

Usługa promocji turniejów „Ręczna na Orliku” oraz „Z Orlika na Stadion” realizowanych w ramach programu Aktywna Szkoła.

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (Brief)

Fundacja Orły Sportu, wcześniej znana pod nazwą Fundacja Rozwoju Kultury Fizycznej, została utworzona w 1991 roku. Celem Fundacji jest rozwój systemu sportu dla wszystkich oraz promocja sportu i zdrowego stylu życia wśród Polaków.

Cel ten realizowany jest poprzez wydarzenia sportowe oraz turnieje dla dzieci i młodzieży oraz wydarzenia sportowe dla dorosłych, seniorów i całych rodzin.

Wydarzenia i projekty Fundacji docierają do każdego zakątka Polski. Fundacja dba o różnorodność dyscyplin sportowych tak, aby każdy z uczestników mógł znaleźć aktywność odpowiednią dla siebie.

W wydarzeniach łączy sport, równowagę psychiczną, wartości prospołeczne, integrację międzypokoleniową oraz przekazywanie wartości patriotycznych.

Fundacja organizuje również inspirujące spotkania ze znanymi sportowcami i daje dzieciom motywację do działania i rozwoju. Dbą o to, by każde wydarzenie było wyjątkowe i pozostało dla uczestników impulsem do działania i kontynuowania zaangażowania w sport.

Poprzez działania Fundacji kreowane są postawy, które w przyszłości stanowią będą fundament zdrowego i aktywnego stylu życia Polaków.

PROGRAM AKTYWNA SZKOŁA

Aktywna Szkoła to inicjatywa Ministerstwa Sportu i Turystyki promująca aktywność fizyczną wśród uczniów oraz zdrowy styl życia. Po zainicjowaniu i sukcesie programu w 2024 roku funkcjonowania kontynuujemy działania, koncentrując się na zaangażowaniu szkół, motywowaniu uczestników, budowaniu świadomości wartości sportu oraz podkreśleniu korzyści płynących z ruchu. Obecnie program Aktywna Szkoła składa się z 2 komponentów w ramach, których odbywają się zajęcia sportowe dla dzieci i młodzieży: Aktywny AS i Aktywny do Kwadratu, trzech turniejów sportowych: Ręczna na Orliku, Z orlika na stadion i Z Orlika na Igrzyska, Akademii Sportu Powszechnego oraz Kongresu Sportu Powszechnego.

Cele główne programu Aktywna Szkoła

- Zwiększenie świadomości na temat korzyści płynących z aktywności fizycznej wśród dzieci, rodziców i nauczycieli.

- Wzmocnienie rozpoznawalności programu poprzez szeroką kampanię medialną i współpracę z influencerami.
- Budowanie społeczności zaangażowanej w aktywność fizyczną w szkołach, samorządach i organizacjach sportowych.
- Zachęcenie do udziału w zajęciach pozalekcyjnych i wydarzeniach sportowych – zarówno dzieci już aktywnych ale **przede wszystkim dzieci, które nie są aktywne fizycznie.**
- Wzrost zaangażowania uczniów, nauczycieli, trenerów i rodziców – promowanie aktywności jako atrakcyjnego elementu życia szkolnego i pozaszkolnego.
- Budowanie społeczności wokół programu – zachęcanie do dzielenia się sukcesami i inspirowania innych.
- Budowanie trwałych i korzystnych nawyków prozdrowotnych zwiększających dobrostan społeczeństwa.

Grupa docelowa

- Jednostki samorządowe
- Szkoły podstawowe i średnie (dyrektorzy, nauczyciele, pedagodzy)
- Organizacje sportowe
- Trenerzy, animatorzy sportu, nauczyciele W-F
- Rodzice dzieci i młodzieży szkolnej
- Uczniowie (szczególnie w wieku 7–19 lat).

ZADANIE AGENCJI

1. Zadaniem agencji jest stworzenie i realizacja koncepcji kreatywnej, planu komunikacji i kampanii digital wraz z propozycją zakupu mediów oraz działań w mediach społecznościowych dla projektu Ręczna na Orliku oraz Z orlika na Stadion. Zadanie dotyczy pierwszego etapu projektu - działań rekrutacyjnych
2. Agencja przygotowuje ideę kampanii, strategię digital oraz strategię działań w mediach społecznościowych na okres 3 miesięcy od dnia podpisania umowy. Agencja przygotowuje wybór wraz z uzasadnieniem idei kampanii oraz rekomendację działań komunikacyjnych. W prezentacji powinna znaleźć się przykładowa kreacja przygotowana na podstawie dostarczonego przez Zamawiającego key visual projektu.
3. Komunikacja powinna być spójna z charakterystyką programu Aktywna Szkoła oraz Turniejów. Komunikacja powinna cechować się synergią i być spójna dla wszystkich kanałów. W komunikacji wymagane jest, aby agencja posługiwała

się ustandaryzowanymi elementami komunikacji wizualnej, zgodnej z księgą znaków oraz z brandbookiem.

4. Odpowiedź na brief powinna być dostarczona w formie prezentacji .ppt lub .pdf nie przekraczające 25 slajdów. Poza odpowiedziami na zadanie oraz przykładowymi kreacjami, prezentacja powinna zwierać dedykowany zespół projektowy, informację o doświadczeniu w prowadzeniu podobnych projektów, uproszczony harmonogram działań.

Niniejsze postępowanie obejmuje działania związane z promocją turniejów „Ręczna na Orliku” (etap rekrutacji – 40% budżetu kampanii) oraz „Z Orlika na Stadion” (etap rekrutacji - 60% budżetu kampanii) realizowanych w ramach programu Aktywna Szkoła.

Czas trwania kampanii: trzy miesiące od momentu podpisania umowy

Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI):

- Zasięg kampanii
- Współczynnik klikalności (CTR)
- Współczynnik konwersji (CVR)
- Koszt kliknięcia (CPC)
- Efektywność rekrutacji
- Poziom zaangażowania w mediach społecznościowych.

Narzędzia i kanały mediowe:

Agencja zobowiązana jest do zaproponowania narzędzi i kanałów mediowych, które będą najbardziej efektywne w dotarciu do wyznaczonych grup docelowych. W ofercie należy uwzględnić m. in. następujące kanały mediowe:

AKTYWNA SZKOŁA

Facebook <https://www.facebook.com/profile.php?id=61557472300813>

Instagram <https://www.instagram.com/aktywnaszkoła/>

TikTok <https://www.tiktok.com/@aktywnaszkoła>

YouTube <https://www.youtube.com/@AktywnaSzkola>

oraz inne portale internetowe i aplikacje mobilne, które są dopasowane do potencjałów reklamowych w danej grupie docelowej.

Z ORLIKA NA STADION

Facebook <https://www.facebook.com/people/Z-Orlika-na-stadion/61564717808808/>

Instagram <https://www.instagram.com/zorlikanastadion/>

TikTok <https://www.tiktok.com/@aktywnaszkola>

YouTube <https://www.youtube.com/@AktywnaSzkola>

oraz inne portale internetowe i aplikacje mobilne, które są dopasowane do potencjałów reklamowych w danej grupie docelowej.

Monitorowanie i raportowanie:

Agencja powinna zapewnić ciągłe monitorowanie efektywności kampanii oraz regularne raportowanie postępów w realizacji KPI. Raporty powinny zawierać:

- Analizę osiągniętych wyświetleń, obejrzeń wideo i kliknięć
- Weryfikację botów / realnych użytkowników
- Monitoring i optymalizacja na podstawie współczynników jakościowych kampanii **CTR, View Rate, Conversion Rate,**
- Informacje na temat zaangażowania użytkowników z poszczególnych grup docelowych.
- Rekomendacje dotyczące dalszych działań, jeśli zajdzie potrzeba korekty strategii.

1. Turniej Ręczna na Orliku

Jeden z 3 turniejów w ramach Aktywnej Szkoły w 2025 r. Projekt jest odpowiedzią na zapotrzebowanie ofertowania i promowania różnorodnych dyscyplin sportowych dla dzieci i młodzieży.

Turniej Ręczna na Orliku to największa, w skali całego kraju, okazja do sportowej rywalizacji na wysokim poziomie i zaprezentowania swoich umiejętności dla grupy wiekowej U-11 U-12 podczas wieloetapowych rozgrywek: eliminacji lokalnych, regionalnych, finałów wojewódzkich oraz finału krajowego. Zwycięzcy turnieju wezmą udział w sportowym campie w COS Cetniewo, gdzie będą mogli rozwijać swoje umiejętności pod okiem uznanych trenerów piłki ręcznej.

Celem projektu jest:

- Stworzenie wizerunku orlików jako miejsca, gdzie można uprawiać różnorodne dyscypliny sportowe, w tym piłkę ręczną,
- oferowanie dzieciom i młodzieży różnorodnych i atrakcyjnych zajęć sportowych
- stworzenie warunków do udostępnienia publicznej infrastruktury sportowej
- stworzenie warunków dla aktywizacji społeczności lokalnych;
- wsparcie jednostek samorządu terytorialnego w zakresie upowszechniania aktywności fizycznej;

- upowszechnianie aktywności fizycznej wśród społeczeństwa, w szczególności wśród dzieci i młodzieży;
- podkreślenie roli państwa oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki w kreowaniu oferty sportowej w Polsce.

Cele marketingowe i komunikacyjne działań reklamowych.

1. **Budowanie świadomości i rozpoznawalności marki Turnieju** – chcemy budować świadomość Turnieju w skali całego kraju, tak aby dotrzeć do jak największej liczby odbiorców i zbudować pozytywne skojarzenia z tym wydarzeniem. Chcemy uwidocznić wielowymiarowe korzyści dla dzieci płynące z udziału w inicjatywie, angażując rodziców, trenerów, nauczycieli i dzieci.
2. **Odkrywanie i rozwój pasji i talentów** – kampania mediowa ma uświadomić młodym sportowcom możliwość pokazania swoich umiejętności. Turniej to platforma wspierająca rozwój sportowy dzieci i młodzieży. Poprzez organizację profesjonalnych rozgrywek daje możliwość edukacji dzieci i młodzieży na temat zasad fair play, współpracy zespołowej i szacunku do przeciwników.
3. **Budowanie relacji i zaangażowanie społeczności** - angażowanie rodziców, nauczycieli, trenerów i lokalnych społeczności w działania związane z turniejem. Tworzenie okazji do wspólnego spędzania czasu i integracji poprzez sport. Wspieranie lokalnych społeczności poprzez organizację i sponsorowanie wydarzeń sportowych. Budowanie środowiska kibicowskiego skoncentrowanego wokół sportu dziecięcego przez rodziców, dzieci i nauczycieli.
4. **Zbudowanie zaangażowanej społeczności online** w mediach społecznościowych wokół realizowanych projektów, w szczególności na kanałach Aktywna Szkoła.

Grupa Docelowa

Dzieci z klas 4 i 5 (U-11 i U-12) szkół podstawowych, zarówno dziewcząt, jak i chłopców. Do turnieju mogą zgłaszać się drużyny koedukacyjne z całej Polski.

Są to mniej lub bardziej zaawansowani młodzi sportowcy, zarówno Ci grający w klubach i szkołkach, jak i dzikich drużynach.

Rodzice i opiekunowie dzieci uczestniczących w wydarzeniu, mający bezpośredni wpływ na motywację i zgodę na udział swoich dzieci w Turnieju.

Nauczyciele wychowania fizycznego oraz trenerzy, którzy poprzez Szkoły i Kluby sportowe mogą mieć wpływ na motywację i wystawienie drużyn do Turnieju. To są kluczowe osoby dla rekrutacji i przygotowania drużyn do zawodów.

Lokalne społeczności, w tym mieszkańcy miast, miasteczek i wsi, gdzie odbywają się eliminacje i finały.

Propozycja Agencji powinna zawierać **wykorzystanie następujących formatów reklamowych, za których produkcję i dostarczenie do emisji będzie odpowiadał Zamawiający:**

Media społecznościowe:

Przygotowanie planu komunikacyjnego oraz prowadzenie działań na mediach społecznościowych dla projektu Ręczna na Orliku. Działania będą prowadzone na profilach społecznościowych profilu Aktywna Szkoła. Nie jest planowane tworzenie dedykowanych oddzielnych profili dla turnieju Ręczna na Orliku.

15 x post statyczny (pion i poziom)

15 x reels wideo lub stories animowany (6"-10")

Kampania internetowa - bannery (bez i z Ambasadorami):

Min.20 formatów bannerowych do emisji.

2. Turniej Z Orlika na Stadion

Druga edycja turnieju piłkarskiego podlegającego pod Aktywną Szkołę.

Turniej "Z Orlika na Stadion" to wyjątkowa, w skali całego Kraju, okazja do sportowej rywalizacji na wysokim poziomie i zaprezentowania swoich umiejętności trenerom oraz skautom PZPN. Do turnieju zaproszone są drużyny chłopięce i dziewczęce z grupy U13-U15. Rozgrywki odbędą się w dwóch oddzielnych kategoriach Junior – drużyn szkolnych o profilu niesportowym, oraz Junior PRO – dla drużyn klubowych i szkół sportowych. Najlepszych 80 uczestników (40 dziewcząt i 40 chłopców) turnieju weźmie udział w Zgrupowaniu Reprezentacji Orlików, z której mogą trafić do młodzieżowych reprezentacji Polski. Na uczestników Turnieju czekają wspaniałe nagrody – m.in. spotkania z reprezentantami Polski i oglądanie meczu kadry Polski z trybun PGE Narodowego.

Tegoroczny turniej ma na celu zachęcenie młodych piłkarzy i piłkarki do udziału w turnieju – zarówno tych trenujących w klubach w grupie Junior PRO, jak w grupie Junior.

Uwaga! Strategia komunikacji podzielona jest na 3 etapy komunikacji. Niniejsze postępowanie obejmuje zakresem wyłącznie etap 1: Rekrutacja do Turnieju.

Etap 1. Rekrutacja do turnieju.

- 14.04 -15.05 rekrutacja organizatorów lokalnych turniejów

- 16.05 – 30.06 rekrutacja drużyn do turnieju

Etap 2. Rozgrywki.

1.09 - 14.09 - rozgrywki lokalne i regionalne

21.09 - 7.10 - rozgrywki regionalne

14.10 -31.10 - finały wojewódzkie

Etap 3. Finał.

12.11 - 14.11 Warszawa - kwalifikacje do finałów

14.11 mecz reprezentacji PL na PGE Narodowy - uczestnictwo dzieci z finału

15.11 – finał dla min. 96 drużyn na PGE

24.11 - 21.12 - komunikacja ze zgrupowań dla zwycięzców ZONS

Finał na Stadionie Narodowym, który będzie miał miejsce **15 listopada 2025**. W finale weźmie udział min. 96 najlepszych drużyn Turnieju, a kibicować im będzie 30 000 dzieci i dorosłych. Dla finalistów przewidziane są kolejne, wartościowe atrakcje - spotkania mentoringowe z byłymi piłkarzami i innymi gwiazdami z dziedziny piłki nożnej. Po finale turnieju odbędzie się koncert dla wszystkich uczestników.

Cele marketingowe i komunikacyjne działań reklamowych.

1. **Rekrutacja drużyn do Turnieju** – zadaniem kampanii jest wsparcie działań rekrutacji drużyn i budowanie frekwencji Uczestników Turnieju. Dążymy do osiągnięcia 150 000 zgłoszonych uczestników, czyli 15.000 drużyn do końca czerwca.
2. **Budowanie relacji i zaangażowanie społeczności** - angażowanie rodziców, nauczycieli, trenerów i lokalnych społeczności w działania związane z turniejem oraz **zwiększenie zaangażowania społeczności na kanałach mediów społecznościowych Aktywna Szkoła**.
3. **Zbudowanie zaangażowanej społeczności online** w mediach społecznościowych wokół realizowanych projektów, w szczególności na kanałach Z Orlika na Stadion.

Grupa Docelowa

Dzieci w wieku szkolnym, najczęściej w przedziale wiekowym **12+ lat**, w szczególności grupa U13-U15, która jest potencjalnymi Uczestnikami turnieju. Są to mniej lub bardziej zaawansowani młodzi piłkarze i piłkarki, zarówno Ci grający w szkołach i orlikach, jak i ci grający w młodzieżowych klubach piłkarskich i szkołach o profilu sportowym

Rodzice i opiekunowie dzieci uczestniczących w wydarzeniu, mający bezpośredni wpływ na motywację i zgodę na udział swoich dzieci w Turnieju.

Nauczyciele wychowania fizycznego oraz trenerzy, którzy poprzez Szkoły i Kluby sportowe mogą mieć wpływ na motywację i wystawienie drużyn do Turnieju. To są kluczowe osoby dla rekrutacji i przygotowania drużyn do zawodów.

Lokalne społeczności, w tym mieszkańcy miast, miasteczek i wsi, gdzie odbywają się eliminacje i finały.

Propozycja Agencji powinna zawierać **wykorzystanie następujących formatów reklamowych, za których produkcję i dostarczenie do emisji będzie odpowiadał Zamawiający:**

Media społecznościowe:

Przygotowanie planu komunikacyjnego oraz prowadzenie działań na mediach społecznościowych dla projektu z Orlika na Stadion. Działania będą prowadzone na profilach społecznościowych profilu Aktywna Szkoła.

15 x post statyczny (pion i poziom)

5 x reels wideo lub stories animowany (6''-10'')

Kampania internetowa - bannery (bez i z Ambasadorami):

min. 20 formatów bannerowych do emisji.