

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia na kompleksowe przygotowanie koncepcji,
dokumentacji przetargowej oraz monitoring kampanii mającej na celu promocję
zdrowego stylu życia**

I. Cel zamówienia:

Celem zamówienia jest promocja funduszy norweskich i współpracy z Norwegią ukierunkowana na poprawę zdrowia w Polsce (Program PL13).

Kampania społeczna ma być częścią wdrażanego przez Ministerstwo Zdrowia Programu PL13 *Ograniczanie społecznych nierówności w zdrowiu*. Program PL13 wdrażany jest w partnerstwie z Norweskim Dyrektoriatem ds. Zdrowia – instytucją odpowiedzialną m.in. za obszar zdrowia publicznego w Norwegii. Celem programu jest rozpoznanie determinantów społecznych nierówności w zdrowiu oraz późniejsze opracowanie międzysektorowej strategii w zakresie zmniejszania tych nierówności, jak również opracowanie programów promocji zdrowia / profilaktyki zdrowotnej, mających na celu ich ograniczenie.

Z uwagi na fakt, iż styl życia jest jednym z głównych determinantów stanu zdrowia, Ministerstwo Zdrowia zdecydowało o przeprowadzeniu kampanii społecznej, mającej na celu promocję zdrowego stylu życia. Celem kampanii ma być wpływ na zmianę nawyków i podjęcie przez odbiorców właściwych zachowań zdrowotnych.

II. Zadania wykonawcy:

1. Przedmiotem zamówienia jest|:

1.1 przygotowanie koncepcji kampanii mającej na celu promowanie właściwych postaw zdrowotnych („kampanii”), oraz dokumentacji umożliwiającej wszczęcie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na opracowanie i realizację tej kampanii

1.2 Wykonywanie czynności wskazanych przez Zamawiającego w toku prowadzonego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na opracowanie i realizację kampanii oraz monitorowanie realizacji umowy zawartej z Zamawiającym przez podmiot wybrany w ww. postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego („realizatora kampanii”),

- zgodnie z wymaganiami Zamawiającego określonymi w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia (SOPZ), stanowiącym załącznik nr 1 do umowy oraz ofertą Wykonawcy, stanowiącą załącznik nr 2 do umowy.

2. Do zadań Wykonawcy przewidzianych do wykonania w celu realizacji przedmiotu umowy należy w szczególności:

- a) określenie grupy docelowej w kontekście programu PL13,
- b) określenie zasięgu kampanii,
- c) określenie minimalnych środków przekazu,
- d) określenie minimalnego czasu trwania kampanii,
- e) określenie minimalnych działań, które powinny być prowadzone przez realizatora kampanii np. w zakresie przygotowania, przeprowadzenia i ewaluacji kampanii,
- f) oszacowanie wartości kampanii,
- g) określenie warunków przystąpienia do postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na opracowanie i realizację kampanii,
- h) określenie kryteriów wyboru najkorzystniejszej oferty,
- i) udział w posiedzeniach komisji przetargowej, w szczególności czynny udział przy ocenie złożonych ofert,
- j) współpraca przy opracowywaniu stanowiska Zamawiającego w przypadku wpłynięcia zapytań względem ogłoszonego postępowania na realizację kampanii,
- k) współpraca przy opracowywaniu stanowiska Zamawiającego w przypadku wniesienia odwołania od wyniku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na opracowanie i realizację kampanii,
- l) monitoring realizacji działań realizatora kampanii wykonywanych na podstawie umowy zawartej przez realizatora kampanii z Zamawiającym, w tym:
 - reprezentowanie Zamawiającego w zakresie merytorycznym, w bieżących kontaktach z realizatorem kampanii,
 - bieżąca analiza działań realizatora kampanii mającej na celu promocję zdrowego stylu życia pod kątem celów, rezultatów i wskaźników określonych w ofercie realizatora kampanii,
- m) wsparcie pod względem merytorycznym Zamawiającego w przypadku wniesienia przeciwko Zamawiającemu środka ochrony prawnej, o którym mowa w ustawie z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych do dnia zakończenia postępowania zainicjowanego wniesieniem tego środka ochrony prawnej (wydania prawomocnego orzeczenia w sprawie).

II.1 Sposób realizacji zamówienia

Zamawiający wskazuje następujący rodzaj kontaktów podczas realizacji zamówienia:

- osobisty - spotkania o charakterze konsultacji oraz podczas udziału w prasach komisji przetargowej; spotkania odbędą się w szczególności: przed rozpoczęciem zadania, w celu ustalenia szczegółów współpracy; podczas spotkań komisji przetargowej; przy ocenie

ofert; podczas monitorowania przebiegu realizacji zamówienia z wybranym Wykonawcą kampanii; Zamawiający przewiduje maksymalnie 10 spotkań po 3 godziny każde

- telefoniczny bądź mailowy - we wszystkie dni robocze (od poniedziałku do piątku) w godzinach 8.15-16.15 w okresie trwania umowy

III. Termin realizacji

Przedmiot zamówienia Wykonawca zrealizuje w dwóch częściach w następujących terminach:

- a. I część przedmiotu umowy, która została wskazana w § 1 ust. 1 pkt 1 i obejmuje zadania Wykonawcy określone w § 1 ust. 2 a –h - do 18 dni roboczych od zawarcia umowy.
- b. II część przedmiotu umowy, została wskazana w § 1 ust. 1 pkt 2 i obejmuje zadania Wykonawcy określone w § 1 ust. 2 –lit. i - m do - dnia wykonania przez realizatora kampanii umowy zawartej z Zamawiającym na realizację kampanii.

Jeżeli postępowanie, o którym mowa w § 1 ust. 2 lit. m wzoru umowy nie zostanie zakończone do dnia wykonania przez realizatora kampanii umowy zawartej z Zamawiającym na realizację kampanii, Wykonawca jest obowiązany do ciągłej realizacji zadań określonych w § 1 ust. 2 lit. m wzoru umowy do dnia zakończenia tego postępowania.

IV. Warunki przystąpienia do zamówienia

1. Wiedza i doświadczenie wykonawcy w zakresie znajomości polskiego rynku mediów, w tym zagadnień prowadzenia kampanii medialnych w Internecie, udokumentowana przeprowadzeniem w okresie do trzech lat przed ogłoszeniem niniejszego postępowania lub w okresie krótszym, jeżeli podmiot istnieje krócej, co najmniej 1 kampanii społecznej prowadzonej w 70% w Internecie o wartości co najmniej 70 000 zł.
2. Wiedza i doświadczenie w zakresie konstruowania dokumentacji przetargowej dotyczącej zamówienia na kampanię społeczną, udokumentowana wykonaniem w okresie do trzech lat przed ogłoszeniem niniejszego postępowania lub w okresie krótszym, jeżeli podmiot istnieje krócej, co najmniej 1 zamówienia polegającego na m.in. na wsparciu zamawiającego w przygotowaniu dokumentacji przetargowej dotyczącej zamówienia na realizację kampanii społecznej o wartości co najmniej 40 000 zł.
3. Wiedza i doświadczenie w zakresie prowadzenia kampanii społecznych dotyczących zdrowia, udokumentowana przeprowadzeniem w okresie do trzech lat przed ogłoszeniem niniejszego postępowania lub w okresie krótszym, jeżeli podmiot istnieje krócej, co najmniej 1 kampanii społecznych dotyczącej zdrowia, o wartości co najmniej 120 000 zł.

V. Kryteria oceny ofert: 100% cena

UWAGA: Wykonawca nie będzie mógł przystąpić do postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na opracowanie i realizację kampanii mającej na celu promocję zdrowego stylu życia