

Warszawa, 03.06.2022 r.

## **OGŁOSZENIE O KONKURSIE OFERT NA REALIZACJĘ ZADANIA Z ZAKRESU ZDROWIA PUBLICZNEGO NPZ Cel Operacyjny nr 5, zadanie 3**

Na podstawie art. 14 ust. 1 w zw. z art. 13 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym (Dz. U. z 2021 r. poz. 1956, z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą”, i Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021–2025, stanowiącego załącznik do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 marca 2021 r. w sprawie Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021–2025 (Dz. U. poz. 642), Minister Zdrowia ogłasza konkurs ofert na wybór Realizatora zadania z zakresu zdrowia publicznego, pn.:

### ***Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii edukacyjno-informacyjnej na temat chorób otępiennych, w tym choroby Alzheimerera***

zwanego dalej „zadaniem”, w ramach Zadania 3 *Wspieranie aktywności społecznej seniorów oraz poprawa związanej ze zdrowiem jakości życia osób starszych* Celu Operacyjnego 5: *Wyzwania demograficzne Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021–2025.*

#### **Ogłoszenie zawiera:**

- **Opis ogólnych zasad konkursu.**
- **Załącznik nr 1 do ogłoszenia – Szczegółowy opis celów i elementów oraz oczekiwanych efektów zadania.**
- **Załącznik nr 2 do ogłoszenia – Szczegółowy opis wymagań formalnych, oceny ofert i etapów konkursu.**
- **Załącznik nr 3 do ogłoszenia – Ogólne Warunki Umowy - stanowi informację o Ogólnych Warunkach Umowy, jaka zostanie zawarta z wybranym w konkursie Realizatorem zadania.**
- **Załącznik nr 4 do ogłoszenia – Wykaz i wytyczne dotyczące kosztów referencyjnych.**

### **I. OPIS PRZEDMIOTU KONKURSU**

Przedmiotem konkursu jest wybór jednego Realizatora, którego zadaniem będzie przeprowadzenie w latach 2022-2023 kampanii edukacyjno-informacyjnej na temat zaburzeń otępiennych, w tym choroby Alzheimerera, obejmującej przygotowanie i publikację/emisję materiałów promocyjno-informacyjnych w mediach.

Celem kampanii jest zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat zaburzeń otępiennych, w tym ich objawów i wagi wczesnego rozpoznania choroby, a także kształtowanie właściwych postaw wobec chorych i ich bliskich.

1. W ramach realizacji zadania oczekuje się od Realizatora:

a. **W 2022 r.** – co najmniej:

- Przeprowadzenia prac przygotowawczych do realizacji kampanii, w tym opracowania jej założeń, planu i projektów materiałów informacyjno-promocyjnych.
- Przekonsultowania projektów materiałów informacyjno-promocyjnych i opracowania ich ostatecznych wersji do emisji/publikacji, po uzyskaniu akceptacji Ministerstwa Zdrowia.
- Przeprowadzenia badania poziomu wiedzy i świadomości odbiorców kampanii na temat zaburzeń otępiennych przed rozpoczęciem kampanii (metodą CATI).
- Rozpoczęcia realizacji kampanii w telewizji, radio, Internecie.

b. **Do końca 2023 r.** – co najmniej:

- Kontynuacji kampanii w telewizji, radio, Internecie, w tym przygotowania i emisji w Internecie animowanych filmów informacyjno–edukacyjnych.
- Przeprowadzenia badania poziomu wiedzy i świadomości odbiorców kampanii na temat zaburzeń otępiennych po zakończeniu kampanii (metodą CATI).
- Przeprowadzenia ewaluacji końcowej zadania.

2. Działania komunikacyjne w ramach kampanii mają doprowadzić do:

- a. Zrozumienia czym są zaburzenia otępienne, że dotyczą coraz większej liczby osób i nie należy ich mylić ze standardowymi objawami starzenia.
- b. Zrozumienia jakie skutki zaburzenia otępienne wywołują w codziennym życiu chorych i ich bliskich.
- c. Zrozumienia jak ważna jest profilaktyka i wczesna diagnoza.
- d. Zbudowania postawy obywatelskiej polegającej na sprzeciwie wobec dyskryminacji i izolacji osób chorych i ich bliskich.

3. Oferta musi spełniać wymagania określone w **załączniku nr 1 do ogłoszenia**, tj. Szczegółowy opis celów i elementów oraz oczekiwanych efektów zadania, na poziomie co najmniej wymaganego minimum.

## II. ZAKRES FINANSOWANIA ZADANIA

### 1. Budżet zadania

Na realizację zadania w latach 2022–2023 planuje się przeznaczyć środki publiczne w maksymalnej wysokości **6 400 000,00 zł (sześć milionów czterysta tysięcy złotych 00/100)**. Szczegóły obrazuje poniższa tabela.

Rok	Całość zadania
2022	5 000 000,00 zł
2023	1 400 000, 00 zł
<b>Razem:</b>	<b>6 400 000,00 zł</b>

### 2. Zasady dotyczące kosztów finansowanych w ramach zadania

- a. Środki przekazane zostaną Realizatorowi zadania, na zasadach określonych w art. 9 ust. 4 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym, tj. w formie dotacji celowej. Oferent wskaże w ofercie o jaką kwotę środków finansowych udzielanych w ramach dotacji celowej ubiega się na realizację zaplanowanych zadań w latach 2022–2023.
- b. Środki finansowe na realizację zadania wykazane w treści oferty przez Realizatora nie mogą przekraczać maksymalnej wysokości środków publicznych planowanych do przeznaczenia na realizację zadania, zgodnie z tabelą w cz. II pkt 1 ogłoszenia konkursowego.
- c. Udział kosztów administracyjnych nie może przekroczyć **10%** kosztów poniesionych na realizację zadania. Przy sporządzaniu kosztorysu w ramach oferty Oferent jest zobowiązany do wyszczególnienia wydatków wchodzących w skład kosztów administracyjnych oraz podania przyjętych założeń do ich wyliczenia. Do rozliczenia kosztów administracyjnych należy zastosować metodę ryczałtową, tj. przyjąć, że maksymalnie 10% kosztu całości zadania, stanowią koszty administracyjne ponoszone przez Oferenta, wynikające z obsługi realizacji zadania.
- d. W 2022 r. kwota przeznaczona na realizację zadania, tj. **5 000 000,00 zł**, pochodzi w całości z wydatków budżetu państwa, które nie wygasają z upływem roku 2021<sup>1)</sup>, którą

<sup>1)</sup> Podstawa prawna: „Rozporządzenie Rady Ministrów w sprawie wydatków budżetu państwa, które w roku 2021 nie wygasają z upływem roku budżetowego” z dnia 21 grudnia 2021 r. (Dz. U. z 2021 r. poz. 2407), Załącznik 1. Wykaz wydatków budżetu państwa, które w 2021 r. nie wygasają z upływem roku budżetowego, nr zadania 1247.

należy wydatkować maksymalnie **do dnia 30 listopada 2022 r.** Uwzględniając ten fakt, należy odpowiednio zaplanować działania w harmonogramie realizacji zadania.

- e. **Załącznik nr 4 Wykaz i wytyczne dotyczące kosztów referencyjnych** stanowi wytyczne dotyczące określania stawek kosztowych poszczególnych pozycji w ramach działań planowanych w kosztorysie. W przypadku kosztów innych niż ujęte w wykazie, należy zastosować aktualnie obowiązujące stawki rynkowe mając na uwadze racjonalność i gospodarność wydatkowania środków publicznych. Jeżeli niemożliwe jest zastosowanie stawki referencyjnej i koszt realizacji działań zaplanowany w kosztorysie będzie większy, wówczas należy w ofercie zawrzeć uzasadnienie przyjęcia wyższej stawki.
- f. Minister Zdrowia ma prawo do przyznania niższej kwoty środków niż wnioskowana w ofercie i do częściowej akceptacji oferty konkursowej. W takim przypadku Realizator zostanie poinformowany o konieczności dostosowania oferty w terminie 5 dni roboczych od dnia następującego po dniu powiadomienia o propozycji Ministra Zdrowia. Realizator jest zobowiązany zapewnić osiągnięcie planowanych rezultatów zadania w sposób proporcjonalny do zmniejszonej kwoty finansowania. Dostosowana oferta może podlegać negocjacjom. W przypadku odrzucenia przez Realizatora propozycji Ministra Zdrowia, umowa na realizację zadania nie zostaje zawarta, a Minister Zdrowia może wybrać na Realizatora zadania Oferenta następnego w kolejności według uzyskanej punktacji w przeprowadzonym postępowaniu konkursowym w zakresie wyboru Realizatora zadania.
- g. Wydatki planowane do rozliczenia w ramach zadania powinny być: faktycznie poniesione i niezbędne do realizacji zadania, należycie udokumentowane i możliwe do zweryfikowania, poniesione w sposób efektywny i racjonalny oraz dokonane w sposób gospodarny, tzn. w oparciu o zasadę dążenia do uzyskania określonych efektów przy jak najkorzystniejszej cenie.
- h. W przypadku zadeklarowania przez Oferenta udziału własnego w realizacji zadania, jego wysokość, określona przez wartość procentową, **jest wiążąca jako minimalny udział własny** i nie podlega zmniejszeniu w dalszych etapach postępowania konkursowego w zakresie wyboru na Realizatora zadania oraz w trakcie realizacji umowy.

### III. WARUNKI PROGOWE

1. Warunki progowe dotyczące Oferenta/Realizatora:

- a. Oferentem/Realizatorem<sup>2)</sup> zadania mogą być podmioty, których cele statutowe lub przedmiot działalności dotyczą spraw objętych zadaniami określonymi w art. 2 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym, w tym organizacje pozarządowe i podmioty, o których mowa w art. 3 ust. 2 i 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 2020 r. poz. 1057, z późn. zm.).
  - b. Oferent potwierdza, że zadanie będzie finansowane w całości ze środków Ministra Zdrowia, bez udziału innych współfinansujących (z ewentualnym wkładem własnym Oferenta).
  - c. W ciągu 10 lat przed terminem składania ofert, Oferent należycie zrealizował co najmniej 2 projekty, dotyczące zorganizowania lub uczestniczenia w zorganizowaniu (co najmniej jako nominalny współorganizator) ogólnopolskiej kampanii medialnej z obszaru zdrowia publicznego, w tym promowania zdrowia i zdrowego stylu życia, z użyciem w każdej kampanii co najmniej 2 mediów, a wartość każdego z projektów (kampanii) wynosiła co najmniej 1 000 000,00 zł. Każda kampania prowadzona była przez okres co najmniej 2 tygodni i nie polegała wyłącznie lub w znacznej części (w większym lub równym 60% wartości umowy) na zakupie powierzchni reklamowej lub czasu antenowego w mediach. Konieczne jest przedstawienie dokumentu potwierdzającego należyte wykonanie, np. referencji, dla zrealizowanych kampanii.
  - d. W ciągu 5 lat przed terminem składania ofert, Oferent przygotował 3 kreacje (scenariusz, produkcja i postprodukcja) spotu telewizyjnego o długości 30 sekund, celem przeprowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej/edukacyjnej, przy czym wartość każdego z nich wynosiła co najmniej 200 000,00 zł. Konieczne jest przedstawienie dokumentu potwierdzającego należyte wykonanie zrealizowanych usług, np. w postaci referencji.
2. Warunki progowe dotyczące realizacji zadania:
- a. Liczba unikalnych odbiorców w trakcie całego okresu realizacji zadania nie może być mniejsza niż 4,5 mln, zgodnie z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 4.
  - b. Oferent zagwarantuje, że obejmie działaniami wszystkie grupy docelowe opisane w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 2.
  - c. Oferent zapewni kadrę merytoryczną do realizacji zadania co najmniej na poziomie określonym w załączniku 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 11.

---

<sup>2)</sup> Przez Realizatora należy rozumieć podmiot, który został wyłoniony w postępowaniu konkursowym, zawarł umowę na realizację zadania oraz otrzymał środki publiczne na realizację zadania.

- d. Oferent zagwarantuje przeprowadzenie badania wpływu kampanii na podniesienie poziomu wiedzy i świadomości jej odbiorców na temat zaburzeń otępiennych na grupie co najmniej 500 respondentów, zgodnie z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 14 lit. g.

**UWAGA:** Oferent nie będzie miał możliwości wyboru we wniosku aplikacyjnym wartości niższej/innej niż wartości progowe wskazane powyżej.

#### IV. WYMAGANIA FORMALNE

1. Uczestnik postępowania konkursowego jest zobowiązany do **wypełnienia wniosku aplikacyjnego na Platformie Obsługi Projektów Inwestycyjnych** (dalej: POPI). Treść merytoryczna oferty zawarta we wniosku aplikacyjnym ma być zgodna ze *Szczegółowym opisem celów i elementów oraz oczekiwanych efektów zadania* stanowiącym **załącznik nr 1 do ogłoszenia**. Szczegółowy opis zakresu wymaganych danych do uzupełnienia we wniosku aplikacyjnym na POPI znajduje się **w cz. I załącznika nr 2 do ogłoszenia**.

#### V. SPOSÓB SPORZĄDZENIA OFERTY I TERMIN JEJ ZŁOŻENIA

1. **Ofertę stanowi wniosek aplikacyjny wypełniony bezpośrednio na POPI oraz załączniki wymienione w cz. I załącznika nr 2 do ogłoszenia.** Szablony załączników do wypełnienia Oferent pobierze bezpośrednio z POPI w trakcie wypełniania wniosku aplikacyjnego. Oferent pobierze szablon, wypełni i załączy do wniosku aplikacyjnego w sekcji dotyczącej załączników.
2. **Sposób złożenia oferty**
  - a. Wniosek aplikacyjny powinien być kompletny (wypełnione wszystkie pola, złożone wymagane oświadczenia, załączone wymagane załączniki) oraz **opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym** przez osobę upoważnioną do złożenia oferty w imieniu Oferenta.
  - b. Ofertę należy złożyć **wyłącznie w wersji elektronicznej** za pośrednictwem POPI znajdującej się pod adresem <https://e-inwestycje.mz.gov.pl/><sup>3)</sup> **w nieprzekraczalnym terminie do 24 czerwca 2022 r., do godz. 16.00.** O zachowaniu terminu decyduje data wysłania wniosku opatrzonego kwalifikowanym podpisem elektronicznym na POPI.

---

<sup>3)</sup> Szczegółowe informacje o elektronicznym składaniu wniosków poprzez Platformę Obsługi Projektów Inwestycyjnych są dostępne w Podręczniku Użytkownika POPI dostępnym [tutaj](#)

- c. Oferty, które wpłyną po upływie ww. terminu podlegają odrzuceniu. Od tej decyzji Ministra Zdrowia nie przysługuje wniosek o przywrócenie terminu do złożenia oferty.
- d. **Niedopuszczalne jest złożenie oferty w innej formie niż to zostało określone w ogłoszeniu konkursowym. Oferty złożone w innej formie niż za pośrednictwem POPI (np. w formie papierowej, przesłane na skrzynkę ePUAP lub e-mail) pozostaną bez rozpatrzenia.**

### 3. Ważne informacje

- a. Dostęp do POPI wymaga założenia konta i zalogowania się za pośrednictwem Profilu Zaufanego. Do złożenia wniosku aplikacyjnego konieczne jest posiadanie kwalifikowanego podpisu elektronicznego.
- b. W przypadku wystąpienia problemów technicznych związanych z funkcjonowaniem POPI należy niezwłocznie zgłosić ten fakt na dedykowany adres poczty elektronicznej: [wsparcie.techniczne.popi@cloudsonmars.com](mailto:wsparcie.techniczne.popi@cloudsonmars.com).
- c. Przystępując do konkursu Oferent zobowiązuje się do złożenia oferty i uzupełnienia braków formalnych za pośrednictwem POPI oraz do prowadzenia dalszej korespondencji elektronicznej dotyczącej postępowania konkursowego w formie i na zasadach wskazanych w niniejszym ogłoszeniu, tj. za pośrednictwem POPI, ePUAP lub poczty elektronicznej.
- d. Niedopuszczalne jest składanie oferty w formie skanu wypełnionych i podpisanych w sposób odręczny dokumentów.
- e. Nie dopuszcza się składania przez Oferenta więcej niż jednej oferty – w takim przypadku ocenie podlegać będzie tylko oferta, która została złożona jako pierwsza (chyba, że Oferent wskaże inaczej).
- f. Oferent będzie informowany o kolejnych etapach oceny oferty za pośrednictwem POPI. Dodatkowo wyniki konkursu ofert oraz wszelkie informacje na temat przebiegu konkursu zostaną podane do publicznej wiadomości na stronie internetowej Ministerstwa Zdrowia: <https://www.gov.pl/web/zdrowie> oraz na stronie podmiotowej Biuletynu Informacji Publicznej Ministerstwa Zdrowia – Oferent jest zobowiązany do bieżącego zapoznawania się z tymi informacjami.

## VI. KRYTERIA OCENY OFERT

1. Spełnienie kryteriów będzie weryfikowane na podstawie treści oferty. Zamawiający zastrzega sobie możliwość żądania przedłożenia przez Oferentów stosownych dokumentów potwierdzających spełnienie kryteriów, o których mowa w ogłoszeniu.

Lp.	Kryterium	Liczba punktów możliwych do uzyskania
1.	<p><b>Doświadczenie Oferenta w realizacji kampanii z zakresu zdrowia publicznego</b></p> <p>Ocenie podlegać będzie doświadczenie Oferenta z ostatnich 10 lat w realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych obejmujących zagadnienia z zakresu zdrowia publicznego, zgodnych z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 10 lit. a.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty, które posiadają doświadczenie w realizacji większej liczby kampanii, z użyciem większej liczby mediów. .</i></p>	2–8 pkt
2.	<p><b>Doświadczenie Oferenta w produkcji spotów</b></p> <p>Ocenie podlegać będzie doświadczenie Oferenta z ostatnich 5 lat w produkcji filmów reklamowych/spotów, zawierających tradycyjne zdjęcia filmowe, przeznaczonych do emisji w telewizji, zgodnych z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 10 lit. b.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty, które zrealizowały większą liczbę filmów reklamowych/spotów przeznaczonych do emisji w telewizji o długości minimum 30 sekund i wartości co najmniej 200 000 zł każdy.</i></p>	2–6 pkt
3.	<p><b>Doświadczenie kadry projektu</b></p> <p>Ocenie podlegać będzie doświadczenie kadry specjalistów z zakresu public relations lub marketingu lub planowania mediów, którą dysponuje Oferent lub przy realizacji zadania będzie dysponował, zgodne z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 11 lit. b.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty deklarujące dysponowanie kadrą z większym doświadczeniem w ww. zakresie.</i></p>	2–8 pkt
4.	<p><b>Dotarcie do grup docelowych</b></p> <p>Ocenie będzie podlegać zindywidualizowanie przekazu informacyjnego kierowanego do poszczególnych grup docelowych określonych w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 2 oraz zaproponowanie urozmaiconych działań, które w jak największym stopniu będą odpowiadały na potrzeby tych grup i uwzględniały ich specyfikę. Dodatkowo punktowane będzie wyodrębnienie dodatkowych grup/podgrup odbiorców przekazu, do których skierowany zostanie przekaz kampanii.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty deklarujące wykorzystanie zróżnicowanego przekazu, dostosowanego do poszczególnych grup docelowych.</i></p>	0–6 pkt
5.	<p><b>Liczba unikalnych odbiorców kampanii</b></p> <p>Ocenie będzie podlegać liczba unikalnych odbiorców kampanii zgodnie z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 4.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty, które zadeklarują dotarcie z przekazem kampanii do większej liczby unikalnych odbiorców w trakcie całego okresu realizacji zadania.</i></p>	2–8 pkt
6.	<p><b>Natężenie realizacji działań</b></p>	2–8 pkt



	<p>Ocenie będzie podlegać liczba deklarowanych emisji spotów telewizyjnych oraz spotów radiowych, zgodnie z wytycznymi w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 5.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty deklarujące większą liczbę emisji.</i></p>	
7.	<p><b>Ocena koncepcji kreatywnej</b></p> <p>Ocenie będzie podlegać wyróżnialność konceptu, nośność, chwytliwość, emocjonalność, wiarygodność i dopasowanie treści poruszonych w ramach zadania, tj. zaplanowanie działań w atrakcyjnej formie, wspierającej budowanie w społeczeństwie świadomości na temat chorób otępiennych oraz kształtującej pozytywne postawy wobec osób chorych i ich bliskich, zrozumiałość i czytelność hasła oraz dostosowanie go do celów komunikacyjnych spotów. Wymagania dotyczące koncepcji kreatywnej, którą należy przedłożyć w ramach składanej oferty opisane są w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 13 lit. a.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty, których oferta będzie posiadała ciekawszy, wyróżniający się koncept, a zaplanowany sposób przekazu treści stanowiących tematykę kampanii będzie wyróżniał się większą nośnością, chwytliwością, emocjonalnością, wiarygodnością i dopasowaniem do odbiorców, tj. zaplanowane działania będą miały atrakcyjniejszą formę, wspierającą budowanie w społeczeństwie świadomości na temat zaburzeń otępiennych oraz kształtującą pozytywne postawy wobec osób chorych i ich bliskich.</i></p>	<b>5–26 pkt</b>
8.	<p><b>Zasięg badania wpływu kampanii na podniesienie poziomu wiedzy i świadomości jej odbiorców na temat zaburzeń otępiennych</b></p> <p>Ocenie podlegać będzie zasięg badania wiedzy i świadomości odbiorców kampanii, prowadzonego przed i po kampanii metodą CATI, zgodnie z opisem w załączniku nr 1 do ogłoszenia w cz. II pkt 14 lit. g.</p> <p><i>Wyżej punktowane będą podmioty deklarujące objęcie badaniem większej liczby respondentów.</i></p>	<b>2–8 pkt</b>
	<b>Łącznie:</b>	<b>78 pkt</b>

2. O wyborze Oferenta na Realizatora zadania i przyznaniu finansowania decydować będzie wynik oceny merytorycznej, tj. **liczba punktów uzyskanych przez daną ofertę w relacji do pozostałych ofert, przy czym oferta musi uzyskać co najmniej 30% możliwych do uzyskania punktów.**

## VII. DODATKOWE INFORMACJE

1. Wyjaśnienia w zakresie treści ogłoszenia o konkursie ofert oraz w zakresie treści oferty udzielane będą w formie pisemnej na wniosek Oferenta. Wniosek powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres poczty: [dep-dl@mz.gov.pl](mailto:dep-dl@mz.gov.pl) w formie pliku z rozszerzeniem „.pdf” podpisanego kwalifikowanym podpisem elektronicznym w formacie PAdES przez osobę upoważnioną do złożenia oferty w imieniu Oferenta. Dodatkowo wyjaśnienia udzielane będą w dni robocze **w godzinach 10.00-12.00** pod numerem telefonu **539 147 688** lub **882 358 613**.