

Szczecin 23.10.2017 r.

ZAPYTANIE OFERTOWE
NA REALIZACJE USŁUGI OPRACOWANIA I PRZEPROWADZENIA KAMPANII
INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ

w ramach realizowanego zadania z zakresu zdrowia publicznego NARODOWY PROGRAM ZDROWIA 2016-2020 (Cel Operacyjny 3. Profilaktyka problemów zdrowia psychicznego i poprawa dobrostanu psychicznego społeczeństwa, Zadanie z zakresu zdrowia publicznego: NPZ.CO3_1.3_2017_Ocena_kondycji_psychicznej)

1. Zamawiający:

Stowarzyszenie Czas Przestrzeń Tożsamość - Ulica: Lenartowicza 3-4; 71-445 Szczecin

2. Okres realizacji usługi: 01.11.2017-31.12.2018

3. Miejsce realizacji zamówienia:

Województwa: zachodniopomorskie, lubuskie, dolnośląskie, kujawsko – pomorskie, opolskie, śląskie, wielkopolskie, łódzkie

4. Wspólny Słownik Zamówień (CPV):

79342200-5 - Usługi w zakresie promocji

5. Finansowanie zamówienia:

NARODOWY PROGRAM ZDROWIA 2016-2020 (Cel Operacyjny 3. Profilaktyka problemów zdrowia psychicznego i poprawa dobrostanu psychicznego społeczeństwa, Zadanie z zakresu zdrowia publicznego: NPZ.CO3_1.3_2017_Ocena_kondycji_psychicznej)

Szacowana wartość zamówienia:

Rok 2017 – 272 640,00 zł

Rok 2018 – 408 000,00 zł

Razem: 680 640,00 zł

Poniżej wskazano szacowaną wartość poszczególnych elementów kampanii w poszczególnych latach.

Wydatek	2017		
	Liczba	Cena jedn.	Suma
Filmy edukacyjno instruktarzowe na stronę WWW	5	6112 zł	30 560,00 zł
Stoisko wystawowe namiot dla koordynatorów,	8	360,00 zł	2 880,00 zł
Wizualizacja koordynatorów - bluza polarowa	8	100,00 zł	800,00 zł
Wizualizacja koordynatorów - torba	8	30,00 zł	240,00 zł
Wizualizacja koordynatorów - czapeczka	8	30,00 zł	240,00 zł
Wizualizacja koordynatorów - koszulka polo	8	40,00 zł	320,00 zł
Wizualizacja 80 wolontariuszy koszulka koszulka T-shirt 100% bawełny, gramatura 190g/m2 z nadrukiem	80	20,00 zł	1 600,00 zł
materiały multimedialne do komunikacji publicznej youtube etc	1	30 000,00 zł	30 000,00 zł
koszty wysyłki zaproszeń i materiałów	1000	10,00 zł	10 000,00 zł
Kampania billboardowa			

Ogólnopolska kampania kontekstowa w internecie. AdKontekt, AdWords	3	12 000,00 zł	36 000,00 zł
Filmy promocyjne	5	6 000,00 zł	30 000,00 zł
Kampania informacyjna lokalne portale	14	4 000,00 zł	56 000,00 zł
Komunikacja w SM+Facebook Ads	2	2 000,00 zł	4 000,00 zł
E-mailingi	2	5 000,00 zł	10 000,00 zł
Ulotki ze składem i projektem format a5 dwu strony full kolor 50 000 sztuk x 8 województw	8	1 875,00 zł	15 000,00 zł
Plakaty ze składem i projektem 1500 sztuk x 2 rodzaje x 8 województw	8	1 250,00 zł	10 000,00 zł
Wizytówki 10 typów x 2500 sztuk	10	600,00 zł	6 000,00 zł
Ulotki brajlem 1000 sztuk	1000	1,20 zł	1 200,00 zł
Wizytówki brajlem 10 typów x 25 sztuk	250	3,20 zł	800,00 zł
Naklejki 3D nalepki wypukłe żelowe 8 województw x 200 sztuk = 1600 sztuk	1	2 874,58 zł	2 874,58 zł
Kalendarze spiralowany poziom B2–1000 sztuk.	1	14 125,42 zł	14 125,42 zł
Pozycjonowanie strony internetowej	1	10 000,00 zł	10 000,00 zł
Suma 2017			272 640,00 zł

Wydatek	2018		
	Liczba	Cena jedn.	Suma
materiały multimedialne do komunikacji publicznej youtube etc	1	10 000,00 zł	10 000,00 zł
koszty wysyłki zaproszeń i materiałów	1000	10,00 zł	10 000,00 zł
Kampania billboardowa	100	1 000,00 zł	100 000,00 zł
Ogólnopolska kampania kontekstowa w internecie. AdKontekt, AdWords	12	10 000,00 zł	120 000,00 zł
Kampania informacyjna lokalne portale	14	4 000,00 zł	56 000,00 zł
Komunikacja w SM+Facebook Ads	12	4 000,00 zł	48 000,00 zł
E-mailingi	12	5 000,00 zł	60 000,00 zł
Pozycjonowanie strony internetowej	1	4 000,00 zł	4 000,00 zł
Suma 2018			408 000,00 zł

Zaoferowana kwota na realizację usługi nie może przekroczyć ogólnej wartości środków wynikających z szacowanej wartości zamówienia.

Płatności za realizację usługi będą zrealizowane w trzech transzach:

Za rok 2017 – do 31.12.2017

Za I półrocze 2018 – do 31.05.2018

Za II półrocze 2018 – do 31.12.2018

Istnieje możliwość dokonania wcześniejszych płatności pod warunkiem przekazania Zamawiającemu środków finansowych przez Ministerstwo Zdrowia.

6. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kompleksowej kampanii informacyjno-promocyjnej.

Kampania promocyjno – informacyjna skierowana będzie przede wszystkim do osób narażonych na występowanie zaburzeń nastroju i stres ze względu na charakter środowiska pracy lub nauki w którym przebywają. W pierwszej kolejności do osób, które w obawie przed stygmatyzacją w środowisku zawodowym lub miejscu nauki nie korzystają z pomocy psychologicznej lub lekarskiej.

Projekt przewiduje działania ukierunkowane na pięć grup docelowych: uczniów szkół ponadgimnazjalnych, studentów, nauczycieli i innych pracowników edukacji, pracowników administracji i obrony narodowej oraz pracowników opieki zdrowotnej i pomocy społecznej.

Wszystkie materiały wytworzone w ramach kampanii będą udostępnione bezpłatnie w tym materiały informacyjno-edukacyjne zawierające narzędzia do samodzielnej wstępnej diagnostyki jak i informacje o konstruktywnych sposobach radzenia sobie ze stresem lub wypaleniem zawodowym, w szczególności do samodzielnego ich zastosowania.

Zaplanowane działania mają zagwarantować efektywne dotarcie do jak największej grupy potencjalnych odbiorców kampanii oraz realizację w tej grupie badań przesiewowych również w ramach autodiagnozy.

Projektem zostały objęte województwa:

- Zachodniopomorskie,
- Lubuskie,
- Dolnośląskie,
- Kujawsko-pomorskie,
- Opolskie,
- Śląskie,
- Wielkopolskie,
- Łódzkie.

Koordynatorzy wojewódzcy (ze strony Zamawiającego) opracują listę instytucji/ firm których pracownicy/ uczestnicy są szczególnie narażeni na utratę zdrowia psychicznego. Do 1000 instytucji/firm/uczelni i innych podmiotów zostaną wysłane zaproszenia wraz z materiałami promocyjno-informacyjnymi. Podczas spotkań z decydentami, którzy wyrażą zainteresowanie włączenia się do akcji promocyjno – informatycznej, koordynatorzy wojewódzcy, opracują indywidualny harmonogram bezpośrednich działań skierowanych do ich pracowników/podwładnych/uczestników wykorzystując zaplanowane w projekcie instrumenty, narzędzia i materiały.

W celu dotarcia do jak największej liczby mieszkańców z uwzględnieniem zarówno miast wojewódzkich jak i mniejszych miejscowości w wybranych województwach przeprowadzona musi zostać kampania multikanalowa, w której głównym miejscem będzie serwis internetowy, posiadający narzędzie do autodiagnozy i niezbędne informacje dotyczące zdrowia psychicznego.

Ramowy plan kampanii.

I etap - przygotowanie materiałów (do 30 listopada 2017)

1. **Realizacja spotu promocyjnego**, który będzie wykorzystywany w kampaniach i na stronie internetowej
2. **Realizacja materiałów drukowanych**, ulotki, materiały drukowane, billboardy
3. **Przygotowanie listy tematów kampanii radiowych** (reportaży).
4. **Realizacja materiałów multimedialnych** do komunikacji publicznej

II etap - uruchomienie kanałów komunikacji i rozpoczęcie stałych działań (do 31 grudnia 2017)

1. **Uruchomienie strony internetowej**
2. **Rozpoczęcie pozycjonowania** strony pozwoli na znalezienie strony kampanii osobom poszukującym informacji dotyczących zdrowia psychicznego.
3. **Rozpoczęcie kampanii kontekstowych**, które pozwolą na precyzyjne kierowanie informacji do założonych grup docelowych i kierowanie ich na stronę internetową oraz informowanie mieszkańców danych województw o planowanych wydarzeniach realizowanych w ramach kampanii (spotkań, warsztatów, przeprowadzanych ankiet itp.)

Kampanie kontekstowe będą prowadzone przez cały czas trwania kampanii.

4. **Uruchomienie dedykowanego kanału w social media** (Facebook).

Pierwszy etap to rozpoczęcie działań budujących świadomość i kolejne miejsce styczności z kampanią w ramach portali społecznościowych. Uruchomienia kampanii zasięgowej, które pozwolą zbudować grupę subskrybentów kanału.

Preferowany kanał to Facebook, ale z uwagą na specyfikę i zmieniające się szybko trendy, ostateczna decyzja dotycząca doboru kanałów social media podejmiemy planując ostatecznie kampanię.

5. **Zbudowanie listy e-mailingowych instytucji**, do których będzie realizowany newsletter informacyjny z bieżącymi informacjami na temat prowadzonych działań w ramach kampanii. Wysyłka raz w miesiącu w ramach kampanii.

6. **Kampania banerowa w lokalnych portalach informacyjnych.**

Pierwsza odsłona -14 dni.

III etap - kontynuacja stałych działań w ramach kanałów komunikacji (do 31 grudnia 2018)

1. **Prowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej** z użyciem kampanii kontekstowej oraz kampanii wideo z użyciem spotu promocyjnego.

2. **Realizacja trzech kolejnych reportaży w PR Program I i III** (zadanie poza niniejszym zamówieniem)

3. **Stać komunikacja w social media** i budowanie zasięgu poprzez kampanie Facebook Ads. Pozwoli to również na zebranie opinii i poznanie problemów poprzez dystrybucję ankiet.

4. **Przeprowadzenie drugiej odsłony kampanii radiowej** w ostatnim miesiącu II etapu kampanii (zadanie poza niniejszym zamówieniem)

5. **Wysyłka kampanii e-mailingowej** co najmniej raz w miesiącu.

IV etap - finał kampanii zakończony "Dniem zdrowia psychicznego" (do 10 października 2018) (2 tygodnie przed Światowym Dniem Zdrowia Psychicznego)

Ostatni etap kampanii to realizacja wzmożonej komunikacji w ramach kampanii. Oprócz stałej komunikacji prowadzonej w ramach kampanii, zrealizowana będzie:

1. **Kampania billboardowa**

14 dni przed planowanym finałem kampanii - 100 billboardów w wybranych województwach

2. **Kampania banerowa w lokalnych portalach informacyjnych.**

Druga odsłona -14 dni.

Produkty kampanii:

Filmiki edukacyjno-instruktarzowe na stronę www – 5 sztuk (merytoryczne scenariusze filmów dostarczy Zamawiający)

materiały multimedialne do komunikacji publicznej na Youtube

100 billboardów,

film promocyjny - 1 sztuka (merytoryczny scenariusz filmu dostarczy Zamawiający)

portale lokalne - 2 akcje w każdym regionie,
social media + facebook - cały rok,
emailing – cały rok,
broszury informacyjne z treściami merytorycznymi - 80 000 sztuk
ulotki i plakaty - 160 000 sztuk,
Pozycjonowanie strony internetowej – cały rok,
Akcje informacyjne w komunikacji publicznej - 2 akcje w każdym regionie.

Wykonawca kalkulując kwotę zamówienia musi w jej cenie uwzględnić następujące założenia:

Na wykonanie materiałów promocyjnych składają się takie elementy jak: koncepcja, skład, redakcja, druk/wykonanie i dostarczenie Zamawiającemu.

Wykonawca musi opracować pełną wizualizację kampanii (np. księga znaku) i hasło ją promujące.

Każdy produkt w formie graficznej musi uwzględniać wydruk próbny i możliwość wnoszenia uwag przez Zamawiającego i Ministerstwo Zdrowia.

Wszystkie materiały które będą umieszczane w sieci Internet muszą być zgodne ze standardem WCAG 2.0

Wykonawca będzie współpracował z podmiotami wskazanymi przez Zamawiającego przy przygotowaniu koncepcji strony internetowej projektu i wyglądu interfejsu graficznego narzędzia do autodiagnozy zawartego na stronie.

Wykonawca musi zapewnić osobisty udział przedstawiciela merytorycznego w spotkaniach zespołu projektowego (średnio raz w tygodniu przez cały okres realizacji zamówienia).

Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie i prowadzenie dokumentacji potwierdzającej wykonanie usługi.

7. Warunki udziału w postępowaniu:

W postępowaniu mogą wziąć udział Wykonawcy mający minimum roczne doświadczenie w przygotowywaniu i prowadzeniu kampanii informacyjno-promocyjnych, którzy przeprowadzili przynajmniej 5 kampanii informacyjno-promocyjnych.

W skład zespołu zajmującego się realizacją usługi wejdą przynajmniej 2 osoby posiadające minimum 3 letnie doświadczenie zawodowe w obszarze promocji i reklamy.

Warunkiem udziału w postępowaniu jest przedłożenie podpisanego:

- formularza ofertowego stanowiącego załącznik do zapytania ofertowego
- Załącznika nr 2 – Oświadczenia o spełnieniu klauzul społecznych – jeśli dotyczy

8. Kryteria wyboru ofert

Oferty zostaną ocenione przez Zamawiającego w oparciu o następujące kryteria:

- A. cena – 40% (weryfikowana na podstawie ceny w formularzu oferty)
- B. doświadczenie w realizacji usług w zakresie przygotowywania i prowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnych – 20% (weryfikowane na podstawie oświadczenia formularza oferty)
- C. Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjno-promocyjnych – 20% (weryfikowane na podstawie oświadczenia formularza oferty)
- D. Stosowanie klauzul społecznych -20% (weryfikowane na podstawie oświadczenia)

Maksymalna liczba punktów: 100 pkt

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Ocena = A+B+C+D, gdzie:

Ad. A – Cena

Ocena oferty zostanie obliczona z wykorzystaniem następującego wzoru:

Liczba punktów = (Najniższa cena brutto ze wszystkich złożonych ofert na świadczenie usługi / Cena brutto badanej oferty) X40% X100

Cenę za przedmiot zamówienia Oferent przedstawia w „formularzu oferty” stanowiącym załącznik do niniejszego zapytania. Cena oferty musi być podana w złotych i ma stanowić kwotę brutto.

Ad.B – doświadczenie w realizacji usług w zakresie przygotowywania i prowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnych.

Kryterium oceniane będzie zgodnie z poniższą specyfikacją:

1. Minimum 12 miesięczne doświadczenie –5 punktów;
2. Doświadczenie powyżej 12 miesięcy do 24 miesięcy – 10 punktów;
3. Doświadczenie powyżej 24 miesięcy do 48 miesięcy - 15 punktów;
4. Doświadczenie powyżej 48 miesięcy – 20 punktów;

Liczba punktów = (Liczba punktów za doświadczenie badanej oferty/ Liczba punktów za najwyższe doświadczenie ze wszystkich złożonych ofert na świadczenie usługi) X 20% X 100

Ad. C – Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjno-promocyjnych.

Kryterium oceniane będzie zgodnie z poniższą specyfikacją:

1. Minimum 5 kampanii informacyjno-promocyjnych –5 punktów;
2. 6-10 kampanii informacyjno-promocyjnych – 10 punktów;
3. 11-20 kampanii informacyjno-promocyjnych – 15 punktów
4. Więcej niż 20 kampanii informacyjno-promocyjnych - 20 punktów;

Liczba punktów = (Liczba punktów za doświadczenie badanej oferty/ Liczba punktów za najwyższe doświadczenie ze wszystkich złożonych ofert na świadczenie usługi) X 20% X 100

Ad. D - Stosowanie klauzul społecznych

Kryterium oceniane będzie zgodnie z poniższą specyfikacją:

1. Oferent deklaruje zastosowanie klauzul społecznych – 20 punktów
2. Oferent nie deklaruje zastosowania klauzul społecznych – 0 punktów

Z Wykonawcą, którego oferta zostanie wybrana do realizacji zostanie podpisana umowa cywilnoprawna zgodnie z wzorem stosowanym przez Zamawiającego. Warunkiem podpisania umowy z Wykonawcą jest zawarcie umowy o dofinansowanie zadania pomiędzy Zamawiającym a Ministerstwem Zdrowia.

9. Zakres wykluczenia

Z postępowania wykluczeni zostaną oferenci powiązani kapitałowo lub osobowo z Zamawiającym.

10. Termin i miejsce składania ofert

Formularz oferty powinien być podpisany i przekazany wraz z załącznikami drogą mailową w postaci pliku .pdf na adres:

krzysztof.siewiera@crsg.pl

lub w biurze projektu, adres: ul Lwowska 3/1, 71-020 Szczecin, osobiście, pocztą lub kurierem (biuro czynne od poniedziałku do piątku w godz. 08:00-16:00)

Ofertę należy umieścić w zamkniętej kopercie/paczce oznakowanej danymi Wykonawcy (nazwa i adres)

Za datę złożenia oferty uznaje się datę wpływu oferty do biura projektu do dnia 31.10.2017 r. do godziny 9.00. Oferty złożone po w/w terminie nie będą rozpatrywane.

Dodatkowych informacji udziela: Krzysztof Siewiera: tel. 697 624 681

11. POZOSTAŁE INFORMACJE

Zleceniodawca zastrzega sobie możliwość zmiany lub uzupełnienia treści Zapytania ofertowego przed upływem terminu na składanie ofert. Informacja o wprowadzeniu zmiany lub uzupełnieniu treści Zapytania ofertowego zostanie przekazana Ofereantom niezwłocznie w formie pisemnej (e-mail), jak również zostanie opublikowana na stronie internetowej www.cpt.szczecin.pl. Jeżeli wprowadzone zmiany lub uzupełnienia treści zapytania ofertowego będą wymagały zmiany treści ofert, Zleceniodawca przedłuży termin składania ofert o czas potrzebny na dokonanie zmian w ofercie.

12. ZAŁĄCZNIKI DO ZAPYTANIA OFERTOWEGO

1. Formularz ofertowy – załącznik nr 1 do zapytania ofertowego;
2. Oświadczenie o spełnieniu klauzuli społecznej;