Budowa pozytywnego wizerunku kibica piłkarskiego poprzez promocję Programu Kibice Razem na arenie regionalnej, ogólnopolskiej i międzynarodowej

**Działania marketingowe i komunikacyjne w roku 2023**

1. **Wprowadzenie**

Polski Związek Piłki Nożnej realizuje na zlecenie Ministra Sportu i Turystyki Program „Kibice Razem” dotyczący poprawy organizacji i bezpieczeństwa imprez sportowych w Polsce poprzez budowę struktur dialogu i współpracy ze środowiskiem kibiców na lata 2022-2024.

Najważniejszymi celami niniejszego zadania są:

1. budowa pozytywnego wizerunku kibica piłkarskiego;
2. zwiększenie rozpoznawalności programu w środowisku kibiców i wśród społeczeństwa;
3. promocja programu Kibice Razem w roku 2023 za granicą i pozyskiwanie dobrych praktyk.

Działania proponowane w ramach niniejszego projektu mają zasięg regionalny, ogólnokrajowy i międzynarodowy.

W celu realizacji powyższych założeń przewiduje się podjęcie szerokiej gamy działań o zasięgu regionalnym, ogólnokrajowym i międzynarodowym. Działania wpisują się w następujące zadania:

1. promocja programu Kibice Razem w 2023 roku w ogólnopolskich mediach, Internecie, mediach społecznościowych – w celu realizacji tego zadania przewiduje się w szczególności szeroko zakrojone działania na rzecz komunikowania o programie za pośrednictwem mediów regionalnych i ogólnopolskich (w tym artykuły sponsorowane) oraz witryn internetowych i kanałów mediów społecznościowych Polskiego Związku Piłki Nożnej (w tym z wykorzystaniem płatnej promocji), jak również przeprowadzenie kampanii promocyjnych na temat działań podejmowanych dla zwiększenia dostępności;
2. wsparcie promocji na poziomie ogólnopolskim działań podejmowanych przez lokalne ośrodki – w celu realizacji tego zadania przewiduje się w szczególności przygotowanie i publikację artykułów prasowych i internetowych, materiałów fotograficznych i audiowizualnych oraz materiałów drukowanych (broszury i foldery) informujących o przedsięwzięciach podejmowanych przez lokalne ośrodki, jak również opracowanie spójnej i nowoczesnej identyfikacji wizualnej dla całego programu i wszystkich ośrodków;
3. promocja programu na najważniejszych wydarzeniach piłkarskich w Polsce, w tym meczach reprezentacji Polski – w celu realizacji tego zadania przewiduje się w szczególności szeroko zakrojone działania marketingowo-komunikacyjne podczas meczów reprezentacji Polski w piłce nożnej, w tym realizacje fotograficzne i audiowizualne z wyjazdów kibiców na mecze reprezentacji Polski oraz obrandowanie sektora kibiców banerami Kibice Razem;
4. promocja programu na arenie międzynarodowej – w celu realizacji tego zadania przewiduje się w szczególności utrzymanie i aktualizację witryny internetowej programu w języku angielskim oraz organizację cyklu sesji wymiany doświadczeń w zakresie współpracy ze środowiskiem kibiców z niepełnosprawnościami i szkoleń.
5. **Zakres usług**

Zakres usług zewnętrznych realizowanych w roku 2023 obejmuje następujące działania:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **#** | **Działanie** | **Rok 2023** | **Termin realizacji** |
| **1. Spójna i nowoczesna identyfikacja wizualna** | | | |
| 1.1. | Stworzenie certyfikatu dla klubu pod kątem dostępności dla os. z niepełnosprawnością | x | najpóźniej do 31.12.2023 |
| 1.2. | Stworzenie szablonu grafik social media, | x  (10 szablonów) |
| 1.3 | Produkcja nośników brandingowych: ścianka, | x  (20 sztuk) |
| 1.4 | Produkcja nośników brandingowych: rollup . | x  (20 sztuk) |
| **2. Komunikacja online w i mediach** | | | |
| 2.1 | Strona internetowa - projekt graficzny platformy kibicerazem.pl oraz www.federacjakn.pl, | x | Najpóźniej do 31.12.2023 |
| 2.2 | Utrzymanie strony www w języku angielskim (przez rok), | x |
| 2.3 | Przygotowanie artykułów o podejmowanych lokalnie działaniach w mediach PZPN: Łączynaspiłka.pl, | x  (10 artykułów) |
| 2.4 | Publikacja postów social media na kanałach PZPN: Facebook, Instagram, Twitter, | x  (5 publikacji) |
| 2.5 | Social media - płatna kampania wizerunkowa Facebook, | x  (2 kampanie) |
| 2.6 | Publikacja artykułu sponsorowanego w mediach regionalnych: prasa oraz Internet, | x  (10 artykułów) |
| 2.7 | Publikacja artykułu sponsorowanego w mediach ogólnopolskich: prasa oraz Internet. | x  (10 artykułów) |
| **3. Komunikacja wideo** | | | |
| 3.1 | Wideo-podsumowanie projektu w skali roku (Kibice Razem) (długość materiału 5-15 min) | x  (1 materiał) | Najpóźniej do 31.12.2023 |
| 3.2 | Wideo-podsumowanie projektu w skali roku (FKN) (długość materiału 5-15 min) | x  (1 materiał) |
| 3.3 | Relacja wideo ze spotkania w danym ośrodku (długość materiału 5-15 min) | x  (3 materiały) |
| **4. Materiały drukowane** | | | |
| 4.1 | Opracowanie, skład i druk broszur informacyjnych (FKN)– 500 sztuk | x  (1 nakład) | Najpóźniej do 31.12.2023 |
| 4.2 | Opracowanie, skład i druk folderu podsumowującego projekt (FKN) – 500 sztuk | x  (1 nakład) |
| 4.3 | Opracowanie, skład i druk broszur informacyjnych (Kibice Razem) – 500 sztuk | x  (1 nakład) |
| 4.4 | Opracowanie, skład i druk folderu podsumowującego projekt (Kibice Razem) – 500 sztuk | x  (1 nakład) |
| **5. Komunikacja podczas zorganizowanych wyjazdów** | | | |
| 5.1 | Obsługa relacji fotograficznych z wyjazdów kibiców na mecze reprezentacji Polski (relacje fotograficzne z 2 wyjazdów), |  | Najpóźniej do 31.12.2023 |
| 5.2 | Obsługa relacji wideo z wyjazdów kibiców na mecze reprezentacji Polski (relacja wideo z 2 wyjazdów), |  |
| 5.3 | Branding sektora kibiców w postaci baneru Kibice Razem (min. wymiary 4m x 10m) | x  (6 banerów) |
| 5.4 | Upominki i gadżety dla uczestników – o wartości do 100 zł (np. kubki) |  |
| **6. Promocja działań na rzecz zwiększania dostępności** | | | |
| 6.1 | Realizacja promocji audiodeskrypcji na meczach reprezentacji Polski (kampania kreatywna obejmująca co najmniej następujące elementy: grafikę na telebim, spot audio 15 s, artykuł na stronę internetową) | x  (1 kampania) | Najpóźniej do 31.12.2023 |
| 6.2 | Przygotowanie materiałów graficznych prezentowanych na bandach LED lub telebimie w trakcie imprezy - meczu reprezentacji Polski | x  (1 zestaw grafik) |
| 6.3 | Realizacja promocji sektora Easy Access (kampania kreatywna obejmująca co najmniej następujące elementy: grafikę na telebim, spot wideo 30 s, artykuł na stronę internetową) | x  (1 kampania) |
| 6.4 | Realizacja promocji projektu Tydzień Bez Barier (kampania kreatywna obejmująca co najmniej następujące elementy: grafikę na telebim, spot wideo 30 s, artykuł na stronę internetową) | x  (1 kampania) |
| **7. Edukacja marketingowo-medialna, wymiana doświadczeń** | | | |
| 7.1 | Przygotowanie i przeprowadzenie międzynarodowej sesji wymiany doświadczeń w zakresie współpracy ze środowiskiem kibiców z niepełnosprawnościami, | x  (1 sesja) | Najpóźniej do 31.12.2023 |
| 7.2 | Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia z zakresu obsługi social mediów, | x  (1 szkolenie) |
| 7.3 | Przygotowanie pakietu sponsorskiego wraz ze szkoleniem wprowadzającym | x |
| 7.4 | Przygotowanie i przeprowadzenie szkolenia z zakresu produkcji filmowej | x |

Dodatkowe wymagania wobec podmiotu realizującego usługi zewnętrzne:

1. wyznaczenie project managera, tj. osoby koordynującej działania po stronie podmiotu realizującego usługi zewnętrzne, odpowiedzialnego za bieżący kontakt z pracownikami i współpracownikami Polskiego Związku Piłki Nożnej biorącymi udział w realizacji działań;
2. realizacja działań w ścisłej koordynacji z pracownikami i współpracownikami Polskiego Związku Piłki Nożnej biorącymi udział w realizacji działań;
3. gotowość do realizacji działań na terenie całej Polski (jeżeli dane działanie wymaga obecności na miejscu – np. realizacja materiału foto-wideo), zgodnie ze wskazaniem Polskiego Związku Piłki Nożnej;
4. przeniesienie na Polski Związek Piłki Nożnej pełni praw autorskich do utworów, które powstaną w ramach realizacji działań;
5. bieżąca i kompleksowa sprawozdawczość z realizowanych działań zgodnie z wymogami Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz Polskiego Związku Piłki Nożnej, w szczególności w formie sprawozdań, protokołów, screenów, dokumentacji fotograficznej, raportów monitoringu mediów itp.