****

**Ogłoszenie o konkursie ofert**

**na realizację zadania z zakresu zdrowia publicznego**

**NPZ.CO1\_1.2\_4b/d\_2018**

CZĘŚĆ A

Minister Zdrowia, działając na podstawie art. 14 ust. 1 w związku z art. 13 pkt 1 ustawy z dnia
11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2237), zwanej dalej „ustawą” i rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 4 sierpnia 2016 r. w sprawie Narodowego Programu Zdrowia na lata 2016-2020 (Dz. U. poz. 1492), ogłasza konkurs ofert na realizację zadania z zakresu zdrowia publicznego:

**b) upowszechnianie w społeczeństwie wiedzy o zaletach karmienia piersią**

**d) prowadzenie kampanii upowszechniającej aktualną wiedzę w zakresie karmienia piersią**

**w ramach Zadania** *np. 1.2. promocja karmienia piersią*

**Celu Operacyjnego** 1 Poprawa sposobu żywienia i stanu odżywienia społeczeństwa oraz aktywności fizycznej społeczeństwa

Zadanie będące przedmiotem konkursu ofert

Przedmiotem konkursu jest wybór realizatora zadania z zakresu zdrowia publicznego polegającego na realizacji kampanii promującej karmienie piersią.

Zadanie powinno być realizowane z uwzględnieniem aktualnej wiedzy naukowej oraz zaleceniami i wytycznymi Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), w tym dot. zalecanej długości wyłącznego karmienia piersią (6 miesięcy) i ogólnego zalecanego okresu karmienia (24 miesiące).

**Informacje ogólne**

Realizator przeprowadzi ogólnopolską kampanię promującą karmienie piersią.

Celem kampanii jest:

- informowanie o znaczeniu karmienia piersią, w tym w szczególności dla wcześniaków,

- przekazywanie aktualnej wiedzy dot. karmienia piersią oraz zaleceń WHO dotyczących zalecanej długości karmienia piersią,

- popularyzacja karmienia piersią dzieci powyżej 1. roku życia i przedstawienie go jako części życia społecznego,

- popularyzacja karmienia, w tym w miejscach publicznych, karmienia piersią po powrocie do pracy lub dziecka uczęszczającego do żłobka (lub innych form opieki nad dzieckiem do lat 3).

Kampania powinna być realizowana z uwzględnieniem między innymi nowych mediów oraz przestrzeni publicznej. Oferent przedstawi koncepcję kampanii promocyjnej oraz szczegółowy sposób realizacji zadania, w tym określi kanały komunikacji, które zostaną wykorzystane w celu promocji karmienia piersią (np. audycje radiowe, telewizyjne (np. programy śniadaniowe), billboardy, wywiady prasowe, filmy, konkursy itd.).

1. Realizator uwzględni w kampanii udział ekspertów, w tym:

- personelu medycznego zaangażowanego w promocję karmienia piersią i wspieranie kobiet karmiących piersią (np. położne, edukatorzy ds. laktacji, IBCLC, lekarze, w tym neonatolog, ginekolog, pediatra, alergolog),

- aktywistów promujących karmienie piersią (osoby prowadzące grupy mam, mamy karmiące dzieci powyżej 1. roku życia).

2. W ramach realizowanej kampanii oferent zagwarantuje realizację co najmniej jednej z zaproponowanych form promocji karmienia piersią:

* uwzględnienie w kampanii znanych kobiet (np. lokalnie), które karmią lub karmiły piersią swoje dzieci,
* uwzględnienie wątku karmienia piersią w pozytywnym świetle w produkcji filmowej np. serialowej (w stylu „lokowanie produktu”).
* ujęcie wizerunku kobiety karmiącej w materiałach, które nie odwołują się w wprost do tematyki żywienia i pielęgnacji niemowląt (np. czasopisma popularnonaukowe, dot. gotowania, urządzania wnętrz, podróży).
* opracowanie i dystrybucja praktycznych materiałów promocyjnych dla mam z nadrukiem i z metką zwierającymi treści edukacyjne dot. karmienia piersią (np. ubranka[[1]](#footnote-1), kocyk, rożek, otulaczek, okładka na książeczkę zdrowia dziecka, pieluszka tetrowa, poduszka do karmienia). Materiały mogą być dystrybuowane bezpośrednio do matek lub przez personel ochrony zdrowia. Akcesoria dla dzieci muszą spełniać obowiązujące normy bezpieczeństwa.
* Przeprowadzenie cyklu audycji (stacja radiowa o zasięgu ogólnopolskim) dotyczących karmienia piersią z udziałem ekspertów, np. popularnych położnych.

Kampania będzie miała zasięg ogólnopolski. Może być realizowana poprzez kanały komunikacji o zasięgu ogólnopolskim lub regionalnym jak i poprzez działania w poszczególnych regionach Polski. Zadanie powinno być realizowane we współpracy z ekspertami/aktywistami i mediami.

Ogłoszeniodawca nie przewiduje finansowania emisji spotów telewizyjnych. Koszt artykułów promocyjnych (gadżety itp.) nie powinny przekroczyć 5% wartości projektu.

**Podmioty uprawnione do składania ofert w konkursie**

Oferentami mogą być podmioty, określone w art. 3 ust. 2 ustawy, to jest:

podmioty, których cele statutowe lub przedmiot działalności dotyczą spraw objętych zadaniami z zakresu zdrowia publicznego określonymi w art. 2 ustawy, 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 2016 r. poz. 1817, z późn. zm.), spełniające kryteria wyboru wskazane w ogłoszeniu o konkursie ofert.

Kryteria oceny ofert

Pozostałe informacje o formalnych i merytorycznych kryteriach oceny zawarte są w części B ogłoszenia.

**Kryteria dostępu**

Kryteria dostępu dotyczą warunków, jakie powinna spełniać oferta oraz oferent, żeby móc ubiegać się o finansowanie zadania w konkursie. Spełnienie kryteriów jest konieczne do przyznania finansowania. Kryteria dostępu są oceniane na etapie oceny formalnej lub oceny merytorycznej. Ocena spełnienia kryterium polega na przypisaniu wynikowi weryfikacji wartości *tak* lub *nie*.

Spełnienie kryteriów dostępu będzie weryfikowane na podstawie treści oferty, dlatego też wszelkie **informacje potwierdzające spełnienie kryteriów muszą być wprost zawarte – poprzez odpowiednie zapisy - w poszczególnych punktach oferty** poprzez opisanie doświadczenia oferenta, jego potencjału, planowanych działań i ich kosztów, deklarowanych rezultatów.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | Nazwa kryterium dostępu | Etap oceny (ocena formalna/ocena merytoryczna) |
|  | Oferent posiada doświadczenie w przeprowadzaniu kampanii społecznych lub reklamowych o wartości powyżej 1 mln zł. i przedstawi opis minimum dwóch zrealizowanych przez siebie projektów lub kampanii (o wartości wskazanej powyżej). | Ocena formalna |
|  | Oferent nie jest producentem preparatów zastępujących mleko kobiece, nie został utworzony przez producenta żywności dla dzieci ani preparatów zastępujących mleko kobiece ani inny podmiot związany bezpośrednio z producentem produktów zastępujących mleko kobiece.(wymagane oświadczenie w treści oferty lub jako załącznik) | Ocena formalna |
|  | W przypadku materiałów przeznaczonych do prezentowania na stronach internetowych - dokument powinien być przystosowany do standardu WCAG 2.0, zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 12 kwietnia 2012 r. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych (Dz. U. z 2016 r. poz. 113, z późn. zm.). [[2]](#footnote-2)Wymagane oświadczenie w treści oferty lub w załączniku. | Ocena formalna |
|  | Oferent zobowiąże się, poprzez odpowiednie zapisy w ofercie, że wytworzone produkty (utwory), w tym materiały informacyjno-edukacyjne, opracowane w wersji papierowej lub cyfrowej zostaną przekazane do Ministerstwa Zdrowia także w formie edytowalnej, na nośniku elektronicznym. | Ocena formalna |
|  | Oferent określi wskaźniki rezultatu bezpośredniego – odnoszące się do sytuacji bezpośrednio po zakończeniu wsparcia, tj. w przypadku osób lub podmiotów – po zakończeniu ich udziału w projekcie oraz przedstawi planowany sposób ich pomiaru. | Ocena formalna |
|  | Oferent zagwarantuje, poprzez odpowiednie zapisy w ofercie, że dokona wyboru, zgodnie z zasadami konkurencyjności, określonymi w części B ogłoszenia, niezależnego podmiotu, który przeprowadzi ewaluację realizacji zadania opisanego w ogłoszenia konkursowym oraz wesprze go w osiągnięciu zakładanych efektów. Celem ewaluacji będzie monitorowanie, ocena procesu wdrażania zadania i jego efektywność w odniesieniu do celu zadania, z uwzględnieniem m.in. następujących kryteriów ewaluacji:* trafność – stopień dopasowania treści szkolenia oraz kanałów komunikowania do potrzeb grup docelowych,
* skuteczność – stopień realizacji celów i osiągnięcia wskaźników określonych dla przedsięwzięcia,
* efektywność – stosunek poniesionych nakładów do uzyskanych efektów działań w praktyce.
 | Ocena formalna |
|  | Oferent wykaże zasoby kadrowe, z których będzie korzystał przy realizacji kampanii, w tym ekspertów z którymi będzie współpracował (imię, nazwisko, wykształcenie, ewentualne publikacje) oraz zakres ich zadań. | Ocena formalna |
|  | Oferent wskaże zasoby techniczne, z których będzie korzystał przy realizacji zadania.  | Ocena formalna |
|  | Oferent przedstawi koncepcję kampanii promocyjnej oraz szczegółowy sposób realizacji zadania, w tym określi kanały komunikacji, które zostaną wykorzystane w celu promocji karmienia piersią (np. audycje radiowe, telewizyjne (np. programy śniadaniowe), billboardy, wywiady prasowe, filmy, konkursy itd.) oraz przedstawi co najmniej 3 odmienne koncepcje kreatywne głównych produktów/materiałów opracowywanych w ramach kampanii. | Ocena merytoryczna |
|  | Oferent zapewni udział w kampanii personelu medycznego zaangażowanego w promocję karmienia piersią oraz aktywistek promujących karmienie piersią lub kobiet, które karmiły dzieci powyżej 1 roku życia.  | Ocena merytoryczna |
|  | Kampania promocyjna będzie trwała co najmniej 2 miesiące.  | Ocena merytoryczna |
|  | Kampania będzie miała zasięg ogólnopolski.  | Ocena merytoryczna |
|  | Oferent zagwarantuje poprzez odpowiednie zapisy w ofercie, że w opracowanych materiałach oraz w ramach przeprowadzanych działań będzie promował korzystanie z poradnika karmienia piersią dostępnego na stronie Ministra Zdrowia <https://www.gov.pl/zdrowie/karmienie-piersia>  | Ocena merytoryczna |
|  | Oferent zobowiąże się poprzez odpowiedni zapisy w ofercie, że będzie upowszechniał aktualną wiedzę o karmieniu piersią, spójną z poradnikiem i magazynem dotyczącymi karmienia piersią opublikowanymi na stronie Ministerstwa Zdrowia | Ocena merytoryczna |
|  | Oferent zapewni recenzję opracowywanych materiałów promocyjno-edukacyjnych przez przedstawiciela zawodu medycznego z tytułem IBCLC lub ukończonym kursem „edukacja i wsparcie kobiety w okresie laktacji”. | Ocena merytoryczna |
|  | W ramach realizowanej kampanii oferent zagwarantuje realizację co najmniej jednej z zaproponowanych w treści ogłoszenia form promocji karmienia piersią.  | Ocena merytoryczna |

Wysokość środków przeznaczonych na realizację zadania

Na realizację zadania w ramach ogłaszanego konkursu przeznaczono dotację celową w kwocie 2 626 000 zł (słownie: *dwa miliony sześćset dwadzieścia sześć tysięcy złotych*) ze Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych.

Oferent wskaże o jaką kwotę dotacji celowej się ubiega, przy czym maksymalna kwota finansowania zadania ze środków dotacji nie może przekroczyć 2 626 000 zł. Możliwy jest wybór kilku realizatorów w ramach kwoty przeznaczonej na konkurs.

Środki finansowe pochodzić będą ze środków budżetu państwa ujętych w planie finansowym Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych. Dysponentem środków jest minister właściwy do spraw zdrowia, który przekazuje środki realizatorom zadań, na zasadach określonych w art. 9 ust. 4 ustawy, tj. w formie dotacji celowej.

Maksymalny dopuszczalny poziom finansowania zadania ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych przeznaczonych na realizację NPZ wynosi 100%.

Umowy na realizację zadania ze środków Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych będą zawierane po zabezpieczeniu środków w planie finansowym Funduszu Rozwiązywania Problemów Hazardowych na realizację rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 4 sierpnia 2016 r. w sprawie Narodowego Programu Zdrowia na lata 2016-2020.

Terminy realizacji zadania

Zadanie należy zrealizować nie później niż do dnia 31 grudnia 2018 roku.

Miejsce i termin składania ofert

Prawidłowo przygotowaną i wypełnioną ofertę wraz z załącznikami (w jednym egzemplarzu) należy złożyć w formie papierowej **w terminie od dnia 16 lipca 2018 r. do dnia 30 lipca** na adres:

**Ministerstwo Zdrowia**

**Departament Matki i Dziecka**

ul. Miodowa 15

00‐952 Warszawa

z dopiskiem na kopercie: Konkurs NPZ na rok 2018, zadanie: **b) upowszechnianie w społeczeństwie wiedzy o zaletach karmienia piersią /**

**d) prowadzenie kampanii upowszechniającej aktualną wiedzę w zakresie karmienia piersią NPZ.CO1\_1.2\_4b/d\_2018**

Oferty należy składać (osobiście, pocztą kurierską lub listem poleconym) w siedzibie Ministerstwa Zdrowia od poniedziałku do piątku w godzinach od 8.15 do 16.15.

Koperta powinna być oznaczona w sposób pozwalający na zidentyfikowanie Oferenta, a oferta trwale spięta (np. bindowanie, termobindowanie, grzbiet zaciskowy, zszywki).

**O przyjęciu oferty decyduje data i godzina jej wpływu do Ministerstwa Zdrowia. Oferty, które wpłyną po terminie, będą odrzucane.**

Termin rozstrzygnięcia konkursu ofert

Wyniki konkursu ofert zostaną podane do wiadomości publicznej w terminie jednego miesiąca od końca terminu przewidzianego na złożenie ofert. Termin ten może ulec przedłużeniu w przypadku konieczności oceny znacznej liczby ofert.

**Oferent jest zobowiązany do bieżącego zapoznawania się z informacjami na temat wyników konkursu, zamieszczanymi na stronie internetowej Ministerstwa Zdrowia** [**www.gov.pl/zdrowie**](http://www.gov.pl/zdrowie) **i na stronie podmiotowej Biuletynu Informacji Publicznej.**

Uwagi

Minister Zdrowia zastrzega sobie prawo do odwołania konkursu ofert przed upływem terminu na złożenie ofert oraz prawo do wprowadzania zmian w Ogłoszeniu, w tym do przedłużenia terminu na złożenie ofert, terminu uzupełnienia braków formalnych lub terminu rozstrzygnięcia konkursu,
z wyłączeniem zmian skutkujących nierównym traktowaniem oferentów, chyba że konieczność ich wprowadzenia wynika ze zmiany przepisów prawa powszechnie obowiązującego. Minister Zdrowia zastrzega sobie także prawo do unieważnienia konkursu ofert bez podania przyczyn.
W związku z powyższym zaleca się, aby podmioty aplikujące o środki w ramach niniejszego konkursu na bieżąco zapoznawały się z informacjami zamieszczanymi na stronie internetowej Ministerstwa Zdrowia [**www.gov.pl/zdrowie**](http://www.gov.pl/zdrowie) i na stronie podmiotowej Biuletynu Informacji Publicznej.

Umowa na realizację zadania zawarta w wyniku rozstrzygnięcia postępowania konkursowego będzie zawierała postanowienie o przeniesieniu autorskich praw majątkowych na Ministra Zdrowia, w ramach kwoty finansowania przewidzianego w umowie na realizację zadania, łącznie z wyłącznym prawem do udzielania zezwoleń na wykonywanie zależnego prawa autorskiego, do utworów wytworzonych w ramach realizacji zadania w tym m.in. nieograniczonego w czasie wykorzystania w celach promocyjnych, szkoleniowych, edukacyjnych i informacyjnych.

Wyjaśnienia w zakresie treści ogłoszenia o konkursie ofert udzielane będą telefonicznie pod numerem **(22) 53-00-383** w godzinach pracy Ministerstwa Zdrowia lub na pisemną prośbę oferenta. Prośba, o której mowa powyżej, może zostać przesłana drogą elektroniczną na adres: **dep-md@mz.gov.pl** bez obowiązku zastosowania podpisu elektronicznego w formie przewidzianej ustawą z dnia 5 września 2016 r. o usługach zaufania oraz identyfikacji elektronicznej (Dz.U. z 2016 r., poz. 1579). Odpowiedź na pytania udzielona zostanie w ww. formie.

Wyjaśnienia o charakterze ogólnym publikowane są na stronie internetowej [**www.gov.pl/zdrowie**](http://www.gov.pl/zdrowie).

W ramach udzielanych wyjaśnień nie są prowadzone konsultacje dotyczące prawidłowości zapisów ofert, gdyż leży to w zakresie oceny formalnej i merytorycznej prowadzonej przez Komisję Konkursową. Pozostałe informacje o konkursie zawiera część b ogłoszenia – **Pobierz CZĘŚĆ B ogłoszenia**

**Zapraszamy do złożenia oferty**

1. Istnieje możliwość skorzystania ze wzoru będącego w posiadaniu Ministerstwa Zdrowia. [↑](#footnote-ref-1)
2. Kryterium dotyczy zadań, w których przewidziane jest opracowanie materiałów edukacyjno-promocyjnych do publikacji na stronę internetową. W przypadku gdy Oferent nie przewiduje takiej formy realizacji zadania – kryterium nie dotyczy ocenianej oferty. [↑](#footnote-ref-2)