



**Съфинансирано от  
Европейския съюз**



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

## **ТЕХНИЧЕСКА СПЕЦИФИКАЦИЯ**

**За състезателна процедура с предмет „Избор на изпълнител като Прилагаща организация по проект „Непобедимото Европейско яйце“ за реализиране на дейности, свързани с повишаване на осведомеността на европейските потребители, търговци и представители на бизнес сектора (по-конкретно на тези в Гърция и Румъния) относно характеристиките, качеството, вкусовите специфики и хранителната стойност на българските пресни яйца за консумация, с четири обособени позиции“**

### **1. ПРЕДЛАГАЩА ОРГАНИЗАЦИЯ/ВЪЗЛОЖИТЕЛ НА ПРОЦЕДУРАТА**

Настоящата състезателна процедура е в изпълнение на проект Непобедимото Европейско яйце, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP), Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)

Съюзът на птицевъдите в България (СПБ) е учреден на 27 ноември 1991 год. като професионална организация на производителите и преработвателите на птицевъдна продукция, юридическо лице с нестопанска цел в частна полза.

Главната уставна цел е защита на правата и икономическите интереси на членовете на сдружението. Подпомагане развитието на птицевъдството и птицепреработвателната промишленост, в това число утвърждаването на българските производители и преработватели на птицевъдна продукция на местния и чуждестранен пазар. СПБ оказва съдействие за повишаване и защитаване на икономическите интереси на своите членове, както и за допринасяне за информираността на потребителите, относно качеството и безопасността на птицевъдната продукция на българските производители и преработватели. Екипът на СПБ подпомага ефективния диалог и сътрудничество между членовете на сдружението и държавните и общински органи, местни и международни организации и институции, както и всички видове медии, с цел бързото и ефективно разрешаване на актуалните проблеми в сферата им на дейност.

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

Активно участва в разработването на проекти за нормативни актове, предложения, становища, позиции и всякакви други документи за защита интересите на българските производители и преработватели на птицевъдна продукция, както и участието в работни групи и комисии. Предоставяне на актуална информация на членовете на сдружението, относно законодателството и законовите изисквания, които касаят агрохранителната верига.

Съюзът представлява членовете си пред държавните органи и обществените организации в страна и в чужбина.

Съюзът на птицевъдите в България е Национално представителна браншова организация.

## 2. ПРЕДМЕТ НА ПРОЦЕДУРАТА:

Избор на изпълнител като Прилагаща организация по проект „Непобедимото Европейско яйце“ за реализиране на дейности, свързани с повишаване на осведомеността на европейските потребители, търговци и представители на бизнес сектора (по-конкретно на тези в Гърция и Румъния) относно характеристиките, качеството, вкусовите специфики и хранителната стойност на българските пресни яйца за консумация, с четири обособени позиции, както следва:

Обособена позиция № 1: Връзки с обществеността, социални медии, публикации, рекламни стоки

Обособена позиция № 2: Създаване, актуализация и поддръжка на уебсайт

Обособена позиция № 3: Организиране на събития

Обособена позиция № 4 Реклама.

## 3. СТОЙНОСТ:

Прогнозната стойност на процедурата е 699 460,00 EUR ( шестотин деветдесет и девет хиляди четиристотин е шестдесет евро) без ДДС или 1 368 024,85 ( един милион триста шестдесет и осем хиляди, двадесет и четири лева, 85 ст.) BGN без ДДС.

## 4. ЦЕЛ:

Общата цел на процедурата е избор на Прилагаща организация, която да разработи и изпълни дейностите, насочени към подкрепа на усилията на Предлагащата организация за

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

нарастване на нейната конкурентоспособност на пазара на яйца в целевите държави, както и за повишаване информираността на гражданите в тези държави относно качествата, предимствата и хранителната стойност на яйцата, произвеждани от организацията. Предвижда се да бъдат обхванати следните целеви групи - потребители/консуматори на яйца, домакинства, търговци, представители на ХОРЕКА сектора. За изпълнението на маркетинговия подход в проекта са предвидени информационни пакети към целевите групи, които включват търговски и потребителски дейности.

## Специфични цели:

1. Икономическа цел: Повишаване на потреблението на български обогатени яйца и съответно повишаване на пазарния им дял в целевите пазари - Гърция и Румъния, посредством повишаване на износа от страна на българските производители, представлявани от Предлагащата организация по проекта.
2. Информативна цел: Повишаване на осведомеността на европейските потребители, търговци и представители на бизнес сектора (по-конкретно на тези в Гърция и Румъния) относно характеристиките, качеството, вкусовите специфики и хранителната стойност на българските яйца за консумация.

## 5. МЯСТО ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА УСЛУГАТА:

Мястото за изпълнение на услугата е територията на Република България, Румъния и Гърция.

## 6. ОБХВАТ НА УСЛУГАТА:

Обхватът на процедурата е свързан с повишаване на осведомеността на европейските потребители, търговци и представители на бизнес сектора (по-конкретно на тези в Гърция и Румъния) относно характеристиките, качеството, вкусовите специфики и хранителната стойност на българските пресни яйца за консумация. Като основен резултат се очаква повишаване на потреблението на български пресни яйца за консумация и съответно повишаване на пазарния им дял в целевите пазари - Гърция и Румъния. Целите на процедурата ще бъдат изпълнени посредством прилагането на стратегически маркетингов подход, фокусиран върху създаването и разпространението на ценно, подходящо и последователно съдържание за привличане и задържане на ясно дефинирана аудитория в целевите пазари- Гърция и Румъния.

Изпълнителят следва да осигури екип, отговорен за осъществяване на непрекъснати дейности за връзки с обществеността, организиране и провеждане на медийни събития, създаване, актуализация и поддръжка на уебсайт по проекта, провеждане на уебинари,

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),

Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

рекламни дейности, публикуване на реклами и статии в пресата, изработване на промоционални подаръци, изработване на рекламен (видео) клип, организиране и провеждане на ПР и маркетингови събития, провеждане на дни за дегустация и др.

Изпълнителят следва да представи техническо предложение, в което подробно да опише изпълнението на описаните по-долу задачи за всяка от обособените позиции:

## **Обособена позиция № 1: Връзки с обществеността, социални медии, публикации, рекламни стоки:**

В рамките на обособената позиция следва да бъдат изпълнени следните задачи:

**Задача 1** - Провеждане на PR кампания - предвижда провеждане на PR кампания, включваща: Изготвяне и изпращане до медиите на електронен Информационен бюлетин годишно (разработен на гръцки и румънски език) и 12 бр. Съобщения за печата (по 2 пъти годишно във всяка от целевите държави - Гърция и Румъния).

**Задача 2** - Организиране и провеждане на 12 бр. Пресконференции - предвижда: Организиране и провеждане на 12 бр. Пресконференции - по две годишно във всяка от целевите държави Румъния и Гърция, с участието на представители на местни и национални медии – печатни – вестници и списания, електронни – радио и телевизия, информационни агенции, интернет издания, блогове и др. На конференциите следва да присъстват също така представители на Предлагащата организация, които да представят информация за промотираните продукти и предлагането им на Европейския пазар. Следва да бъдат представени конкретни данни за произведената продукция и реализирания износ, тенденциите в развитието на сектора. Индикативният брой участници във всяко събитие е 30 журналисти/представители на медиите. За посетителите на всяка от пресконференциите следва да бъдат осигурени пакети с информационни материали.

**Задача 3** - Създаване на профил на проекта в основните социални мрежи, реклама и управление на съдържание и постове.

Предвижда се създаване на профил на проекта в основните социални мрежи: LinkedIn, Facebook и Pinterest, където да се поддържат редовни статии по отношение на проекта и промотираните продукти. Един от методите за набавяне на трафик е чрез LinkedIn. Активността в мрежата дава възможност да се достигнат потребителите в над 200 държави. LinkedIn е ефективен метод за създаване на бизнес партньорства и стратегически връзки. Facebook е най-универсалната социална мрежа, която се ползва от милиони лица на различни възрасти, създават се групи по интереси и с общи цели. Изключително ефективна е от гледна точка на промотиране на продукти пред крайните потребители и домакинства.

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),

Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

Pinterest също набира популярност като средство за успешен продуктов маркетинг. Мрежата има своята уникална аудитория (над 80% от потребителите са жени, като средната възраст на потребителите е 40 години). Основна характеристика на Pinterest е наличието на категории, към които принадлежат публикуваните материали. Най-популярната категория е „Храни и напитки“, което прави платформата изключително подходяща за промотиране на продукта.

Доброто интерактивно представяне на продукта пред заинтересованите страни, създавайки бизнес профили и страници в социалните мрежи следва да осигури отлична възможност за он-лайн реклама. Давайки възможност на потребителите да "харесват" и "споделят" съдържанието на публикацията в социалните мрежи с техните приятели, ще постигне неминуемо увеличаване на посещенията в разработения по проекта интернет сайт и подобряване позициите му в резултатите на търсачките (SEO ефект). При разработването на профили в посочените мрежи, предварително следва да бъдат определени целите на маркетинговата кампания: Генериране на кликове; Извършване на действие в разработения уеб-сайт; Популяризиране на качените публикации, материали; Повече последователи на страницата; Организиране на събития; Определя се вида трафик, който следва да се постигне.

### **Задача 4 - Публикации, медийни пакети, рекламни стоки**

- Публикуване на реклами и статии в пресата:

В координация с рекламата в пресата, публикуването на статии следва да засили кампанията, тъй като статиите имат способността да представят продуктите по един надежден и достоверен начин, чрез информативни материали, които следва да бъдат поместени в новини или в редакционен формат. Това действие следва да достигне конкретните целеви групи, в т.ч. най-чувствителните потребители по отношение на храните, а именно жените. Жените се считат за най-силно заинтересованата група по отношение на характеристиките на храната и готварството, като са значително по-фокусирани в рекламирането на качеството, на етиктирането, по отношение на естествените и местни продукти, а всички тези качества са в основата на продуктите с произход от ЕС. Жените показват готовност за експериментиране на нови рецепти и различен начин на консумиране, така че биха били движеща сила в тази дейност.

Хранителната стойност при консумацията на европейски продукти, документално предоставена от специализирани журналисти от областта на храненето може да засили още повече влиянието и да съдейства за формирането на положителна нагласа в целевата аудитория. Дейността следва да обхваща специализирани информационни, промоционални статии в пресата, като в целевите страни ще бъдат подготвени и публикувани маскирани рекламни статии (advertorials). В национални и голямо тиражни вестници и списания следва

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),

Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

да бъдат публикувани статии и интервюта. Рекламата и маскирани рекламни статии следва да бъдат включени в едни и същи издания, както са посочени по-долу. Маскираните рекламни статии (журналистически статии) следва да варират между 600 и 1000 думи и да включват тематично свързана фотография. Хора, които четат специализираните списания за храна обикновено са добре информирани потребители или търговски специалисти от хранително-вкусовия сектор. Специализираните списания са част от мрежата, която влияе на обществените модели и вкусове. Публикуването в тях е добър начин за развиване на контакти с националните оператори и лоялните и заинтересовани потребители. По настоящата дейност се предвиждат 6 публикации в пресата и 12 колонки/рекламни карета.

- Изработване на промоционални подаръци:

Промоционалните подаръци, разпределени на съответните изложения, събития и места на продажби служат, като напомняща връзка с програмата. В същото време потребителите стават разпространители, тъй като те ще разпространяват тази информация в своите семейства и сред своите приятели. Рекламните подаръци трябва да доставят удоволствие и да се отнасят до стратегията и темата на капанията за информиране и насърчаване с цел да се запазят посланията на програмата. Рекламните подаръци ще бъдат разделени в две категории: Бизнес към потребител (B2C) и Бизнес към бизнес (B2B).

B2C - промоционални подаръци за крайните потребители:

Рекламни торбички – памучните торбички, подходящи за пазар, с рекламен печат са един добър и ефективен начин за реклама. Следва да послужат за опаковане на промоционалните подаръци, адресирани до потребителите. В допълнение, те са носител на посланието на проекта и ЕС.

Кухненски ръкавици и престилки – рекламни продукти, свързани изцяло с промотирането на храни, изработени от висококачествен памучен плат, с пълноцветен печат, чието основно предимство е продължителността на въздействие върху потребителя.

Магнити за хладилник - с индивидуална форма и дизайн, пълноцветен печат върху картон с допълнително ламинирано покритие, каширани върху магнитно фолио. Чрез тях рекламното послание на проекта може бъде постоянно пред очите на потенциалните клиенти.

B2B - промоционални подаръци за бизнес партньорите:

Рекламни торбички – хартиени торби с рекламен печат, които ще послужат за опаковане и по-люксово представяне на промоционалните подаръци, предвидени за бизнеса

Папка за документи – с изобразено логото на проекта и рекламен надпис, осигуряват онази популярност, подплатена, както с ефективно послание, така и с огромна практичност. Така и бизнес потребителите ще могат да разпространяват информацията, като в същото време ползват удобна папка за своите документи.

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

USB флаш памет – с изобразено логото на проекта и рекламен надпис, осигуряват онази популярност, подплатена, както с ефективно послание, така и с огромна практичност. Общият брой от 4800 подаръчни пакети ще бъде разпределен в следните дейности и PR мероприятия: 4300 за потребителите и 500 подаръчни пакета за бизнес оператори.

### **Обособена позиция № 2: Създаване, актуализация и поддръжка на уебсайт:**

В рамките на обособената позиция следва да бъде изпълнена следната задача:

Предвижда създаване на уебсайт, който ще обвърже всички предвидени мерки и дейности в информационен пакет и ще съдържа информация за целите на програмата. Той ще предлага добавена стойност към информацията и ще представлява интерактивен инструмент за информиране и развлечение за всички целеви групи.

Фокус и цели на сайта: обръщение към целевите групи, предоставяне на обширна информация, лесна навигация, оптимизиран механизъм за търсене.

Съдържание и инструментариум: Разработване на представяне и информация за продуктите - кратко описание, информация за производството, вариантите, кулинарно приложение и хранителни факти; ще бъде включено допълнително кратко резюме за историята на продуктите; „Търсачка“: къде и кога да намеря продуктите (магазини/ресторанти); Интерактивна връзка с потребителите и посетителите на сайта, където ще бъдат насърчавани да отговорят на въпросите и да разгледат резултатите, което да ги мотивира допълнително; Възможност за регистрация за участие в предстоящи събития; Рецепти и снимки. Проведени мероприятия/събития и снимки от тях; Печатни материали. Клипове и видеа за промотиране на продуктите; Хиперлинкове към профилите на проекта в социалните мрежи; Уебстраницата следва да бъде преведена на езиците на целевите страни, както и на английски език.

Изпълнението на дейността следва да включва: Разработване и дизайн на уебсайт, вкл. артистичен директор и екранен дизайн; Програмиране на уебсайт, вкл. медийна секция, формуляр за контакт и формат за отпечатване; Поддръжка съдържанието на уебсайта, инкорпориране на текстовете и фотографиите в мастер копие на английски език; Превод на съдържанието на уебсайта на езиците на целевите държави + английски език; Проверка на стила и тестване; Закупуване на домейн за сайта и хостинг услуги; SEO оптимизация - предвижда редица поддейности, които се включват в пакета услуги с една обща цел – да подобрят позициите на новия ни сайт в резултатите на търсачките онлайн. За тази цел в този проект са предвидени следните SEO дейности: изготвяне на семантично ядро от ключови думи за позиционирането на сайта; формиране на задание за вътрешна оптимизация на

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

сайта; изготвяне на система за управление на съдържанието, която ще позволи използването на конкретни изрази от ключов елемент за позиционирането и намирането на сайта при търсене по ключови думи и фиксирани изрази; налинкване на категории; изготвяне на линк билдинг стратегия – чрез нея ще могат да се използват други сайтове, от които да се препращат рекламни съобщения към сайта на проекта. По този начин потребители от конкретната таргет група, които посещават определени сайтове, ще могат да кликнат и да се запознаят с настоящата маркетингова кампания и промотираните продукти; добавяне на облачни маркетингови услуги през Гуугъл, с които ще може да се проследява посещаемост на сайта, както и редица други професионални метрики, на база които ще може да се прецени успеваемостта на сайта. С тези аналитични данни ще бъде възможно извеждане на информация за ползваемостта на промотирания продукт, за интереса и информираността на потребителите на база конкретни дейности и стратегии; създаване на линк профил – Google Analytics, Google Search Console, On Page SEO одит, Keywords Trend, Visibility Trend; месечни отчети с включени анализи и извършена работа по: Google Search Console - пълен анализ точка по точка; Google Analytics - сравнение с преден месец и предходна година; On-Page мониторинг - какво е поправено и какво не + създаване на нови задачи или актуализацията им; Напредък по задачи. Visibility Trend; Keywords Trend и класиране за различни устройства и геолокации.

### **Обособена позиция № 3 – Организиране на Събития:**

В рамките на обособената позиция следва да бъдат изпълнени следните задачи:

#### **Задача 1 – организиране на уебинари.**

Предвижда в края на изпълнението на проекта да бъде организиран по 1 Уебинар (съответно за Румънските и Гръцките потребители) - видеоконференция, на която следва да бъде представена информация за полезните свойства на продуктите и да бъдат изпълнени рецепти по атрактивен и достъпен начин, в рамките на 3 часа.

Уебинарите, излъчвани онлайн, придобиват голяма популярност в последните години, като метод за запознаване с нещо полезно в реално време, докато човек е пред компютъра или пред мобилно устройство, независимо в коя точка на света. Този начин на отдалечено информиране „на живо“ улеснява и лекторите, които могат да водят събитието без да се съобразяват с определено място и свързаните с него изисквания. Друго основно предимство на уебинарите е тяхната интерактивност - те предоставят бърз и лесен начин за предаване, получаване и обсъждане на информация. Участието в Уебинара следва да изисква предварителна регистрация във вече създадения Интернет сайт на проекта. За да бъдат

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),

Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

мотивирани повече хора за регистрация предварително следва да бъдат представени малки, кратки моменти от това, което ще се покаже в Уебинара - кратки видеа, снимки, текстове. Уебинарът ще бъде промотиран през LinkedIn, YouTube и Facebook, които имат мощни търсачки и където, чрез методично обновяване на информацията ще бъдат достигнати голям брой представители на целевата група.

Уебинарът следва да се състои от кратък информационен панел, даващ възможност на повече хора да се запознаят с качествата на промотирания продукт. По-голямата част от събитието следва да включва изпълнението на рецепти, включващи промотирания продукт, които ще се приготвят в реално време. Да се предложат традиционни български рецепти, които са непознати за целевите пазари и да привлекат интереса им. Изпълнението на дейността следва да включва: Записване на участниците в уебинарите, чрез саморегистрация или чрез записване от администратор; Получаване на известие чрез имейл за провеждане на уебинар от всеки от участниците, записан за уебинара; Провеждане на уебинар чрез видеоконферентна връзка; Осигурен интегриран звук; Възможност за различни презентатори; Възможности за посочване, насочване на вниманието, т.н.; Споделяне на съдържание и медия. Превключване между презентациите; Управление на изгледа на сесията в системата за уебинари изглед за видеолекция, презентация или друго; Възможност за провеждане на анкета по време на сесиите на уебинара; Управление на участниците в уебинара - управление на звука, камерите и др.; Наличие на "чат канал" - общ и частен; Възможност за записване на сесията от уебинара/архивиране.

### **Задача 2 – Щандове на търговски изложения**

Участие в международни търговски изложения (хранителни изложби) - жизнено важна за програмата дейност, която ще обслужва промоционалните изисквания на продуктите, както към търговците, така и към крайните потребители, поставяйки и целевите групи в директен контакт с продуктите и с представителите на производителите. Участието в международни изложения в областта на хранително-вкусовата промишленост следва да представлява важна стъпка към развитието на силни дълготрайни професионални отношения, които могат до доведат до увеличаване на продажбите и печалбите, когато са успешно съчетани с ефективни мероприятия по връзки с обществеността и ефикасна комуникационна стратегия.

Значението на тази дейност се базира на факта, че, докато във всички други дейности на програмата, основният процент от целевия пазар се формира от крайния потребител, участието в търговски панаири ще обхване по-скоро търговци на едро, вносители, дистрибутори и доставчици. Личният контакт, позволяващ директна комуникация и



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

предоставяне на подробна информация, се счита за един основен метод за ефективното влизане на продуктите в магазините и дългосрочно им присъствие там.

Хранителните изложби предоставят също така и стратегическа възможност за прогнозиране на бъдещите тенденции и развитие на местния пазар и за получаване на актуална информация за търсенето.

Подбрани са 2 броя хранителни изложби (1 в Румъния и 1 в Гърция), в рамките на които следва да бъде осигурено участие на Предлагащата организация по проекта. На всяко събитие следва дае бъдат изпратени по 10 лица - представители на български производители на обогатени яйца (членове на Съюза на птицевъдите).

- Food Expo – ежегоден фестивал, провеждан в Гърция, с продължителност 2 дни. През втората и третата година от изпълнението на действието се предвижда участието на Предлагащата организация с 10 представители на фирми-производители на български обогатени яйца. Участието ще бъде организирано от избраната Прилагаща организация, като ще включва: наемане на рекламна площ, конструиране и декор на щанда, осигуряване на продукти за дегустация и изпълнение на рецепти в рамките на 2-та дни от събитието, осигуряване на помощни материали за извършване на кулинарните презентации (посуда/съоръжения), осигуряване на готвач/и за кулинарните презентации, осигуряване на преводач/и на мястото на събитието, осигуряване и поставяне на рекламен банер, осигуряване на транспорт, хотелско настаняване и изхранване на българските представители на Съюза на птицевъдите и др. съпътстващи дейности.

Това е една от най-популярните хранителни изложби. На нея присъстват множество международни изложители, които произвеждат, изнасят и продават продукти в следните две основни категории:

- Храни и напитки (млечни продукти, маслини и зехтин, натурални храни и напитки, месо, месни продукти и деликатеси, замразени храни, паста и др.)
- Хранителни технологии и оборудване за съхранение (пекарски съставки, обработка на храна и пакетиране, оборудване за магазини, методи за съхранение, охладителни системи и др.).

Изложбата има за цел да спомогне на фирмите да разширят клиентелата си, да срещнат потенциални бизнес партньори, да рекламират своите нови продукти и услуги и да установят бизнес отношения с някои от най-важните дистрибутори. Участието на Предлагащата организация в изложба от този мащаб ще донесе ползи както в



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

икономически, така и в информационен контекст, тъй като ще засегне голям процент от таргетираната аудитория и ще създаде предпоставки за нови партньорства.

- ИндАгра Фууд – ежегодна изложба, провеждана в Румъния, с продължителност 5 дни. През втората и третата година от изпълнението на действието се предвижда участието на Предлагащата организация с 10 представители на фирми-производители на български обогатени яйца. Участието следва да бъде организирано от избраната Прилагаща организация, като ще включва: наемане на рекламна площ, конструиране и декор на щанда, осигуряване на продукти за дегустация и изпълнение на рецепти в рамките на 5-те дни от събитието, осигуряване на помощни материали за извършване на кулинарните презентации (посуда/съоръжения), осигуряване на готвач/и за кулинарните презентации, осигуряване на преводач/и на мястото на събитието, осигуряване и поставяне на рекламен банер, осигуряване на транспорт, хотелско настаняване и изхранване на българските представители на Съюза на птицевъдите и др. съпътстващи дейности.

ИндАгра Фууд е международна изложба за храни, напитки и технологии за обработка, която е най-представителният форум на хранителната индустрия в Румъния. Провежда се ежегодно в Румъния, с продължителност 5 дни и осигурява участието на над 100 компании от 14 държави.

ИндАгра Фууд е предпочитано място за изява на производители и търговци, предлагащи вкусни и здравословни продукти с високо качество. Организира се в партньорство с браншови асоциации и се провежда под егидата на Министерството на земеделието, храните и горите в Румъния. Изложението предоставя възможност на над 12 държави да представят свои уникални вкусове и рецепти пред повече от 60 000 присъстващи и в над 200 медийни публикации. Силата на тази изложба е в това, че ще предостави конкурентно представяне на промотирания по проекта продукт – яйцето, като ще даде голяма трибуна за информиране относно неговите качества и предимства. Така ще се достигне до всички целеви групи по разбираем за всеки от тях начин.

### **Задача 3 – Провеждане на семинари, обучения и дейности в училища**

Предвижда се организиране на 2 бизнес посещения в България от страна на гръцки и румънски организации. Следва да бъдат организирани съвместни срещи с български производители на яйца, членове на Съюза на птицевъдите, които да представят пред чуждестранните търговци своите продукти, като да бъдат обсъдени възможностите за бъдещи партньорства - износ, продажба чрез хранителни вериги в съответните страни и др. На всяко от събитията следва да бъдат поканени по 10 представители на хранителния бизнес (търговци), съответно от Гърция и Румъния. Посещенията да включват работна среща, на



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

която ще могат да присъстват и журналисти, както и представители на подбрани сертифицирани български птицевъдни ферми, с цел презентиране на процеса по отглеждането на птици и производство на яйца. На присъстващите следва да бъдат раздадени информационни и рекламни материали, разработени по проекта, както и промоционални подаръчни пакети, описани в Работен пакет 5.

Идеята на събитията е да се създадат индивидуални бизнес контакти, посредством които впоследствие да се организира дистрибуция на български яйца на съответните целеви пазари и да се повиши експорта.

Предвижда се всяка една от срещите да бъде двудневна: През първия ден следва да се състои работна маса и запознаване с рекламни клипове/материали. Вторият ден да включва посещение на международната селскостопанска изложба АГРА, която се утвърди като най-голямото икономическо събитие за агробизнеса в Югоизточна Европа. АГРА се организира под егидата на Министерството на земеделието, храните и горите и привлича водещи производители и търговци, защото тук могат да представят своите продукти и услуги пред повече от 40 000 посетители, а за специалистите от сектора е интересна с иновациите на световно ниво. Изложбата е предпочитана от фермерите заради възможността да се информират за нови продукти и услуги, да закупят техника и инвентар, да обменят идеи и опит.

### Кулинарни училища и курсове по готварство.

Във всички целеви страни функционират т. нар. кулинарни училища за професионално обучение или за хоби. Широката гама от цели на кулинарните училища е впечатляваща и обхванатите потребители са фокусирани и се интересуват от храната, нейните качества, кулинарните предложения и новости. Кулинарните училища, част от проекта, следва да имат образователна и информационна функция и да бъдат насочени към непрофесионалисти, които имат специално отношение към храната, търсят вдъхновение от световните кулинарни тенденции, интересуват се от вкусно, здравословно и балансирано хранене и са отворени са към нови кулинарни идеи и практически съвети. Пред тях следва да бъдат разкрити кулинарни тънкости и тайни, нови идеи за вкусна и красива храна и ще бъдат запознати със съвременните тенденции в готварското изкуство, като основният използван продукт ще бъде българското яйце.

През първата година от изпълнението на действието във всяка от целевите държави се предвижда провеждането на едно еднодневно кулинарно училище, в което участие следва да вземат 30 лица, т. е. да бъдат обхванати общо 60 представители на целевата група, които



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

освен наблюдението на кулинарните демонстрации ще имат възможност и да зададат своите въпроси.

Предвижда се публикуване на събитието в социалните мрежи, с което се цели обхващането на още по-голяма аудитория. Провеждането на кулинарните училища да бъде при „отворени врати“, за да може и други желаещи да посетят събитието, като зрители. За по-голям емоционален ефект върху аудиторията, на обучаемите и присъстващите лица ще бъдат раздадени рекламни подаръци.

Дейността предвижда и провеждане на курсове по готварство, които целят предаване на знания и умения относно приготвяне на традиционна българска, гръцка и румънска кухня с основна съставка българското яйце. По този начин ще бъдат достигнати крайните потребители, като по забавен и иновативен начин ще се предаде знанието за качествата и състава на обогатеното яйце на Съюза на птицевъдите в България. Дейността предвижда провеждането на 4 тридневни обучителни курса – по един курс годишно в Румъния и Гърция през втората и третата година от изпълнението на проекта. Участие във всяко от обученията ще вземат 20 лица, т. е. ще бъдат обхванати общо 80 представители на целевата група.

Провеждането на тези курсове ще има за цел главно промотирането на яйцето, информирането за стандартите на съхранение, значението на етиктирането и начините на подбор на пресни и свежи яйца. По този начин знанието ще бъде приложено на практика и участниците ще го предадат нататък към свои деца, роднини и приятели, като същевременно ще придобият и нови умения за готвене, които са винаги полезни за всеки.

### **Задача 4 – Провеждане на тематични бизнес-закуски и детска готварска работилница**

Закуската, включваща яйца присъства в традициите на много европейски страни, което я прави изключително подходящ начин за популяризирането на свойствата на българските яйца.

Тази дейност има за цел да насърчи отношения с формиращите общественото мнение, като журналисти, гастрономически експерти, специалисти по хранене, дистрибутори, търговци на едро, търговци и вносителите в сектора на храните и др. Чрез тематичните закуски, поканените гости ще бъдат информирани в детайли за високото качество на промотираните европейски продукти и по този начин, формиращите общественото мнение ще бъдат в състояние ефективно да ги представят на другите заинтересовани страни- ще се постигне мултипликация на резултатите. По същия начин, дистрибутори, търговци на едро, вносители от хранителния сектор ще бъдат в състояние да направят по-нататъшни контакти в среда по-податлива и благоприятна за бизнес.

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),

Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

Организирането на тематични закуски, предназначени за определена част от целевите групи е важен инструмент за комуникация, за разработване на тактики и придобиване на знания за културата и поведението в даден пазар. През втората и третата година от изпълнението на действието са планирани 4 тематични закуски (всяка с участието на 40 представители на целевата група), които ще се проведат в следните места: 2 тематични закуски в Grand hotel Continental или друг подобен в Букурещ и 2 тематични закуски в Blue Bottle Boutique Hotel или друг подобен в Солун.

### Провеждане на Детска готварска работилница.

Като източник на редица ценни вещества, яйцето е подходяща храна за най-малките. За да се запознаят с неговите хранителни качества и да изпитат любопитство към здравословното хранене, е необходимо да се запали интереса на децата и техните родители.

Предвижда се да се организират събития- готварски работилници, на които да присъстват деца от 7 до 12 години и техни родители/придружители. Ще бъдат осигурени сварени яйца и допълнителни материали (от хранителен произход), с които да се направят ястия с атрактивен външен вид.

Мисията на семейните готварски работилници ще бъде да възпита позитивно отношение към качествената, здравословна и свежа храна, както и да вдъхнови хората да си я приготвят сами.

Следва да бъдат организирани 4 броя готварски работилници- по 2 в Гърция и 2 Румъния. На всяка работилница ще могат да присъстват до 25 деца /на възраст от 7 до 12 години, с до двама родители/придружители. Ще се създаде възможност за предварителна регистрация на участниците през Интернет страницата на проекта, както и през профилите му в социалните мрежи.

Събитията да бъдат водени от кулинарни експерти, които да ангажират децата в приготвянето на подбрани бързи, лесни и здравословни рецепти.

Събитията следва да бъдат проведени през втората и третата година от изпълнението на действието в наети сектори в молове в столиците на Румъния и Гърция, които предлагат достатъчно място и подходяща атмосфера, за постигане на желания ефект.

### **Задача 5 – Провеждане на дни за дегустация**

Предвижда се провеждане на дни за дегустация в специално обособени за целта участъци в супермаркети/търговски вериги/пазари на производители/фермерски пазари, така че да се постигне максимална ефективност. Продуктовите дегустации се считат за една от най-

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),

Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.

Акроним на проекта: UnEgg

Номер на проекта: 101194384

Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

ефективните рекламни дейности, т.к. те изграждат първоначалния контакт между продукта и потребителя. За всеки потребител дегустацията ще се превърне в личен опит и трайно преживяване. Представянето на продуктите пред потребителите и дегустирането им ще се извършва в търговски обекти/пазари на производители в следните градове - Букурещ и Синая (Румъния) и Атина и Солун (Гърция).

През трите години от изпълнението на проекта във всеки от посочените градове се предвижда провеждането по график на 2 дегустационни дни, през които клиентите на дадените хранителни вериги/пазари ще могат да се докоснат до различни продукти, готови за консумация с основна съставка яйцето на Съюза на птицевъдите в България. Графикът ще обхваща най-пиковите часове от денонощието, в които най-голям поток от хора преминава през магазините. Компетентни промотъри/консултанти ще предоставят на клиентите информация относно състава и качествата на продукта. Предвижда се да се работи с веригите Mega Image/METRO/Kaufland/Selgros/Carrefour/

Auchan/REWE в Румъния и с Masoutis/Carrefour/Lidl/My market в Гърция, като ще бъдат определени конкретни секции в магазините, където дегустирането би имало най-подходящ и силен ефект, без да се накърняват брандовете на други подобни продукти, които са налични.

### **Обособена позиция № 4 – Реклама:**

В рамките на обособената позиция следва да бъдат изпълнени следните задачи:

**Задача 1** – Дизайн и отпечатване на рекламни материали.

- Дизайн и отпечатване на брошура.

Брошурата следва да подкрепи цялата комуникационна кампания, която трябва да бъде изпълнявана в целевите страни. Информацията, включена в брошурата, да се отнася до: Лого, мото и всички регулаторни текстуални и графични изисквания към програмата; Пълно описание и информация за качеството и предимствата на промотираните продукти; Рецепти за разнообразната кулинарна употреба на продуктите; Стилни и привлекателни фотографии на популяризираните продукти. Брошурата да представя най-важната информация. Силата на този инструмент е дълготрайна, поради концентрацията на рекламни съобщения и информация. Предвижда се да бъдат отпечатани общо 15 000 цветни копия, върху висококачествена илюстрационна хартия на двата езика, в съответствие с целевите държави. Брошурите ще бъдат разпространявани в продължение на целия период



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

на изпълнение на проекта, в т. ч. при провеждане на предвидените мероприятия: Участие в изложения/панаири; Семинари, B2B срещи.

- Дизайн и изработване/отпечатване на кошнички за яйца и подложки за хранене.

Кошничките за яйца (в това число и великденски) и подложките за хранене са полезен и ефективен рекламен инструмент. Те ще привличат потребителите, тъй като са фокусирани върху храната - ще бъдат разработени с изображение на продуктите, които се промотират. Те следва да бъдат проектирани така, че да се включи логото, мотото и всички регулаторни емблеми на проекта.

Подложките за хранене да бъдат с размер на формат А3 и да представят стилизиран фотографски дизайн на промотирания продукт в настоящата кампания. Следва да бъдат изработени плетени кошнички за яйца, с максимални размери: дължина 40 см., ширина 30 см., височина 12 см. Освен промотираните по проекта продукти, в кошничките ще могат да бъдат поставяни и други рекламни материали и промоционални подаръци, предвидени в работните пакети.

Рекламните продукти да бъдат използвани по време на промоционалната кампания с цел достигане до по-широка публика и умножаване разпространението на промоционалните съобщения. Предвижда се раздаване на изработените материали по време на: всички дейности с участие на целевите групи, като: B2B срещи, специализирани изложения и панаири; провеждани кулинарни училища и курсове по готварство; учебни пътувания в Европа; тематични бизнес закуски; детски готварски работилници; дегустации в търговски вериги. Предвижда се изработването на 3000 кошнички за яйца и отпечатването на 10000 бр. подложки за хранене.

### **Задача 2 – Изработване на телевизионна реклама**

Предвижда се изработването на телевизионна реклама, която да бъде излъчвана в ТВ предавания/рекламни блокове. Телевизията е най-широко разпространената медия в света и е най-бързият начин за привличане вниманието на широк спектър от потребители. За представяне на продуктите в телевизионния клип ще бъде използван подходящ сценарий, със свежи послания. Предвиждат се 50 излъчвания годишно (по 25 във всяка от целевите държави).

Клипът следва да е с продължителност 15 сек. и за изработката му са необходими: специални ефекти, сценарий, цифрово филмиране с fullHD резолюция (1920/1080), филмов екип, записно студио, оборудване, цифрово редактиране и цифрово композиране, графични и специални ефекти, озвучаване в езиците на целевите държави (румънски и гръцки).

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

### **Задача 3 – Радио реклама**

Предвижда изработване на радио-клип (аудиоспот), който да представлява 15 сек. аудио клип с готов текст и музика, 2 гласа, до 3 звукови ефекта.

Радиото е канал за разпространение на рекламни послания предимно за масово въздействие. Важно условие за качествено въздействие на рекламата, чрез радиото е използването на запомняща се музика, кратък текст или специално разработени звукови ефекти.

При планирането на радиокампанията ще се отчита факта, че ефектът на радиорекламата би могъл бъде много мощен, ако се използва възможността за многократното повтаряне на посланието в радиоефира. Ефективност би могла да се постигне единствено чрез т.нар. показател frequency – честота на излъчването, като минималният брой излъчвания на работен ден следва да е 3, планирани в прайм тайм за радиоефира. При избора на радиостанции също така следва да бъдат прецизно преценени интересите на съответните таргет групи.

Във всяка от целевите държави се планира излъчване на радио рекламата 360 пъти годишно - 3 пъти дневно в рамките 120 дни.

### **Задача 4 – Реклама в интернет**

Предвижда използването на така наречените банер реклами, които имат предимството да са основен и най-разпространен начин за пряко рекламиране в мрежата. Чрез разполагане на банер в електронната мрежа, от една страна ще се утвърди посланието на проекта, а от друга обществеността и потенциалните клиенти ще се информират за промотираните продукти.

### **Задача 5 – Поставяне на транспаранти**

Предвижда рекламни дейности на открито – поставяне на транспаранти.

Тази дейност ще се възползва от силните възможности на външната реклама да представи впечатляващо продуктите, чрез използването на големи изображения, оживени цветове и добре проектирани съобщения. Чрез изпълнението ѝ следва да се достигне до всички групи на потребителите, не само от целевите държави, но и до други потребители от ЕС:

- Букурещ, Румъния - 3 млн. жители и над 1 млн. туристи годишно.

- Атина, Гърция - 5 млн. жители и над 6 млн. туристи годишно.



# Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

Поставянето на транспаранти от винил да бъде направено в централните и най-оживени улици и площади на градовете, в местата за паркиране при големите супермаркети и др. Особено внимание да се обърне на поставянето на транспаранти в близост до най-натоварените автобусни (трамвайни) спирки, където хората престояват най-малко по няколко минути на ден и прекарвайки това време там те обръщат внимание на рекламата.

## Задача 6 – Рекламни клипове

Изработването на видео реклама ще даде общ поглед върху предизвикателствата и целите на цялата рекламна кампания. Този инструмент е полезен за подробно изобразяване на производството и историята на продуктите, които се промотират. Видеоот следва да бъде показвано на всички проектни събития, както и ще бъде достъпно на разработената интернет страница и профилите на кампанията в различните социални мрежи.

Клипът следва да е с продължителност до 6 мин. и за изработката му ще са необходими: сценарий, цифрово филмиране с fullHD резолюция (1920/1080), 10 дни подготовка, 5 дни филмиране, 4 дни редактиране, студио, екип, цифрово редактиране, последващо продуциране, композиция, специални и графични ефекти, озвучаване в езиците на целевите държави (румънски и гръцки).

## 7. ОЧАКВАНИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕТО И ЗА РЕЗУЛТАТИТЕ

### Обособена позиция № 1: Връзки с обществеността, социални медии, публикации, рекламни стоки

| ПОКАЗАТЕЛИ ИЗПЪЛНЕНИЕ                                                                                                                | ПОКАЗАТЕЛИ РЕЗУЛТАТ                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Изготвени и изпратени до медиите на електронен 3 бр. информационен бюлетин (на ГР и ГР език) – по един на годишна база</i>        | <i>- 60 бр. медии, до които е достигнал информационния бюлетин</i><br><i>- 12 000 бр. потребители/доставчици/</i> |
| <i>Изготвени и изпратени до медиите 12 съобщения за печата (по 2 пъти годишно във всяка от целевите държави - Гърция и Румъния).</i> | <i>търговци/ представители на ХОРЕКА сектора, до които са достигнали съобщенията</i>                              |



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

|                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Организиран и проведен 12 бр. Пресконференции (по 2 годишно във всяка от целевите държави Румъния и Гърция).                                                                      | - 360 бр. журналисти/представители на медиите, присъствали на конференциите<br>- 24 бр. отзиви в медиите                                                                        |
| Изготвени 6 отчета за отзивите на медиите (по 2 отчета на годишна база).                                                                                                          |                                                                                                                                                                                 |
| Създадени 3 профила на проекта в основните социални мрежи (LinkedIn, Facebook и Pinterest)- през 1-вата година от изпълнение на поръчката                                         | - 5 000 бр. харесвания на профилите на проекта в социалните мрежи<br>- 10 000 бр. посещения/прочитания на новини и постове в профилите на проекта в социалните мрежи            |
| Изготвени 4 отчета за развитието на профилите в социалните мрежи (по 2 на годишна база- през втората и третата година от изпълнението на поръчката).                              |                                                                                                                                                                                 |
| Изготвени и публикувани 6 бр. публикации в пресата/специализирани издания от ХВП- във всяка от целевите държави Румъния и Гърция (по 2 бр. на годишна база).                      | - 18 000 бр. потребители/доставчици/ търговци/ представители на ХОРЕКА сектора, до които достигат публикациите в пресата/специализирани издания от ХВП                          |
| Изготвени и публикувани 12 бр. рекламни карета/колонки в пресата/специализирани издания от ХВП- във всяка от целевите държави Румъния и Гърция (по 4 бр. на годишна база).        | - 36 000 бр. потребители/доставчици/ търговци/ представители на ХОРЕКА сектора, до които достигат публикуваните колонки/рекламни карета в пресата/специализирани издания от ХВП |
| Изработени и раздадени промоционални подаръци- общо 4800 подаръчни пакети (за трите години от изпълнение на поръчката)- 4300 бр. за крайни потребители и 500 бр. за представители | - 4300 бр. крайни потребители на промотирания продукт получили промоционални подаръци (подаръчни торбички, комплект кухненски ръкавици и престилка или магнити за хладилник)    |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>на бизнес сектора в целевите държави, както следва:</p> <p>За крайни потребители:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>о 1500 бр. Рекламни торбички-памучни, подходящи за пазар.</li><li>о 500 комплекта Кухненски ръкавици и престилки.</li><li>о 2000 бр. Магнити за хладилник.</li></ul> <p>За бизнес сектора:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>о 250 бр. Папка за документи.</li><li>о 100 бр. USB флаш памет.</li><li>о 150 бр. Рекламни торбички-хартиени торби за опаковане на промоционалните подаръци.</li></ul> | <p>- 500 бр. представители на бизнес сектора, получили промоционални подаръци (рекламни торбички, папки за документи или USB флаш памет)</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Обособена позиция № 2: Създаване, актуализация и поддръжка на уебсайт

| ПОКАЗАТЕЛИ ИЗПЪЛНЕНИЕ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ПОКАЗАТЕЛИ РЕЗУЛТАТ                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <p>Създаден 1 бр. Уебсайт на проекта (през 1-вата година от изпълнение на поръчката).</p> <p>Изготвени 30 бр. SEO отчета за развитието на сайта (за 3-те години на изпълнение на поръчката).</p> <p>Изготвени 2 бр. отчети за ефективността на уебсайта и неговата актуалност (през 2-рата и 3-тата година от изпълнението на поръчката).</p> | <p>- 20 000 бр. уникални посещения на уебсайта на проекта</p> |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

## Обособена позиция № 3: Организиране на събития

| ПОКАЗАТЕЛИ ИЗПЪЛНЕНИЕ                                                                                                                                                                                   | ПОКАЗАТЕЛИ РЕЗУЛТАТ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Проведени 2 бр. Уебинар (съответно за Румънските и Гръцките потребители), с продължителност до 3 ч. всеки- през 3-тата година от изпълнението на поръчката</i>                                       | <i>- 600 бр. потребители, участвали в уебинарите<br/>- 120 бр. коментари на участниците в уебинарите, публикувани в профилите в социалните мрежи</i>                                                                                                                                                                                                     |
| <i>Изготвен 1бр. отчет за проведени уебинари.</i>                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <i>Организирани 2 бр. участия на Предлагащата организация в хранителна изложба Фууд Експо (Гърция)- през 2-рата и 3-тата година от изпълнението на поръчката. Изготвен доклад за всяко изложение.</i>   | <i>- 10 бр. лица- представители на български производители на обогатени яйца (членове на Съюза на птицевъдите) присъствали на всяко от двете проведени хранителни изложения;<br/>-1 бр. щанд осигурен за 10 бр. лица-представители на български производители на обогатени яйца (членове на Съюза на птицевъдите) на изложението Food Expo –в Гърция</i> |
| <i>Организирани 2 бр. участия на Предлагащата организация в хранителна изложба ИндАгра Фууд (Румъния)- през 2-рата и 3-тата година от изпълнението на поръчката. Изготвен доклад за всяко изложение</i> | <i>-1 бр. щанд осигурен за 10 бр. лица-представители на български производители на обогатени яйца (членове на Съюза на птицевъдите) на ИндАгра Фууд- в Румъния<br/>- 2500 лица (в т.ч. крайни потребители/доставчици/</i>                                                                                                                                |



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <i>търговци/представители на ХОРЕКА сектора) преминали през българския щанд на изложението Food Expo –в Гърция -5000 лица (в т.ч. крайни потребители/доставчици/ търговци/представители на ХОРЕКА сектора) преминали през българския щанд на изложението ИндАгра Фууд- в Румъния</i>                                                              |
| <i>Организиран 2 бр. двудневни бизнес посещения в България от страна на гръцки и румънски организации от ХВП сектора (B2B срещи с български производители на яйца, включващи работна маса и посещение на международната изложба АГРА)- през 1-вата и 2-рата година от изпълнение на поръчката. Изготвен доклад след всяка B2B среща/посещение.</i> | <i>-10 бр. представители на хранителния бизнес (търговци) от Гърция, присъствали на B2B среща с български производители на яйца и посетили хранителната изложба АГРА.<br/>- 10 бр. представители на хранителния бизнес (търговци) от Румъния, присъствали на B2B среща с български производители на яйца и посетили хранителната изложба АГРА</i> |
| <i>Проведени на 2 бр. кулинарни училища с до 30 бр. участника във всяко училище (по едно едnodневно кулинарно училище в Гърция и Румъния)- през 1-вата година от изпълнение на поръчката. Изготвен доклад след всяко Кулинарно училище.</i>                                                                                                        | <i>- 60 бр. лица взели участие в проведените Кулинарни училища (по 30 бр. лица от всяка от двете целеви държави)</i>                                                                                                                                                                                                                              |
| <i>Проведени на 4 бр. тридневни обучителни курса по готварство (с до 20 участника на курс) – по един курс годишно в Румъния и Гърция- през 2-рата и 3-тата година от</i>                                                                                                                                                                           | <i>80 бр. лица взели участие в проведените готварски курсове (общо 4 курса по 20 лица участвали във всеки готварски курс)</i>                                                                                                                                                                                                                     |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| изпълнение на поръчката. Изготвен доклад след всеки проведен курс по готварство.                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Проведени 4 бр. тематични закуски (всяка с участието на 40 представители на целевата група)- 2 тематични закуски в Букурещ и 2 тематични закуски в Солун, през 2-рата и 3-тата година от изпълнение на поръчката. Изготвен доклад след всяка проведена тематична закуска.                              | - 160 бр. лица взели участие (като гости) в тематичните бизнес закуски (общо 4 бр. закуски по 40 бр. лица участвали във всяка тематична закуска)                                                                                                                                                                                                            |
| Организирани 4 бр. готварски работилници- по 2бр. в Гърция и 2бр. Румъния (с до 25 деца участващи във всяка работилница)- през 2-рата и 3-тата година от изпълнение на поръчката. Изготвени 2 бр. доклад- след всеки 2 проведени готварски работилници.                                                | - 100 бр. деца от 7 до 12 години взели участие в детските готварски работилници (общо 4 бр. работилници по 25 бр. деца във всяка детска готварска работилница)<br>- 150 бр. родители взели участие в детските готварски работилници                                                                                                                         |
| Проведени 24 бр. дни за дегустация/год. (в 4 нас. места- Букурещ и Синая (Румъния) и Атина и Солун (Гърция) x 2 дни във всеки град- за всяка от 3-те години на изпълнение на поръчката) x 500 потребителя/участници. Изготвени 3 бр. доклада след провеждането на дегустационните дни от всяка година. | - 8 бр. консултанта ангажирани в провеждането на дните на дегустация<br>- 16 бр. лица - представители на търговски обекти в двете целеви държави - участвали като домакини на проведените дни на дегустация<br>- 12 000 бр. крайни потребители на промотирания продукт участвали като дегустатори в дните на дегустация (по 6000 бр. на всеки целеви пазар) |



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

## Обособена позиция № 4 Реклама.

| ПОКАЗАТЕЛИ ИЗПЪЛНЕНИЕ                                                                                                                                                                                                 | ПОКАЗАТЕЛИ РЕЗУЛТАТ                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Отпечатани 15000 бр. брошури- цветни<br>копия, върху висококачествена<br>илюстрационна хартия на двата езика- ГР и<br>РО (през 1-ва година от изпълнение на<br>поръчката).                                            | -15000 бр.<br>потребители/доставчици/търговци/<br>представители на ХОРЕКА сектора, сред<br>които са разпространени брошурите,<br>кошничките за яйца и подложките за хранене |
| Изработени 3000 бр. кошнички за яйца и<br>отпечатани 10000 бр. подложки за хранене<br>(през 1-ва година от изпълнение на<br>поръчката).                                                                               |                                                                                                                                                                             |
| Изработена 1 бр. телевизионна реклама с<br>продължителност 15 сек. – през 2-рата<br>година от изпълнението на поръчката                                                                                               | -100 000 бр.<br>потребители/доставчици/търговци/предста<br>вители на ХОРЕКА сектора, до които е<br>достигнала телевизионната реклама                                        |
| Осъществени 100 бр. излъчвания на<br>телевизионната реклама- през 2-рата и 3-<br>тата година от изпълнение на поръчката (по<br>50 броя излъчвания годишно - по 25 във всяка<br>от целевите държави Румъния и Гърция). |                                                                                                                                                                             |
| Изработен радио-клип (аудиоспот)- 15 сек.<br>аудио клип с готов текст и музика, 2 гласа,<br>до 3 звукови ефекта (през 2-тата година от<br>изпълнение на поръчката).                                                   | -100 000 бр.<br>потребители/доставчици/търговци/предста<br>вители на ХОРЕКА сектора, до които е<br>достигнала радиорекламата                                                |
| Постигнато излъчване на радио- клипа- 360<br>пъти годишно – през 2-рата и 3-тата година<br>от изпълнение на поръчката (3 пъти дневно                                                                                  |                                                                                                                                                                             |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.

|                                                                                                                                          |                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| в рамките 120 дни) във всяка от целевите държави Румъния и Гърция- общо 1440 пъти.                                                       |                                                                                                                                                       |
| Изработена и разположена 1 бр. банер реклама в електронната мрежа- през 2-тата година от изпълнение на поръчката.                        | - 20 000 бр. потребители/доставчици/търговци/представители на ХОРЕКА сектора, до които е достигнала банер рекламата, разположена в електронната мрежа |
| Изработени 6 бр. транспаранти и поставени на централни места в двете целеви държави- през 3-тата година от изпълнение на поръчката       | - 50 000 бр. потребители/доставчици/търговци/представители на ХОРЕКА сектора, до които е достигнала рекламата на открито                              |
| Изработен 1 рекламен видеоклип озвучен в езиците на целевите държави (румънски и гръцки)- през 1-вата година от изпълнение на поръчката. | - 25 000 бр. потребители/доставчици/търговци/представители на ХОРЕКА сектора, до които е достигнал рекламния видеоклип                                |

## 8. СРОКОВЕ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ДЕЙНОСТИТЕ:

Срокът на договора е 36 месеца ( тридесет и шест ) считано от датата на сключването му.

Сроковете за изпълнение на отделните дейности за всяка обособена позиция са както следва (в допълнение виж т. 7 от документа):

| График              | ГОДИНА 1                                                               | ГОДИНА 2                                                               | ГОДИНА 3                                                               |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Обособена позиция 1 | 1 информационен бюлетин<br>4 съобщения за медиите<br>4 пресконференции | 1 информационен бюлетин<br>4 съобщения за медиите<br>4 пресконференции | 1 информационен бюлетин<br>4 съобщения за медиите<br>4 пресконференции |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | 2 отчета за отзивите в медиите (през 6-ти и 12-ти месец)<br><br>3 създадени профила на проекта в основните социални мрежи (LinkedIn, Facebook и Pinterest)<br><br>2 изготвени и публикувани публикации в пресата<br>4 изготвени и публикувани карета в пресата<br>1630 раздадени рекламни подаръци | 2 отчета за отзивите в медиите (през 18-ти и 24-ти месец)<br><br>2 отчета за развитието на профилите в социалните мрежи<br><br>2 изготвени и публикувани публикации в пресата<br>4 изготвени и публикувани карета в пресата<br>1585 раздадени рекламни подаръци | 2 отчета за отзивите в медиите (през 30-ти и 36-ти месец)<br><br>2 отчета за развитието на профилите в социалните мрежи<br>2 проведени<br><br>2 изготвени и публикувани публикации в пресата;<br>4 изготвени и публикувани карета в пресата;<br>1585 раздадени рекламни подаръци |
| <b>Обособена позиция 2</b> | 1 създаден уебсайт на проекта<br>6 SEO отчета за развитието на сайта                                                                                                                                                                                                                               | 12 SEO отчета за развитието на сайта<br>1 отчет за ефективността на уебсайта и неговата актуалност                                                                                                                                                              | 12 SEO отчета за развитието на сайта<br>1 отчет за ефективността на уебсайта и неговата актуалност                                                                                                                                                                               |
| <b>Обособена позиция 3</b> | 1 извършено бизнес посещение; 1 изготвен доклад<br>2 проведени кулинарни училища;<br>1 изготвен доклад                                                                                                                                                                                             | 1 участие в хранителна изложба Фууд Експо; 1 изготвен доклад<br>1 участие в хранителна изложба ИндАгра Фууд; 1 изготвен доклад                                                                                                                                  | 2 проведени уебинара<br>1 отчет за проведени уебинари                                                                                                                                                                                                                            |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



# Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

|                                |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | 4 дни за дегустация<br>проведени в<br>Румъния и 4 дни за<br>дегустация<br>проведени в Гърция<br>1 доклад с резултати<br>от проведените<br>дегустационни дни | 1 извършено бизнес<br>посещение; 1<br>изготвен доклад<br>1 проведен курс по<br>готварство; 1<br>изготвен доклад<br>2 проведени<br>тематични закуски;<br>1 изготвен доклад<br>2 проведени<br>готварски<br>работилници; 1<br>изготвен доклад<br><br>4 дни за дегустация<br>проведени в<br>Румъния и 4 дни за<br>дегустация<br>проведени в Гърция<br>1 доклад с резултати<br>от проведените<br>дегустационни дни | 1 участие в<br>хранителна изложба<br>Фууд Експо; 1<br>изготвен доклад<br>1 участие в<br>хранителна изложба<br>ИндАгра Фууд; 1<br>изготвен доклад<br>1 проведен курс по<br>готварство; 1<br>изготвен доклад<br>2 проведени<br>тематични закуски;<br>1 изготвен доклад<br>2 проведени<br>готварски<br>работилници; 1<br>изготвен доклад<br><br>4 дни за дегустация<br>проведени в<br>Румъния и 4 дни за<br>дегустация<br>проведени в Гърция<br>1 доклад с резултати<br>от проведените<br>дегустационни дни |
| <b>Обособена<br/>позиция 4</b> | 15000 бр. брошури<br>отпечатани<br>3000 бр. кошнички<br>за яйца изработени<br>10000 бр. подложки<br>за хранене<br>отпечатани                                | 1 бр. телевизионна<br>реклама с<br>продължителност 15<br>сек. изработена<br>50 бр. излъчвания на<br>телевизионна<br>реклама                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 6 бр. транспаранти<br>изработени и<br>поставени<br>50 бр. излъчвания на<br>телевизионна<br>реклама<br>720 излъчвания на<br>радио реклама                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

В изпълнение на проект, финансиран от Програма: Насърчаване на селскостопанските продукти (AGRIP),  
Покана за представяне на предложения: AGRIP-SIMPLE-2024.  
Акроним на проекта: UnEgg  
Номер на проекта: 101194384  
Бенефициер: Съюзът на птицевъдите в България (СПБ)



## Съфинансирано от Европейския съюз



*The European Union supports campaigns  
that promote high quality  
agricultural products.*

|  |                                  |                                                                                                                                                        |  |
|--|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | 1 изготвен рекламен<br>видеоклип | 1 бр. радио реклама<br>с продължителност<br>15 сек. изработена<br>720 излъчвания на<br>радио реклама<br>1 бр. банер реклама<br>в електронната<br>мрежа |  |
|--|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

### 9. ПРИЛОЖИМИ ПРАВИЛА ЗА ВИЗУАЛИЗАЦИЯ:

Изпълнението на задачите за всяка от обособените позиции следва да е в съответствие с изискванията на визуализация, достъпни до адрес: [https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/communicating-your-eu-funded-promotional-campaign-promotion-agricultural-products\\_en](https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/communicating-your-eu-funded-promotional-campaign-promotion-agricultural-products_en)