



Polski Związek Łowiecki
NACZELNA RADA ŁOWIECKA

Uchwała Nr 224/2024
Naczelnej Rady Łowieckiej
z dnia 27 września 2024 r.

***w sprawie przeprowadzenia przez Polski Związek Łowiecki kompleksowej
Kampanii Wizerunkowej Polskiego Związku Łowieckiego na rzecz łowiectwa***

Na podstawie § 82 ust. 3 pkt 4 i 20 w zw. z § 4 ust. 2 pkt 1 Statutu Polskiego Związku Łowieckiego, stanowiącego załącznik Nr 1 do uchwały XXIV Krajowego Zjazdu Delegatów Polskiego Związku Łowieckiego z dnia 16 lutego 2019 roku Naczelna Rada Łowiecka postanawia, co następuje:

§ 1.

Mając na względzie przedłużający się kryzys wizerunkowy Zrzeszenia oraz nieprzychylnie nastawienie części społeczeństwa do idei łowiectwa oraz myśliwych i Zrzeszenia w jego znaczeniu organizacyjnym, po analizie rozpoznanych aspektów kryzysu wizerunkowego postanawia się przeprowadzić Kampanię Wizerunkową Polskiego Związku Łowieckiego na rzecz łowiectwa, zwaną dalej „Kampanią Wizerunkową”.

§ 2.

1. Naczelna Rada Łowiecka zwraca się do Zarządu Głównego o uzyskanie ofert długofalowej współpracy z profesjonalnym podmiotem obsługującym kryzysy medialne.
2. Określa się zakres opracowania oferty, obejmujący:
 - 1) przeprowadzenie analizy społecznego odbioru myśliwych w mediach, nastrojów społecznych w kwestii łowiectwa i myśliwych,
 - 2) dokonanie oceny stosowanych przez PZŁ narzędzi i form komunikacji oraz ich skuteczności,



Polski Związek Łowiecki

NACZELNA RADA ŁOWIECKA

- 3) dokonanie porównania sposobów, kierunków i narzędzi komunikacji PZŁ z innymi, dostępnymi organizacjami łowieckimi w Europie,
 - 4) opracowanie kampanii wizerunkowej – z podziałem na cele krótko-, średnio- i długoterminowe,
 - 5) opracowanie kierunków i narzędzi komunikacji wewnętrznej.
3. Określa się cele współpracy, obejmujące co najmniej:
- 1) zbudowanie pozytywnego (akceptowanego co najmniej na poziomie neutralnym) wizerunku myśliwego jako strażnika przyrody, akceptacji Zrzeszenia jako dobrowolnej organizacji wykonującej niezbędne, pożyteczne społecznie zadania, oraz pozytywnego odbioru łowiectwa jako elementu kultury i tradycji,
 - 2) zahamowanie fali hejtu medialnego pod adresem myśliwych i Polskiego Związku Łowieckiego,
 - 3) opracowanie systemu reagowania w kryzysie medialnym.

§ 3.

Naczelna Rada Łowiecka zwraca się do Zarządu Głównego o przedstawienie uzyskanych ofert wraz z rekomendacją do wyboru najkorzystniejszej z nich wraz z propozycją sfinansowania Kampanii Wizerunkowej na kolejnym posiedzeniu Naczelnej Rady Łowieckiej.

§ 4.

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.


Polski Związek Łowiecki
Prezys
Naczelnej Rady Łowieckiej
Marcin Moździoch