



Toruń, dnia 27 października 2025 roku

Załącznik nr 2
do zapytania o cenę w celu oszacowania wartości zamówienia

Zamawiający:

Fresh Inset Spółka Akcyjna

ul. Wileńska 4/017A

87-100 Toruń

NIP: 8792699585

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Niniejsze zapytanie o cenę w celu oszacowania wartości zamówienia wynika z zamiaru zlecenia usługi w ramach projektu pn. „Funkcjonalne naklejki z 1-MCP do ochrony świeżości warzyw i owoców”, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki, Priorytet FENG.02 Środowisko sprzyjające innowacjom, Działanie, FENG.02.09 Seal of Excellence, na podstawie Umowy o dofinansowanie podpisanej z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju (zwanego dalej „**Projektem**”).

Głównym celem Projektu realizowanego przez Fresh Inset S.A. jest opracowanie i wdrożenie innowacyjnej technologii produkcji etykiet i naklejek uwalniających 1-MCP w sposób kontrolowany, umożliwiającej zastosowanie tej substancji czynnej w praktyce logistycznej i przechowalniczej owoców i warzyw bez konieczności stosowania hermetycznych komór i kosztownych inwestycji infrastrukturalnych.

W związku z realizacją Projektu, Zamawiający zamierza zakupić usługi public relations (PR) i komunikacji projektowej obejmujące przygotowanie i realizację strategii komunikacyjnej oraz promocji technologii Vidre+. Usługi będą realizowane, w okresie obowiązywania umowy — do zakończenia realizacji prac B+R, tj. do dnia 31 sierpnia 2027 roku, zgodnie ze specyfikacją poniżej.

1. Strategia komunikacji i działań public relations (PR)

Termin realizacji: do dnia 31 grudnia 2025 roku

Obszar usługi: Rynek europejski i amerykański.

Zakres usługi:

1. Analiza i diagnoza

- a. analiza stanu wyjściowego (branża agrochemiczna, 1-MCP, konkurencja) - raport analityczny obejmujący przegląd dotychczasowych działań komunikacyjnych, analizę wizerunku marki, kanałów i narzędzi komunikacji oraz identyfikację kluczowych trendów i wyzwań komunikacyjnych (SWOT komunikacyjny).,
- b. strategiczna analiza kanałów komunikacji (wydarzenia branżowe, media agro i foodtech, LinkedIn, konferencje naukowe) - zestawienie tabelaryczne zawierające listę wydarzeń i kanałów komunikacji z opisem grupy docelowej, zasięgów i rekomendacji.,
- c. opracowanie benchmarków komunikacyjnych – porównanie komunikacji konkurencji i liderów branży min. 2 przykładów konkurencji oraz 2 projektów branżowych, analiza porównawcza ich działań (formy komunikacji, język, kanały).

2. Definiowanie strategii

- a. przygotowanie Strategic Brief - cele komunikacji: np. uwiarygodnienie innowacyjności Vidre+, edukacja rynku dot. 1-MCP drugiej generacji, ESG) - raport zawierający cele komunikacji, , narrację i obszary komunikacyjne,



- b. określenie celów: krótkoterminowych (rozpoznawalność w branży agro na rynkach UE/USA) i długoterminowych (pozycjonowanie Fresh Inset jako partnera technologicznego) - min. 5 KPI krótkoterminowych i 3 KPI długoterminowe, opisane i mierzalne,
 - c. identyfikacja kluczowych grup docelowych (producenci owoców/warzyw, dystrybutorzy, firmy pakujące, producenci etykiet/opakowań, instytucje naukowe, inwestorzy) - opis min. 3 segmentów wraz z charakterystyką i potrzebami komunikacyjnymi,
 - d. wyznaczenie przekazów kluczowych - min. 53 kluczowych komunikatów w języku angielskim, gotowych do użycia w materiałach.
3. **Planowanie działań**
 - a. dobór i uzasadnienie kanałów komunikacji (media branżowe, LinkedIn, blog ekspercki, konferencje, komunikacja ESG) - dokument zawierający wybór kanałów z uzasadnieniem i rekomendacjami,
 - b. opracowanie GO Plan & Roadmap z harmonogramem działań na okres realizacji Projektu i okresu jego trwałości, rozpisany kwartalnie, z opisem aktywności i terminów,
 - c. propozycja działań i projektów dodatkowych (materiały wideo demonstracyjne, case studies z testów, warsztaty dla producentów) - min. 2 koncepcje działań, .
4. **Ewaluacja i raportowanie**
 - a. określenie kluczowych KPI (min. 5 mierzalnych wskaźników efektywności, np. liczba publikacji, zasięg mediów, liczba leadów LinkedIn, liczba uczestników warsztatów),
 - b. przygotowanie **Insights & Impact Report** (Raport Wniosków i Wpływu) - raport końcowy zawierający analizę efektów, rekomendacje i wnioski.

Formaty i przekazanie materiałów:

Raporty miesięczne będą dostarczane w formatach Microsoft Word (.docx) oraz PDF (.pdf).

Wykonawca zobowiązuje się przekazywać Materiały do akceptacji Zamawiającego z co najmniej 3 dniami roboczymi wyprzedzenia oraz zapewnia do dwóch tur poprawek w ramach uzgodnionego zakresu. W trybie priorytetowym (uruchamianym na pisemne żądanie Zamawiającego) Wykonawca dostarcza Materiały w terminie do 24 godzin od potwierdzenia przyjęcia zlecenia; w tym trybie Zamawiającemu przysługuje jedna tura poprawek.

2. Prowadzenie biura prasowego

Termin realizacji: 01 stycznia 2025 roku do 27 sierpnia 2027 roku.

Obszar usługi: Rynek europejski i amerykański.

Zakres usługi:

1. Doradztwo strategiczne
 - a. wsparcie w zakresie kontaktów z mediami ,
 - b. dbałość o spójność przekazu spółki w języku angielskim - redakcja językowa wszystkich materiałów przed wysyłką.
2. Planowanie działań komunikacyjnych
 - a. opracowanie tematów i kontekstów komunikacyjnych,
 - b. przygotowanie harmonogramu działań media relations w języku angielskim.
3. Relacje z mediami
 - a. utrzymywanie i rozwijanie kontaktów z dziennikarzami zagranicznymi (baza dziennikarzy i bieżący kontakt) - min. 10 kontaktów wraz z opisem,
 - b. bieżąca komunikacja, follow-up,
4. Materiały prasowe
 - a. przygotowywanie i dystrybucja press releases, media alerts, Q&A, statements i boilerplate (min. 6 komunikatów prasowych rocznie



- b. prowadzenie oraz aktualizacja press kit (bio, zdjęcia, logotypy, key facts, FAQ) – materiały w języku angielskim.
- 5. Obsługa zapytań medialnych
 - a. odpowiadanie na pytania dziennikarzy,
 - b. wsparcie merytoryczne przy przygotowaniu wypowiedzi, wywiadów i spotkań (briefingi, talking points (reakcja do 48h roboczych w trybie standardowym, do 24h w trybie priorytetowym).
- 6. Monitoring mediów
 - a. bieżące śledzenie międzynarodowych mediów i internetu przy użyciu narzędzi monitoringu,
 - b. przygotowywanie press clippingów i alertów o aktualnościach - 1 raport miesięczny, zawierający clippingi i analizy.
- 7. Raportowanie
 - a. raporty miesięczne obejmujące podsumowanie działań, zasięgi/ekspozycje, wnioski i rekomendacje.

Formaty i przekazanie materiałów:

Raporty miesięczne będą dostarczane w formatach Microsoft Word (.docx) oraz PDF (.pdf).

Wykonawca zobowiązuje się przekazywać Materiały do akceptacji Zamawiającego z co najmniej 3 (trzema) dniami roboczymi wyprzedzenia oraz zapewnia do dwóch tur poprawek w ramach uzgodnionego zakresu. W trybie priorytetowym (uruchamianym na pisemne żądanie Zamawiającego) Wykonawca dostarcza Materiały w terminie do 24 (dwudziestu czterech) godzin od potwierdzenia przyjęcia zlecenia; w tym trybie Zamawiającemu przysługuje jedna tura poprawek.

3. Kampania social media i działania public relations (PR)

obejmujące opracowanie oraz publikację treści w mediach społecznościowych z wykorzystaniem platformy LinkedIn.

Termin realizacji: 01 stycznia 2025 roku do 27 sierpnia 2027 roku.

Obszar usługi: Rynek europejski i amerykański

Zakres usługi:

- 1. Prowadzenie profilu spółki na LinkedIn (język angielski)
 - a. tworzenie i bieżąca obsługa międzynarodowego profilu firmy i Projektu,
 - b. opracowanie kalendarza treści, przygotowywanie oraz publikacja postów (min. 8 postów miesięcznie),
 - c. przygotowywanie materiałów wizualnych do publikacji (min. 2 grafiki/infografiki miesięcznie),
 - d. monitorowanie komentarzy oraz obsługa interakcji z użytkownikami (reakcja do 72h roboczych),
 - e. monitorowanie i obsługa korespondencji w skrzynce odbiorczej profilu - przegląd skrzynki min. 3 razy w tygodniu.
- 2. Prowadzenie bloga spółki (język angielski)
 - a. planowanie i realizacja harmonogramu publikacji (min. 1 artykuł blogowy miesięcznie),
 - b. przygotowywanie materiałów blogowych w języku angielskim,
 - c. wsparcie w tworzeniu treści do dedykowanej zakładki Projektu na stronie internetowej spółki (min. 1 artykuł blogowy miesięcznie, długość: 1500–2000 znaków).
- 3. Analiza i raportowanie
 - a. analiza statystyk profilu LinkedIn,



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



- b. przygotowywanie comiesięcznych raportów podsumowujących działania i efekty (raport powinien zawierać co najmniej zestawienie KPI: wzrost liczby obserwujących, engagement rate, liczba komentarzy i udostępnień).

Formaty i przekazanie materiałów:

Raporty miesięczne będą dostarczane w formatach Microsoft Word (.docx) oraz PDF (.pdf)

Wykonawca zobowiązuje się przekazywać Materiały do akceptacji Zamawiającego z co najmniej 3 (trzema) dniami roboczymi wyprzedzenia oraz zapewnia do dwóch tur poprawek w ramach uzgodnionego zakresu. W trybie priorytetowym (uruchamianym na pisemne żądanie Zamawiającego) Wykonawca dostarcza Materiały w terminie do 24 (dwudziestu czterech) godzin od potwierdzenia przyjęcia zlecenia; w tym trybie Zamawiającemu przysługuje jedna tura poprawek.