcami surowców i produktów;

IV. MINIMALNE WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZEDMIOTU KAMPANII

1. Przygotowanie i emisja co najmniej 10 audycji radiowych, w postaci tzw. „wejść na żywo” o całkowitej długości min. 5 minut na każdą audycję.
2. Emisja każdej z 10 audycji odbędzie się w czasie antenowym uznanym przez radio za prime time.
3. Audycje powinny zostać zrealizowane w formule wyjazdowej, każda audycja w innej restauracji/punkcie gastronomicznym, zlokalizowanym w województwie warmińsko-mazurskim. Restauracje/punkty gastronomiczne powinny specjalizować się w potrawach kuchni regionalnej, na bazie lokalnych i regionalnych surowców żywnościowych.
4. W ramach każdej audycji zostanie przedstawiony sposób wykonania min. 1 potrawy regionalnej przez kucharza reprezentującego daną restaurację/punkt gastronomiczny
5. Podczas przygotowywania ww. potraw, zaprezentowane zostaną produkty regionalne wykorzystane przez kucharza. W ramach prezentacji możliwe będą wywiady z producentami takich surowców.
6. Do przygotowywania ww. potraw mogą zostać zaproszeni goście tzw. goście specjaliści np. eksperci kulinarni, osoby zaangażowane w rozwój sektora żywności regionalnej etc.
7. Emisja audycji wymagana jest w stacji radiowej o zasięgu regionalnym, która obejmuje zasięgiem technicznym przynajmniej 90% terenu województwa warmińsko-mazurskiego, posiadająca samodzielnie realizowane programy lokalne i serwisy informacyjne o tematyce regionalnej, kierowane do mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego.
8. Nagranie materiału stanowiącego kampanię edukacyjną winno nastąpić na terenie województwa warmińsko-mazurskiego i dotyczyć działań podejmowanych na terenie woj. warmińsko-mazurskiego.
9. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania zleceniodawcy wykonanych w czasie realizacji audycji min. 5 zdjęć z każdej audycji do wykorzystania w materiałach promocyjnych dot. rozwoju sektora żywności regionalnej oraz promocji audycji.
10. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania zleceniodawcy zrealizowanych w ramach niniejszej kampanii materiałów w wersji elektronicznej, w celach dokumentacyjnych, jako dowód realizacji usługi.
11. Wykonawca zobowiązany będzie do poinformowania społeczeństwa o dofinansowaniu realizacji ze środków samorządu województwa warmińsko-mazurskiego. Szczegółowe warunki dot. informowania o dofinansowaniu zostaną ustalone w umowie z Wykonawcą.
12. Oznaczenie Zamawiającego w materiałach/publikacjach dotyczących audycji.

V. ODBIORCA DOCELOWY

Odbiorcą docelowym są mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego.