**Załącznik 8. Wydarzenie specjalne “Porozmawiajmy o tym szczerze”**

**Stanowi odpowiedź na punkt *b) zorganizowanie wydarzenia specjalnego, skupionego tematycznie na konsekwencjach nadużywania alkoholu przez osoby dorosłe, z równoczesnym przekazem kampanii kierowanym do wszystkich pozostałych grup docelowych***

Wykonawca zobowiązany będzie do zapewnienia nagrania z tego wydarzenia oraz emisji w telewizji naziemnej lub kablowej, która nadaje programy na terenie województwa wielkopolskiego. Dodatkowo Wykonawca zapewni emisję wydarzenia specjalnego w Internecie i umożliwi dostęp do niego w ramach kanałów w social mediach. Działanie zrealizowane zostanie przy udziale minimum 50 gości.

W ramach przeprowadzonej kampanii Wykonawca przygotuje specjalne wydarzenie zwane eventem podsumowującym kampanię *Porozmawiajmy o tym szczerze.* Wydarzenie to będzie miało dwa cele:

1. prezentacja wyników badań dotyczących wiedzy i postrzegania problemu uzależnień od alkoholu przez mieszkańców Wielkopolski. Badania te były specjalnie przygotowane i przeprowadzone w ramach realizowanej kampanii;
2. prezentacja opinii publicznej problemu molestowanych i bitych kobiet, żyjących w patologicznych związkach, gdzie partnerzy pod wpływem alkoholu znęcają się nad nimi psychicznie i fizycznie. Prezentacja ta będzie miała charakter pokazu, gdzie w roli bitych, maltretowanych kobiet wystąpią odpowiednio ucharakteryzowane przez stylistów, fryzjerów i charakteryzatorki modelki. Konstrukcja pokazu opierać się będzie na prezentacji wyników badań opinii publicznej przeprowadzonych w Wielkopolsce.

Wykonawca świadomie chce wykorzystać w pokazie motyw maltretowanych i bitych kobiet, gdyż w ten sposób chciałby uwypuklić problem konsekwencji nadużywania alkoholu w świadomości społeczeństwa.

Tytuł eventu został świadomie zaprojektowany, aby dodatkowo zwrócić uwagę na konieczność prowadzenia otwartej dyskusji wśród społeczeństwa na tematy związane z uzależnieniem od alkoholu.

W ramach eventu zostaną zaprezentowane podmioty funkcjonujące w ramach Samorządu Województwa Wielkopolskiego, które zajmują się profilaktyką i edukacją w zakresie uzależnień oraz świadczą bezpośrednią pomoc poszkodowanym (dzieciom, rodzinom).

**Prowadzenie eventu:** znany i rozpoznawany dziennikarz

**Wśród zaproszonych gości będą:**

* władze SWW
* włodarze miast i gmin uczestniczących w kampanii
* reprezentanci podmiotów zaangażowanych w realizację kampanii

**Miejsce eventu:**

* specjalnie przygotowana sala konferencyjna w jednym z hoteli w Poznaniu

**Media relations:**

* event będzie transmitowany w sieci
* na miejscu będzie przygotowany materiał, ok. 12-minutowy, którego emisja będzie miała miejsce w telewizji
* przed wydarzeniem zostanie przygotowana konferencja prasowa, podczas której Członkini Zarządu SWW Paulina Stochniałek przedstawi założenia oraz rezultaty kampanii
* W ciągu tygodnia poprzedzającego to wydarzenie planujemy zrealizować działania podsumowujące kampanię *Porozmawiajmy o tym szczerze* w postaci płatnej kampanii radiowej realizowanej w pięciu rozgłośniach, których pokrywa się z obszarem województwa. Każda z rozgłośni wyemitowałaby spoty w trakcie 7 dni. Te emisje zakładałyby 12 spotów dziennie. Co daje 84 spoty w każdej rozgłośni.
* Ponadto, zamierzamy w każdej rozgłośni zrealizowa jedną audycję radiową zakładającą rozmowę z przedstawicielem np.: Urzedu Marszałkowskiego, który podsumuję kampanię.

**Promocja eventu:**

Temu działaniu będzie towarzyszyć kampania promocyjna w mediach społecznościowych utworzonych specjalnie na rzecz kampanii *Powiedzmy to sobie szczerze* (na portalu Facebook) z wykorzystaniem ekspertów i informacji merytorycznych na temat spożycia alkoholu i innych substancji psychoaktywnych. Dla przykładu będą to teksty merytoryczne, specjalnie przygotowane spoty tematyczne. Każdy materiał będzie oznaczony logotypem Urzędu Marszałkowskiego, zgodnie ze wskazówkami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Marszałkowskiego.

* strony internetowe UMWW, miast/gmin oraz podmiotów zaangażowanych w kampanię
* informacje prasowe w ramach media relations kampanii
* zapowiedzi programu tv w stacji telewizyjnej odpowiedzialnej za emisję eventu
* relacja eventu jako oddzielny program na antenie tv

**Dodatkowe informacje:**

* event zostanie przeprowadzony pomiędzy 15-20 grudnia br.
* godziny eventu: 12.00-13.00
* podczas eventu zostaną rozdane okolicznościowe dyplomy dla włodarzy i przedstawicieli podmiotów zaangażowanych w przygotowanie i przeprowadzenie kampanii

**Całość prezentowanego projektu kampanii stanowi własność Polskiego Instytutu Badań i Innowacji spółka z o.o i jest utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. Nr 90, poz. 631). Żadna jej część nie może być rozpowszechniana lub kopiowana w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny lub inny) bez pisemnej zgody Polskiego Instytutu Badań i Innowacji spółka z o.o.**

**W.w. informacje zawarte w ofercie stanowią tajemnicę przedsiębiorcy w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej i podlegają wyłączeniu od udostępniania innym podmiotom.**