

## PLAN MEDIA EXTINS

Obiectiv

**Diseminare ACTIVITATE , MESAJE SI POLITICI**

Beneficiari

**Comunitatea forestierilor**

**Argument + Strategie de comunicare** De ani buni, zi de zi, pe din ce in ce mai multe si diverse suporturi media din Romania, sunt lansate teorii, dezinformari, atacuri care discrediteaza nu doar forestierii, silvicii, ci si ideea ca padurea are strict un rol ecologic, iar cei care o exploateaza, o introduc in sistemul economic sunt, cu toti, suspecti in actiuni de taieri ilegale, defrisare, distrugere a acestei reurse naturale a Romaniei. Pentru a contracara acest neadevar, dar mai ales pentru a forma si reorienta opinia publica in directia corecta, a realitatii nedeformate, e nevoie de o campanie media de informare intensiva si extinsa, pe **principiul “picaturii chinezești”**. Campania de informare trebuie sa fie una care sa plece de la “abc”-ul, samanta tematicii, deoarece perceptia publica este prea alterata pentru a se insista, din start si numai pe reactii, replici, respectiv pe mesaje si continut legate de problematici la zi, locale, punctuale. Asadar, **campania de comunicare trebuie sa fie una proactiva, ea sa impuna tema, nu una reactiva, de retur, defensiva, justificativa**. Trebuie prezentat un cadru general, istoric si stiintific al rolului padurii in viata omului, implicit a poporului roman, cuplat cu cerintele europene si mondiale de folosire a resurselor naturale regenerabile, cum este si lemnul, in viata de zi cu a zi, adevaratul drum spre protejarea mediului, garantia unei calitati crescute a vietii. Pe acest trunchi comunicational se vor aseza temele mari tip ramura cu subtemele tip crenga, ajungandu-se la rezultatul cel mai solid si cu inradacinare in contiinta publica: acela ca **publicul campaniei sa traga singur concluziile** ce descriu realitatea exacta, corecta, autentica.

Cum ar arata una dintre concluzii? *“ Romania are paduri frumoase pentru ca primii ecologisti ai tarii au fost silvicii, iar lemnul, al carui volum din recoltare este mai mic decat cel rezultat din cresterea anuala a padurii si din care se fac patutul copilului, poarta, masa si crucea, face parte din viata noastra durabila de zi cu zi, asa dupa cum respiram oxigenul produs de o resursa regenerabila fara de care 200 000 de familii din Romania nu ar avea nici ce sa puna pe masa, daca acestei industrii traditionale i s-ar pune cruce! “*

**Suporturi media : TV + ON LINE**

**Perioada diseminare: 2021 – 2022 / 10 luni**

## **MOD DE LUCRU**

- **Se poate opta pentru una, mai multe VARIANTE sau pentru intregul PACHET**, caz in care campaniile TV accesoryzate cu diseminare on line vor fi derulate consecutiv pentru a prelungi durata de diseminare a mesajelor, politicilor Beneficiarului.
- Fiecare post are propria categorie de public. Fiecare, important pentru asimilarea si “share”-uirea mesajelor campaniei de comunicare. Fiecare diseminare este importanta si are impactul ei, dar efectul variantei cu mai multi difuzori creste asimilarea mesajelor la nivelul publicului.
- Obligativu este ca una dintre campanii, cel putin, sa se deruleze pe TVR, postul public avand o cota de credibilitate importanta.
- Sunt prezentate campanii cu difuzare saptamanala si cu difuzare zilnica.
- Costurile sunt “la prima mana”, netrecute de la intermediar la intermediar, fara comisionare prin agentie de media, **este o relatie contractuala cu cel mai mic lant financiar posibil, Beneficiar – Producator – Difuzor**. Diferenta care apare intre costul pentru TVR si costul la televiziunile comerciale, este ca la difuzorii privati trebuie cumparat spatiul de difuzare, lucru valabil si la TVR pentru campania tip filer tv cu difuzare zilnica.
- Total **INTERVAL** derulare **PACHET** (1,2,si 3) = **10 luni**  
**MINUTAJ** Promovare = **1212 minute**  
**ON LINE : pe site-uri, Facebook 12 luni, pe Youtube nelimitat**
- **IMPORTANT:** La achizitionarea intregului pachet, Beneficiarul primeste **BONUS/ GRATUIT** filmari, imagini si promovare media pentru 5 actiuni, evenimente organizate in tara pe parcursul unui an de zile ! **Plus** interviuri, ilustratii care sunt capturate in afara continutului visual necesar emisiunilor TV.

### 1. Rubrica tip campanie in emisiune **TVR** / saptamanala

- Difuzarea saptamanala / reportaj / **84 difuzari**  
48 difuzari TVR 2 + 36 difuzari TVR International si TVR Moldova
- **Sambata, ora 12,00 - Premiera + Luni, ora 13,30 – Reluare**
- **Durata derulare: 6 luni**
- **Postare lifetime pe Youtube TVR + promovare pagina Facebook**
- Emisiunea este una consacrata, fiind la al 5-lea sezon si trateaza in stil antiisterie si antidezinformare problema “silvica si de prelucrare a lemnului” inca din sezonul 1.
- Total minutaj promovare: 84 dif. X 8 min = 672 minute  
Din care 384 min pe TVR 2
- Cost: 4000 Euro + TVA (costul include exclusiv productia, **difuzarea fiind suportata de firma co-producatoare**, alaturi de TVR, a emisiunii)

### 2. Filler TV , campanie / zilnic / **B1 TV** sau/si **TVR** ( optiune Beneficiar)

- Difuzare zilnica / reportaj / 30 editii / **60 difuzari** / durata editie: 5 min.
- Difuzor: B 1 TV / Luni – Vineri, zilnic / **durata difuzare: 1,5luni**  
**ora 18,30 – 20,30, Premiera + a doua zi, ora 13 – 14,30, Reluare**
- **Postare Youtube B1 TV + promovare in site b1tv.ro / 40 000 viz./zi**
- Total minutaj promovare: 60 dif. X 5 min = 300 minute
- Cost: 10 000 Eur + tva (costurile include atat productia, cat si difuzarea)

### 3. Emisiune-campanie / saptamanala / **REALITATEA Plus**

- Difuzarea saptamanala / reportaj / 12 editii / **24 difuzari** / durata editie 10 min.
- **Duminica, ora 15,00 - Premiera + Joi, ora 13,30 – Reluare**
- **Durata derulare: 2,5 luni**
- **Promovare pe site realitatea.net / 55 000 vizitatori pe zi**
- Total minutaj promovare: 24 dif. X 10 min = 240 minute
- Cost: 10 000 Euro + TVA (costul include atat productia, cat si difuzarea)

General Security **Details** Previous Versions

Property	Value
Description	
Title	
Subject	
Tags	
Categories	
Comments	
Origin	
Authors	Anonymous
Last saved by	Tobias Catalin
Revision number	2
Version number	
Program name	Microsoft Office Word
Company	
Manager	
Content created	2/15/2021 1:51 PM
Date last saved	2/15/2021 1:51 PM
Last printed	
Total editing time	00:01:00
Content	

[Remove Properties and Personal Information](#)

OK

Cancel

Apply