

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15

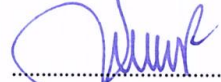
REGULAMIN KONKURSU

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

Wartość szacunkowa zamówienia jest mniejsza niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych

tj. nie przekracza równowartości kwoty
207 000 euro

Zatwierdził:



Rafał Patoła
PROKURENT

Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego -
Państwowego Zakładu Higieny

Warszawa, 23 czerwca 2015 r.

Projekt współfinansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej oraz Ministra Zdrowia

www.hcv.pzh.gov.pl

1



Narodowy Instytut
Zdrowia Publicznego -
Państwowy Zakład Higieny



Instytut
Psychiatrii
i Neurologii
w Warszawie



Uniwersytet
Medyczny
w Lublinie



Główny
Inspektorat
Sanitarny

SPIS TREŚCI:

I. NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO	2
II. FORMA KONKURSU	2
III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU KONKURSU.....	3
IV. MAKSYMALNY PLANOWANY ŁĄCZNY KOSZT WYKONANIA PRAC REALIZOWANYCH NA PODSTAWIE PRACY KONKURSOWEJ.....	4
V. ZAKRES SZCZEGÓŁOWEGO OPRACOWANIA PRACY KONKURSOWEJ STANOWIĄCEGO PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA UDZIELANEGO Z TRYBIE ZAMÓWIENIA Z WOLNEJ RĘKI.....	4
VI. WYMAGANIA, JAKIE MUSZĄ SPEŁNIAĆ UCZESTNICY KONKURSU	5
VII. INFORMACJE O OŚWIADCZENIACH I DOKUMENTACH JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ UCZESTNICY KONKURSU W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIENIA STAWIANYCH IM WYMAGAŃ	6
VIII. SPOSÓB POROZUMIEWANIA SIĘ ORGANIZATORA KONKURSU Z UCZESTNIKAMI KONKURSU	9
IX. WNIOSKI O DOPUSZCZENIE DO UDZIAŁU W KONKURSIE - ZASADY PRZYGOTOWANIA I OCENY WNIOSKÓW.....	10
X. SPOSÓB, MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA WNIOSKÓW O DOPUSZCZENIE DO UDZIAŁU W KONKURSIE	11
XI. ZAKRES RZECZOWY I FORMA OPRACOWANIA ORAZ SPOSÓB PREZENTACJI PRACY KONKURSOWEJ	12
XII. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA PRAC KONKURSOWYCH	13
XIII. KRYTERIA OCENY PRAC KONKURSOWYCH.....	15
XIV. SKŁAD SĄDU KONKURSOWEGO.....	16
XV. NAGRODA I OGŁOSZENIE WYNIKÓW KONKURSU.....	17
XVI. POSTANOWIENIA DOTYCZĄCE PRZEJĘCIA AUTORSKICH PRAW MAJĄTKOWYCH DO WYBRANEJ PRACY WRAZ Z OKREŚLENIEM PÓL EKSPLOATACJI ORAZ ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY.....	18
XVII. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY	20
XVIII. ZMIANY REGULAMINU KONKURSU.....	23
XIX. POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH UCZESTNIKOM POSTĘPOWANIA	24
XX. ZAŁĄCZNIKI DO REGULAMINU	24

I. NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO

Zamawiającym (Organizatorem) jest Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny, zwany dalej NIZP-PZH
Adres: ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa,
NIP: 525-000-87-32, REGON: 000288461
Fax: (+48 22) 849-74-84
<http://www.pzh.gov.pl>

II. FORMA KONKURSU

1. Postępowanie konkursowe prowadzone jest na podstawie art. 110 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp”.
2. Konkurs zgodnie z art. 117 ust. 1 ustawy Pzp zorganizowany jest w formie konkursu jednoetapowego, otwartego ze zgłoszeniami, w którym Uczestnicy konkursu składają wnioski o dopuszczenie do udziału w konkursie, a Zamawiający dopuszcza do udziału w konkursie i zaprasza do składania prac konkursowych Uczestników konkursu spełniających warunki udziału w konkursie.
3. W konkursie - do chwili rozstrzygnięcia - obowiązuje zasada anonimowości prac konkursowych.
4. Terminy:
 - 1) Pytania odnośnie zapisów w Regulaminie, warunków uczestnictwa w konkursie oraz wniosków o dopuszczenie do udziału w konkursie można składać na adres Organizatora konkursu wskazany w rozdz. VIII pkt. 5 Regulaminu do dnia **1 lipca 2015r.** Organizator niezwłocznie udzieli odpowiedzi na pytania. Uczestnicy konkursu zakwalifikowani do dalszego udziału w konkursie na podstawie wniosków o dopuszczenie mogą składać pytania dotyczące opracowania i składania prac konkursowych nie później niż na 2 dni przed upływem składania prac konkursowych. Organizator niezwłocznie udzieli odpowiedzi na pytania Uczestników konkursu.
 - 2) Wnioski o dopuszczenie do udziału w konkursie składać należy do dnia **6 lipca 2015r. do godz. 11:00** (liczy się data doręczenia) na adres wskazany w rozdz. X pkt. 2 Regulaminu.
 - 3) Organizator niezwłocznie powiadomi Uczestników konkursu o zakwalifikowaniu do dalszego udziału w konkursie.
 - 4) Prace konkursowe składać należy do dnia **11 sierpnia 2015r. do godz. 11:00** (liczy się data doręczenia do Organizatora) pod adresem wskazanym w XII pkt 1 Regulaminu.
 - 5) Termin rozstrzygnięcia konkursu: maksymalnie do dnia **2 września 2015r.**

- 6) Wskazane powyżej terminy mogą ulec zmianie. O zmianie terminów Organizator niezwłocznie poinformuje Uczestników konkursu oraz zamieści stosowną informację na swojej stronie internetowej: www.pzh.gov.pl/ <http://bip.pzh.gov.pl/public/>

III. SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU KONKURSU

1. Przedmiot oraz wielkość lub zakres konkursu:

1) Przedmiotem konkursu jest:

a) Opracowanie strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV, uwzględniającej minimum dwumiesięczną emisję za pośrednictwem:

- Telewizji,
- Radio,
- Internetu (banerów),
- Bilbordów (minimum 110 nośników), dowolna forma OOH

b) Opracowanie konceptu kreatywnego kampanii społecznej w tym:

- Opracowanie scenariusza spotu TV 30”,
- Opracowanie spotu radiowego promującego kampanię -30”,
- Opracowanie koncepcji graficznej banneru internetowego,
- Opracowanie koncepcji graficznej Bilbordu,
- Opracowanie koncepcji graficznej oraz funkcjonalnej landing page kampanii połączona z Jestem świadom (strona programu jako element strony kampanii) zgodnie z wymaganiami opisanymi w rozdz. V,
- Opracowanie layoutu ogłoszenia prasowego.

c) Opracowanie koncepcji i przedstawienie propozycji wyboru dodatkowych, nieodpłatnych, patronackich działań w mediach (TV, radio, Internet, prasa, OOH), zapewniającej szeroki zakres działań uzupełniających kampanię w mediach tradycyjnych i zwiększającej efekt synergii w grupie docelowej, w tym opis działań prowadzących do pozyskania nieodpłatnego czasu antenowego w mediach - wzmocnienie siły kampanii przez zdobycie bezpłatnych emisji.

Szczegóły przedmiotu konkursu oraz informacje dotyczące Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV oraz Zamawiającego stanowią załączniki nr 2 i 3 do niniejszego Regulaminu.

KOD CPV: 92312210-6 - Usługi świadczone przez autorów, 79341400-0- Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

IV. MAKSYMALNY PLANOWANY ŁĄCZNY KOSZT WYKONANIA PRAC REALIZOWANYCH NA PODSTAWIE PRACY KONKURSOWEJ

Szacunkowy łączny koszt szczegółowego opracowania pracy konkursowej nie może przekroczyć kwoty 800 000 zł brutto.

V. ZAKRES SZCZEGÓŁOWEGO OPRACOWANIA PRACY KONKURSOWEJ STANOWIĄCEGO PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA UDZIELANEGO Z TRYBIE ZAMÓWIENIA Z WOLNEJ RĘKI

1. Przedmiotem zamówienia udzielonego w efekcie rozstrzygnięcia konkursu będzie kompleksowa realizacja kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV zgodnie z zakresem opracowanej koncepcji kreatywnej kampanii oraz opracowanej strategii mediowej kampanii oraz zgodnie z budżetem określonym w rozdz. IV , w tym m.in. :
 - 1) Realizacja kampanii na podstawie stworzonego szczegółowego planu i harmonogramu działań dla kampanii na podstawie pracy konkursowej oraz zaleceń pokonkursowych Sądu Konkursowego i zaleceń Zamawiającego oraz konsultacji z Zamawiającym,
 - 2) Realizacja przyjętych w koncepcji działań w ścisłej współpracy z Zamawiającym;
 - 3) Przeprowadzenia ewaluacji przeprowadzonych działań: oceny efektywności działań,
 - 4) Realizacja działań patronackich w mediach,
 - 5) Realizacja strategii mediowej kampanii wraz z emisją w mediach,
 - 6) Produkcja spotu TV 30”,
 - 7) Produkcja spotu radiowego promującego kampanię -30”,
 - 8) Produkcja banneru internetowego,
 - 9) Produkcja Bilbordu (minimum 110 nośników),
 - 10) Stworzenie layoutu ogłoszenia prasowego,
 - 11) Utworzenie landing page www.jestemswiadom.org, która powinna zawierać:
 - a) linki (w formie graficznej i tekstowej) do poszczególnych treści strony www.hcv.pzh.gov.pl (platforma e-learningowa, filmy edukacyjne, treści informacyjne), strony NIZP-PZH oraz innych stron, link do ankiety HCV kierujący na stronę HCV jestem świadom;
 - b) klikanie w linki powinno być mierzalne (ilość wejść na poszczególne linki, ilość obejrzeń/pobrań filmów)
 - c) możliwość zbierania szczegółowych statystyk odwiedzin - co będzie miernikiem skuteczności kampanii

- d) możliwość edycji/dodawanie/usuwania treści, linków, elementów graficznych za pomocą panelu administracyjnego CMS
 - e) dostęp administracyjny zabezpieczony nazwą użytkownika i hasłem z możliwością zdefiniowania adresów IP z których możliwe będzie zalogowanie.
 - f) Część publiczną landing page zbudowaną zgodnie ze standardem WCAG 2.0 poziom AA, co powinno być potwierdzone audytem organizacji zajmującej się dostępnością witryn internetowych dla osób niepełnosprawnych oraz potwierdzone certyfikatem wyświetlanym na stronie głównej landing page.
 - g) Informację o plikach cookies;
 - h) Layout zgodny z wytycznymi SPPW (wytyczne w załączniku).
2. Wykonawca przygotowuje i przedstawi do 7 dni od daty zawarcia umowy harmonogram kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV.
 3. Czas trwania działań kampanii: 2 miesiące lub dłużej.
 4. Wykonawca pokryje wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kampanii społecznej w tym m.in. zapewnienie (zakup) i realizacja emisji w radio, TV, powierzchni reklamowych- billboardy oraz w Internecie (bannery).
 5. Zamawiający ma prawo do zgłaszania uwag do planu poszczególnych działań promocyjnych, a Wykonawca zobowiązany jest je nanieść w terminie do 3 dni roboczych od chwili zgłoszenia.
 6. Opracowane materiały kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV winny spełniać wymagania odnośnie niezbędnych informacji, jakie powinny zawierać materiały promocyjne określone w Wytycznych ws. Informacji i Promocji Polsko-Szwajcarskiego Programu Współpracy oraz w załączniku nr 1 do wytycznych, aktualnych na dzień realizacji kampanii.
 7. Na Wykonawcy spoczywa obowiązek uzyskania zgody na wykorzystanie wizerunku i głosu osób występujących w materiałach wyprodukowanych w ramach kampanii. Wizerunek wykorzystywany będzie do roku 2021r.

VI. WYMAGANIA, JAKIE MUSZĄ SPEŁNIAĆ UCZESTNICY KONKURSU

1. POSTANOWIENIA OGÓLNE

- 1) Konkurs ma charakter otwarty.
- 2) Uczestnikiem konkursu może być osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zwana również „uczestnikiem konkursu samodzielnie biorącym udział w konkursie” bądź podmioty występujące wspólnie, zwani również „uczestnikami konkursu wspólnie biorącymi udział w konkursie”, spełniający wymagania określone niniejszym Regulaminem.
- 3) Każdy uczestnik konkursu może złożyć tylko jeden wniosek o dopuszczenie do udziału w Konkursie.

- 4) Uczestnicy konkursu mogą złożyć więcej niż jedną pracę konkursową, ale nie więcej niż trzy prace.
- 5) Wniosek o dopuszczenie do udziału w konkursie określony został w załączniku nr 1 do niniejszego Regulaminu.
- 6) Do złożenia pracy konkursowej zostaną zaproszeni uczestnicy konkursu, którzy spełniają wymagania określone niniejszym Regulaminem.
- 7) Wniosek o dopuszczenie do udziału - pod rygorem nieważności - powinien być napisany w języku polskim oraz podpisany przez osobę umocowaną do reprezentowania Uczestnika, wg **Załącznika nr 1** do Regulaminu. Każda zapisana strona wniosku powinna być parafowana przez osobę umocowaną do reprezentowania Uczestnika. Za osoby umocowane do reprezentowania Uczestnika uznaje się osoby upoważnione do reprezentowania firmy, wskazane we właściwym rejestrze lub w stosownym pełnomocnictwie, które należy załączyć do oferty w oryginale lub poświadczone notarialnie. (Art. 104 kodeksu cywilnego stanowi o nieważności jednostronnej czynności prawnej dokonanej w cudzym imieniu bez umocowania lub z przekroczeniem jego zakresu).
- 8) Uczestnik konkursu może ustanowić pełnomocnika, uprawnionego do złożenia wniosku o dopuszczenie do udziału w konkursie oraz oświadczeń i dokumentów wymaganych postanowieniami Regulaminu konkursu.
- 9) Uczestnicy konkursu wspólnie biorący udział w konkursie mogą ustanowić wspólnego pełnomocnika uprawnionego do złożenia wniosku oraz dokumentów i oświadczeń wymaganych postanowieniami Regulaminu konkursu. Dokument pełnomocnictwa powinien być podpisany przez wszystkich uczestników konkursu wspólnie biorących udział w konkursie.
- 10) W przypadku, gdy Uczestnik konkursu ustanowi pełnomocnika, wówczas pełnomocnictwo musi być załączone do wniosku i musi być podpisane przez osoby uprawnione do reprezentowania Uczestnika konkursu.

VII. INFORMACJE O OŚWIADCZENIACH I DOKUMENTACH JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ UCZESTNICY KONKURSU W CELU POTWIERDZENIA SPEŁNIENIA STAWIANYCH IM WYMAGAŃ

1. Uczestnikami konkursu mogą być osoby fizyczne, jak i osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, które spełniają warunki zawarte w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp dotyczące:

- 1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień - Organizator nie opisuje i nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie;
 - 2) posiadania wiedzy i doświadczenia tj.
zrealizowali w zakresie niezbędnym do wykazania spełnienia warunku wiedzy i doświadczenia usługi polegające na realizacji kampanii, w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie. Spełnienie warunku nastąpi poprzez potwierdzenie należycie wykonanych co najmniej sześciu usług realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych, w tym co najmniej dwóch kampanii społecznych, polegających m.in. na opracowaniu koncepcji kreatywnej, produkcji spotu reklamowego przeznaczonego do emisji w telewizji oraz rozwiązań kreatywnych do Internetu i radia.
 - 3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia - Organizator nie opisuje i nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie;
 - 4) sytuacji ekonomicznej i finansowej - Organizator nie opisuje i nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.
2. Wykonawca może polegać na wiedzy i doświadczeniu, potencjale technicznym, osobach zdolnych do wykonania zamówienia lub zdolnościach finansowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nimi stosunków. Wykonawca w takiej sytuacji zobowiązany jest udowodnić Zamawiającemu, iż będzie dysponował zasobami niezbędnymi do realizacji zamówienia, w szczególności przedstawiając w tym celu pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji niezbędnych zasobów na okres korzystania z nich przy wykonaniu zamówienia.

Podmiot, który zobowiązał się do udostępnienia zasobów, odpowiada solidarnie z Wykonawcą za szkodę Zamawiającego powstałą wskutek nieudostępnienia tych zasobów, chyba że za nieudostępnienie zasobów nie ponosi winy

3. Zamawiający dokona oceny spełnienia warunków udziału w postępowaniu, na podstawie złożonych przez wykonawców oświadczeń i dokumentów, wymaganych w rozdziale VII.
4. Nie spełnienie chociażby jednego z warunków określonych w rozdziale VII, skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy.
5. Wzór wniosku o dopuszczenie do udziału w konkursie określony został w załączniku nr 1 do Regulaminu konkursu.
6. Złożenie przez Uczestnika do wniosku o dopuszczenie do udziału w konkursie dokumentów i oświadczeń, wymienionych w niniejszym punkcie będzie stanowiło podstawę do oceny przez Sąd Konkursowy spełnienia warunków udziału w konkursie. W celu potwierdzenia wymagań stawianych przez Organizatora, Uczestnik konkursu składa następujące oświadczenia i dokumenty:

- 1) W celu wykazania posiadania wiedzy i doświadczenia Wykonawca składa:
wykaz wykonanych a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych usług w zakresie niezbędnym do wykazania spełnienia warunku wiedzy i doświadczenia w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania wniosków, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, z podaniem przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, wg Załącznika nr 4 do Regulaminu oraz załącza dowody czy usługi te zostały wykonane należycie. Co najmniej sześć usług realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych, w tym co najmniej dwie kampanie społeczne, polegających m.in. na opracowaniu koncepcji kreatywnej, produkcji spotu reklamowego przeznaczonego do emisji w telewizji oraz rozwiązań kreatywnych do Internetu i radia.

Dowodami są:

„1) poświadczenie, z tym że w odniesieniu do nadal wykonywanych dostaw lub usług okresowych lub ciągłych poświadczenie powinno być wydane nie wcześniej niż na 3 miesiące przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu albo ofert;

3) w przypadku zamówień na dostawy lub usługi - oświadczenie wykonawcy - jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie uzyskać poświadczenia, o którym mowa w pkt 1.,,

- 2) Do wykazu należy załączyć na płycie CD prezentacje kreatywne oraz raporty zrealizowanych kampanii - tj. opis kampanii wraz z dowodami jej skuteczności
 - 3) Aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp (wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert);
 - 4) W celu potwierdzenia spełniania przez Wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy Pzp, Wykonawca składa wraz z ofertą oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w konkursie, wg załącznika nr 6 do Regulaminu.
 - 5) Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z konkursu oraz z postępowania o udzielenie zamówienia - załącznik nr 7 do Regulaminu.
 - 6) Do wniosku dołączyć trwale zamkniętą kopertę z liczbą identyfikacyjną przyszłej pracy konkursowej - załącznik nr 8 do Regulaminu. Liczba ta nie może być poznana przed terminem dokonania oceny prac konkursowych.
 - 7) W celu wykazania, że Wykonawca nie podlega wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 b ust. 3 ustawy Pzp, Wykonawca składa wraz z ofertą listę podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 5 ustawy Pzp, albo informację o tym, że nie należy do grupy kapitałowej, wg wzoru stanowiącego Załącznik nr 5.
7. Jeżeli Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (oprócz oświadczeń, wg Załącznika nr 5, 6 i 7), zamiast dokumentu, o których

- mowa w rozdz. VII pkt 6 ppkt. 3, składa dokument lub dokumenty wystawione w kraju, w którym ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, potwierdzające, że nie otwarto jego likwidacji ani nie ogłoszono upadłości (wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert).
8. Jeżeli w kraju miejsca zamieszkania osoby lub w kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt 7, zastępuje się je dokumentem zawierającym oświadczenie w którym określa się także osoby uprawnione do reprezentacji wykonawcy złożone przed właściwym organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego odpowiednio kraju miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania, lub przed notariuszem. Wymagana data wystawienia dokumentów zgodnie z zapisami pkt 7.
 9. W przypadku wątpliwości, co do treści dokumentu złożonego przez wykonawcę mającego siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, Zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiednio miejsca zamieszkania osoby lub kraju, w którym Wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania.
 10. Dokumenty i oświadczenia sporządzone w języku obcym należy złożyć wraz z tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Uczestnika.
 11. Wszelkie poprawki lub zmiany w tekście oferty muszą być parafowane i datowane własnoręcznie przez osobę umocowaną do reprezentowania Wykonawcy.
 12. Pozostałe warunki ustalone Regulaminem konkursu a dotyczące nie podleganiu wykluczeniu z konkursu na podstawie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy, każdy z uczestników wspólnie biorących udział w konkursie (zarówno uczestnik krajowy jak i uczestnik zagraniczny) musi spełnić odrębnie, oraz przedłożyć aktualny odpis z właściwego rejestru lub inny dokument informujący o osobach uprawnionych do składania oświadczeń woli w imieniu każdego z uczestników, wystawione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania wniosków o dopuszczenie do udziału w konkursie.
 13. Wniosek o dopuszczenie do udziału w konkursie oraz wymagane Regulaminem konkursu oświadczenia i dokumenty, uczestnicy konkursu przekazują na piśmie.
 14. Wniosek oraz wymagane Regulaminem konkursu oświadczenia i dokumenty, o których mowa w Rozdziale VII, uważa się za przekazane na piśmie w terminie wyznaczonym na ich złożenie, jeżeli przed upływem tego terminu zostaną doręczone Organizatorowi

VIII. SPOSÓB POROZUMIEWANIA SIĘ ORGANIZATORA KONKURSU Z UCZESTNIKAMI KONKURSU

1. Uczestnicy konkursu mogą zwracać się z zapytaniami w formie pisemnej do Organizatora o wyjaśnienie treści Regulaminu. Obowiązuje zasada pisemności

- korespondencji, z zastrzeżeniem, że pytania można zadawać faksem (0 22 54 21 268) lub pocztą elektroniczną (jrosiak@pzh.gov.pl,) z niezwłocznym potwierdzeniem.
2. Organizator konkursu niezwłocznie udzieli pisemnych wyjaśnień na pytania dotyczące:
 - 1) Warunków uczestnictwa oraz wniosków o dopuszczenie do udziału w konkursie - jeżeli otrzyma zapytanie w terminie określonym w rozdziale II pkt. 4 ppkt. 1) niniejszego Regulaminu.
 - 2) Sporządzenia prac konkursowych - jeżeli otrzyma zapytanie w terminie określonym w rozdziale II pkt. 4 ppkt. 1) niniejszego Regulaminu.
 3. Informacje o konkursie i odpowiedzi na pytania znajdować się będą również na stronie internetowej Organizatora: www.pzh.gov.pl/ BIP.
 4. Udzielone przez Organizatora konkursu wyjaśnienia oraz dokonane zmiany w Regulaminie konkursu są wiążące dla uczestników konkursu.
 5. Oświadczenia, wnioski, zawiadomienia, zapytania oraz informacje winny być kierowane do Organizatora w dni robocze w godz. **8:00 - 15:00** na adres:

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny
Adres: ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, pokój nr 204
faks: (22) 54 21 268, e-mail: jrosiak@pzh.gov.pl

6. Osobą uprawnioną do porozumiewania się z Uczestnikami jest:
Sekretarz Sądu Konkursowego- **Joanna Rosiak**

IX. WNIOSKI O DOPUSZCZENIE DO UDZIAŁU W KONKURSIE - ZASADY PRZYGOTOWANIA I OCENY WNIOSKÓW

1. Wniosek sporządzony wg wzoru określonego w Załączniku nr 1 do Regulaminu konkursu powinien zawierać wszystkie wymagane oświadczenia i dokumenty potwierdzające spełnianie przez Uczestników warunków udziału w konkursie, według postanowień Rozdziale VII Regulaminu konkursu.
2. Wniosek oraz oświadczenia i dokumenty załączone do wniosku powinny być podpisane przez osobę uprawnioną, o której mowa w Rozdziale VI Regulaminu konkursu bądź przez pełnomocników, o których mowa w Rozdziale V Regulaminu konkursu.
3. W przypadku, gdy Uczestnicy konkursu wspólnie biorący udział w konkursie nie ustanowią pełnomocnika, o którym mowa w Rozdziale VI Regulaminu konkursu, wówczas wniosek musi być podpisany przez wszystkich Uczestników konkursu biorących wspólnie udział w konkursie bądź ich pełnomocników, a załączone dokumenty oraz oświadczenia podpisane odpowiednio przez tego Uczestnika konkursu (lub jego pełnomocnika), którego dotyczy.
4. Pełnomocnictwa składane w niniejszym postępowaniu powinny być złożone w oryginale lub kopii potwierdzonej za zgodność z oryginałem przez notariusza.

5. W przypadku, gdy informacje zawarte we wniosku stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, muszą być oznaczone klauzulą: „Informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 47 z dnia 8 czerwca 1993 r., poz. 211 z późn. zm.)” i dołączone odrębnie do wniosku w zamkniętej kopercie.
6. Organizator dokonuje oceny wniosków o dopuszczenie do udziału w konkursie bezpośrednio po upływie terminu ich składania, zgodnie z warunkami określonymi w Regulaminie konkursu i przepisami ustawy.
7. Po dokonaniu oceny spełniania warunków udziału w konkursie, Organizator zaprosi do składania prac konkursowych Uczestników konkursu spełniających wymagania określone w niniejszym Regulaminie.
8. Zaproszenia do udziału w konkursie zostaną przesłane wszystkim Uczestnikom do dnia 14 lipca 2015r.
9. Uczestnicy niespełniający wymagań, podlegają wykluczeniu z udziału w konkursie.
10. O wynikach kwalifikacji uczestników konkursu Organizator poinformuje wszystkich Uczestników pisemnie lub faksem z niezwłocznym potwierdzeniem pisemnym.

X. SPOSÓB, MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA WNIOSKÓW O DOPUSZCZENIE DO UDZIAŁU W KONKURSIE

1. Wniosek należy złożyć w Narodowym Instytucie Zdrowia Publicznego - Państwowym Zakładzie Higieny Adres: ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, pokój nr 204.
2. Wniosek, wraz z wymaganymi oświadczeniami i dokumentami, należy złożyć w nieprzejrzystej, trwale zamkniętej kopercie, która powinna być zaadresowana następująco:

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny
ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, **pokój nr 204**

Konkurs znak: A-ATZ-221-37/15

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

Nie otwierać przed: (podać aktualną datę i godzinę otwarcia wniosków)

3. Konsekwencje złożenia wniosku niezgodnie z ww. opisem ponosi Uczestnik.
4. Termin składania wniosków upływa dnia 6 lipca 2015r. o godzinie 11:00. Rozpatrzone zostaną tylko te wnioski, które zostały dostarczone Organizatorowi konkursu we wskazane miejsce w wyznaczonym terminie.

5. Wnioski złożone po terminie zostaną zwrócone uczestnikom konkursu.
6. Uczestnicy ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem wniosku.
7. Przed upływem terminu do składania wniosków Uczestnik konkursu może zmienić lub wycofać wniosek. Koperta zawierająca powiadomienie o wprowadzeniu zmian lub wycofaniu wniosku powinna być oznaczona „ZMIANA” lub „WYCOFANIE”.

XI. ZAKRES RZECZOWY I FORMA OPRACOWANIA ORAZ SPOSÓB PREZENTACJI PRACY KONKURSOWEJ

1. Praca konkursowa powinna zawierać:
 - 1) Opracowanie strategii mediowej uwzględniającej minimum dwumiesięczną emisję za pośrednictwem telewizji, radio, Internetu (banerów),
 - 2) Koncepcję i propozycję wyboru nieodpłatnych, patronackich działań w mediach tradycyjnych (telewizja, radio, Internet, prasa, OOH) w tym opis działań prowadzących do pozyskania nieodpłatnego czasu antenowego w mediach - wzmocnienie siły kampanii przez zdobycie bezpłatnych emisji,
 - 3) Opracowanie konceptu kreatywnego kampanii społecznej Zapobieganie zakażeniom HCV, w tym:
 - a) Tekst scenariusza spotu radiowego - jeden wydrukowany egzemplarz format A-4 oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF),
 - b) Tekst scenariusza spotu TV - jeden wydrukowany egzemplarz format A-4 oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF) oraz story board - jeden wydrukowany egzemplarz format A-4 oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF),
 - c) Projekt koncepcji graficznej banneru internetowej- jeden wydrukowany egzemplarz oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF w rozdzielczości do druku),
 - d) Projekt koncepcji graficznej billboardu- jeden wydrukowany egzemplarz oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF w rozdzielczości do druku).
 - e) Projekt koncepcji graficznej layoutu ogłoszenia prasowego jeden wydrukowany egzemplarz format A-4 oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF)
 - f) Projekt koncepcji graficznej oraz rozwiązań modernizacji landing page kampanii społecznej połączonej ze stroną jestem świadom - jeden wydrukowany egzemplarz oraz jeden egzemplarz w wersji elektronicznej (pliki w formacie PDF w rozdzielczości do druku oraz krótki film przedstawiający funkcjonalność strony (zrzut wideo) na płycie CD). Projekt powinien być gotowy na zmiany pod kątem dostosowania dla potrzeb osób niepełnosprawnych).
 - 4) Kosztorys realizacji opracowanej strategii mediowej oraz konceptu kreatywnego kampanii społecznej Zapobieganie zakażeniom HCV obejmujący produkcję

materiałów kreatywnych wraz z emisją spotów w radio i telewizji, kampanią w internecie (za pomocą bannerów) oraz zapewnieniem powierzchni reklamowych (billboardy) w okresie trwania kampanii,

- 5) Płyte(y) CD zawierającą całość pracy konkursowej (w tym m.in opracowania, stronę www oraz scenariusze) w wersji elektronicznej.
 - 6) Zamkniętą kopertę z kartą identyfikacyjną stanowiącą załącznik nr 8 do Regulaminu konkursu.
2. Na żadnym elemencie pracy konkursowej nie wolno umieścić znaku rozpoznawczego ani napisu wskazującego na autora.
 3. Nie będą rozpatrywane prace konkursowe, które zostały opracowane w sposób umożliwiający identyfikację ich autorów.
 4. Materiały nieobjęte zakresem konkursu nie będą rozpatrywane.

XII. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA PRAC KONKURSOWYCH

1. Prace konkursowe uczestników dopuszczonych do udziału w konkursie należy składać w nieprzekraczalnym terminie **do dnia 11 sierpnia 2015r. do godz. 11:00**, za pokwitowaniem złożenia (**załącznik nr 9** do Regulaminu konkursu) w Narodowym Instytucie Zdrowia Publicznego - Państwowym Zakładzie Higieny Adres: ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, pokój nr 204, w opakowaniu, które powinno być zaadresowane następująco:

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny
ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa, pokój nr 204

Konkurs znak: A-ATZ-221-37/15

Praca konkursowa na:

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

oraz oznakowane NUMEREM nadanym wszystkim elementom pracy konkursowej.

2. W jednej kopercie/opakowaniu może znajdować się tylko jedna praca konkursowa oraz zapieczętowana koperta, zawierająca kartę identyfikacyjną oraz wersję elektroniczną pracy konkursowej. W przypadku złożenia kilku prac konkursowych, prace powinny być opakowane oddzielnie.
3. Prace konkursowe przysłane pocztą, kurierem lub składane w inny sposób, muszą dotrzeć do Organizatora w terminie wskazanym w punkcie 1.

4. Jeżeli praca konkursowa jest składana w inny sposób niż osobiście, należy dołączyć do niej pokwitowanie złożenia (**załącznik nr 9** do Regulaminu konkursu) w otwartej kopercie, zaadresowanej na adres **niebędący** adresem uczestnika konkursu. Na ten adres zostanie odesłane pokwitowanie złożenia pracy konkursowej.
5. O tym że praca konkursowa została złożona w terminie, będzie decydować data i godzina jej wpływu do siedziby Organizatora.
6. Praca konkursowa złożona przez uczestnika może być wycofana wyłącznie przed upływem terminu do składania prac konkursowych.
7. Przed upływem terminu do składania pracy konkursowej, uczestnik konkursu może zmienić lub uzupełnić pracę konkursową. Wprowadzenie zmian lub uzupełnień pracy konkursowej, musi nastąpić z zachowaniem wymogów określonych dla pracy konkursowej, z zastrzeżeniem, że opakowania (koperty) będą zawierały dodatkowe oznaczenie „zmiana”/”uzupełnienie” pracy- **Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV.**
8. Prace konkursowe, dostarczone po terminie, nie będą rozpatrywane i zostaną zwrócone po rozstrzygnięciu konkursu dokonany przez Sąd Konkursowy.
9. Praca konkursowa wraz z opisem, zamkniętą kopertą z kartą identyfikacyjną i cd oraz opakowanie pracy konkursowej **nie może** być opatrzona nazwą uczestnika konkursu składającego pracę, ani innymi informacjami umożliwiającymi zidentyfikowanie autora pracy przed rozstrzygnięciem konkursu przez Sąd Konkursowy. W przypadku przesłania pracy za pośrednictwem Poczty Polskiej lub firmy kurierskiej, adres i nazwa podane na kopercie nie mogą być adresem i nazwą Uczestnika konkursu.
10. Pracę konkursową należy oznaczyć wyłącznie sześciocyfrową liczbą rozpoznawczą, którą należy umieścić na wszystkich elementach pracy konkursowej oraz na kopercie/opakowaniu.
11. Zaleca się umieszczenie liczby rozpoznawczej w prawym górnym rogu. Wysokość cyfr ok. - 1 cm.
12. Prace konkursowe należy składać w opakowaniach uniemożliwiających ich bezśladowe otwarcie i zapoznanie się z zawartością opakowania.
13. Prace konkursowe zostaną zakodowane przez Sekretarza Sądu Konkursowego, poprzez nadanie kolejnych numerów zgodnie z chronologią ich składania. Przewodniczący Sądu Konkursowego podpisuje protokół przyjmując prace do oceny.
14. **Uczestnicy konkursu ponoszą wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem pracy konkursowej. Organizator konkursu nie przewiduje zwrotu tych kosztów.**
15. Prace przesłane pocztą, kurierem lub dostarczone w inny sposób, które dotrą do Organizatora po terminie składania prac, co zostanie potwierdzone w sporządzonym protokole, nie będą uznane za złożone i mogą być odebrane przez Uczestnika wyłącznie na swój koszt.

16. Postępowanie konkursowe jest anonimowe i przeprowadzane jest w sposób uniemożliwiający zidentyfikowanie autorów prac konkursowych do czasu rozstrzygnięcia konkursu przez Sąd Konkursowy. Żaden z elementów pracy konkursowej nie może być podpisany w sposób umożliwiający identyfikację jego autora.
17. W przypadku ujawnienia w treści pracy konkursowej danych dotyczących nazwy lub adresu autora(-ów) wykonanej koncepcji konkursowej, praca taka zostanie odrzucona i niedopuszczona do oceny, ponieważ zabronione jest poznanie danych o osobie twórcy pracy przed dokonaniem ostatecznej oceny prac przez Sąd Konkursowy i wyboru najlepszej spośród nich.

XIII. KRYTERIA OCENY PRAC KONKURSOWYCH

1. Oceny prac dokonuje Sąd Konkursowy na posiedzeniach zamkniętych.
2. Sąd Konkursowy rozstrzyga konkurs, dokonując wyboru najlepszej pracy konkursowej.
3. W szczególności Sąd Konkursowy:
 - 1) wskazuje pracę, która powinna być nagrodzona lub wskazuje na odstępianie od przyznania określonej nagrody, gdy prace konkursowe nie spełniają wymagań określonych w Regulaminie konkursu,
 - 2) sporządza informacje o pracach konkursowych,
 - 3) przygotowuje uzasadnienie rozstrzygnięcia konkursu,
 - 4) przygotowuje protokół z rozstrzygnięcia konkursu,
 - 5) przedstawia wyniki konkursu do zatwierdzenia Organizatorowi.
4. Prace konkursowe oceniane będą według następujących kryteriów:

LP.	KRYTERIUM	Waga
1.	Oferowana cena (brutto)	20%
2.	Rozwiązania strategiczne, kreatywność : 1. Rozwiązania strategiczne, atrakcyjność opracowania konceptu kreatywnego kampanii 2. Efektywność i pomysłowość strategii mediowej kampanii społecznej	80%
Razem:		100%

Sposób obliczania wartości punktowej kryterium:

- 1) wartość punktowa kryterium „cena” jest wyliczana wg wzoru:

$$PC = (C_N/C_{00}) \times 100 \times R$$

gdzie:

- PC** - liczba punktów przyznanych Wykonawcy za kryterium „cena”,
C_N - najniższa zaoferowana cena brutto,
C₀₀ - cena brutto zaoferowana w ofercie ocenianej,
R - ranga kryterium (20%)

2) wartość punktowa kryterium „Rozwiązania strategiczne, kreatywność” jest wyliczana w następujący sposób:

a) Rozwiązania strategiczne, atrakcyjność opracowania konceptu kreatywnego kampanii społecznej - 40 punktów w tym:

- zgodność z założeniami briefu (zgodność z wizerunkiem Zamawiającego) - 0-20 pkt.
- estetyczność i atrakcyjność koncepcji kreacji - 0-10 pkt.
- oryginalność, rozwiązania strategiczne i pomysłowość koncepcji kreacji - 0-10 pkt.

b) Efektywność i pomysłowość strategii mediowej kampanii społecznej - 40 punktów w tym:

- zgodność z założeniami briefu- 0-10pkt.
- efektywność sposobu dotarcia do odbiorców kampanii - 0-20 pkt.
- adekwatny i pomysłowy dobór dodatkowych działań patronackich w mediach tradycyjnych oraz dobór odpowiednich działań prowadzących do pozyskania nieodpłatnego czasu antenowego w mediach-0-10 pkt.

- Ocena będzie polegała na przyznaniu przez Sąd Konkursowy, każdej pracy zakwalifikowanej do oceny, odpowiedniej ilości punktów w ramach każdego z wymienionych powyżej kryteriów.
- Każda z prac konkursowych zostanie oceniona przez Sąd Konkursowy - każdego z członków Sądu Konkursowego indywidualnie- na podstawie powyższych kryteriów.
- Za najlepszą uznana zostanie praca konkursowa, która uzyska łącznie najwyższą liczbę punktów przyznanych przez Sąd Konkursowy, w ramach każdego z powyżej wymienionych kryteriów.

XIV. SKŁAD SĄDU KONKURSOWEGO

- Sąd Konkursowy jest zespołem pomocniczym Kierownika Zamawiającego (Organizatora) powołanym m.in. do oceny spełniania przez Uczestników konkursu wymagań określonych w Regulaminie konkursu, oceny prac konkursowych oraz wyboru najlepszych prac konkursowych.

2. Sąd Konkursowy liczy 13 osób. W skład Sądu wchodzi:
 - 1) Rafał Gierczyński- Przewodniczący
 - 2) Anna Małek- Członek - pełniący obowiązki przewodniczącego w razie jego nieobecności
 - 3) Agnieszka Stankiewicz - Członek
 - 4) Monika Wróbel- Harmas- Członek
 - 5) Natalia Parda - Członek
 - 6) Anita Gębska - Kuczerowska - Członek
 - 7) Agnieszka Kołakowska - Członek
 - 8) Ewa Duda - Maciejewska - Członek
 - 9) Grażyna Skarżyńska - Członek
 - 10) Urszula Jaworska - Członek
 - 11) Hanna Kraszczyńska - Członek
 - 12) Wiesław Doboszyński - Zastępca sekretarza
 - 13) Joanna Rosiak - Sekretarz
3. W przypadku odwołania Członka lub Członków Sądu Konkursowego z przyczyn, o których mowa w art. 17 ustawy lub innych przyczyn uniemożliwiających wykonywanie funkcji Członka Sądu, Organizator może powołać, w miejsce odwołanych sędziów, nowe osoby zgodnie z obowiązującymi przepisami ustawy.
4. Organizator może również powołać do udziału w obradach Sądu Konkursowego dodatkowe osoby, pełniące funkcje biegłych z głosem doradczym, które nie będą uczestniczyć w ostatecznej ocenie prac konkursowych. O potrzebie powołania ekspertów zdecyduje Sąd Konkursowy.

XV. NAGRODA I OGŁOSZENIE WYNIKÓW KONKURSU

1. Organizator przyzna nagrodę Uczestnikowi konkursu, który uzyska najwyższą ocenę pracy konkursowej, odpowiadającej warunkom określonym w Regulaminie konkursu.
2. Organizator konkursu przewiduje przyznanie następującej nagrody: **zaproszenie do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki na szczegółowe opracowanie pracy konkursowej tj. realizacji kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV, zgodnie z wymaganiami określonymi w rozdz. V Regulaminu.**
3. Uczestnik konkursu, którego praca uzyska największą ilość punktów, otrzyma nagrodę w postaci zaproszenia do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie zamówienia z wolnej ręki, którego przedmiotem będzie szczegółowe opracowanie pracy konkursowej. Zaproszenie zostanie przekazane nie wcześniej niż 15 dni od dnia ustalenia wyników konkursu.
4. Przyznanie nagrody jest uzależnione od oceny pracy dokonanej przez Sąd Konkursowy, w oparciu o kryteria oceny prac wskazane w niniejszym Regulaminie. Nagroda zostanie przyznana Uczestnikowi konkursu, który w ocenie Sądu Konkursowego uzyskał największą ilość punktów.

5. Organizator Konkursu staje się właścicielem nagrodzonej pracy konkursowej. Prace konkursowe, którym nie przyznano nagrody, będą do odebrania, za zwrotem pokwitowania złożenia pracy, nie wcześniej niż 30 dni po ogłoszeniu wyników konkursu.
6. Organizator zaprosi autora najlepszej pracy konkursowej do negocjacji w trybie zamówienia z wolnej ręki, w celu udzielenia temu Uczestnikowi konkursu zamówienia publicznego na szczegółowe opracowanie pracy konkursowej tj. na realizację Pozycji 1 oraz Pozycji 2.
7. Organizator konkursu nie przewiduje zwrotu kosztów związanych z przygotowaniem i złożeniem pracy konkursowej.
8. Ogłoszenie wyników konkursu zostanie opublikowane na stronie internetowej Organizatora www.pzh.gov.pl. Wraz z ogłoszeniem wyniku ujawnieni zostaną autorzy wszystkich złożonych prac konkursowych. Niezwłocznie po oficjalnym ogłoszeniu wyników konkursu Organizator przekazuje ogłoszenie o jego wynikach do Biuletynu Urzędu Zamówień Publicznych oraz powiadomi pisemnie wszystkich Uczestników konkursu, którzy złożyli prace konkursowe.
9. Organizator na wniosek Uczestników konkursu, którym nie przyznano nagród, zwraca złożone przez nich prace konkursowe nie wcześniej niż 30 dni po ogłoszeniu wyników konkursu.
10. Sąd Konkursowy zastrzega sobie prawo do nieprzyznania nagrody, jeśli w ocenie Sądu Konkursowego, złożone prace nie spełnią kryterium oceny prac w stopniu pozwalającym na jej przyznanie.

XVI. POSTANOWIENIA DOTYCZĄCE PRZEJĘCIA AUTORSKICH PRAW MAJĄTKOWYCH DO WYBRANEJ PRACY WRAZ Z OKREŚLENIEM PÓL EKSPLOATACJI ORAZ ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

1. Uczestnik konkursu, który otrzymał nagrodę w postaci zaproszenia do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia na szczegółowe opracowanie pracy konkursowej, przeniesie na Organizatora, w ramach wynagrodzenia określonego umową, prawa autorskie majątkowe do nagrodzonej pracy (utworu) na następujących polach eksploatacji:
 - 1) utrwalanie, zwielokrotnianie, kopiowanie, wprowadzanie do pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych, sporządzanie egzemplarzy, które mogłyby służyć publikacji elementów kampanii powstałych w wyniku realizacji Umowy;
 - 2) wszelkie publiczne odtwarzanie, wyświetlanie, wykonywanie,

- 3) nadawanie i reemitowanie, w tym stacjach naziemnych i za pośrednictwem satelity, w tym Internet,
 - 4) wykorzystanie w materiałach wydawniczych oraz we wszelkiego rodzaju mediach audio-wizualnych i komputerowych;
 - 5) prawo do korzystania z elementów kampanii powstałych w wyniku realizacji Umowy w całości lub z części oraz ich łączenia z innymi dziełami;
 - 6) digitalizacja;
 - 7) użyczenie,
 - 8) zwielokrotnienie poprzez druk lub nagranie na nośniku magnetycznym lub cyfrowym w postaci elektronicznej;
 - 9) rozpowszechnianie, w tym wprowadzenie do obrotu;
 - 10) nieodpłatne wypożyczenie lub udostępnianie zwielokrotnionych egzemplarzy;
 - 11) wprowadzenie w całości lub w części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika łącznie z utrwalaniem w pamięci RAM.
 - 12) Wypożyczeniem, najem lub wymiana nośników, na których utwory utrwalono,
2. W ramach Wynagrodzenia Wykonawca przenosi na Zamawiającego prawo zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do Rezultatów Umowy. Wykonawca udziela Zamawiającemu nieodwołalnej zgody na dokonywanie przez Zamawiającego dowolnych zmian w Rezultatach Umowy, do których Zamawiający nabył majątkowe prawa autorskie na podstawie Umowy.
3. Z chwilą podpisania Protokołu Odbioru, Zamawiający nabywa własność wszystkich egzemplarzy, na których Rezultaty Umowy zostały utrwalone.
4. Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując Przedmioty Umowy, nie naruszy praw majątkowych osób trzecich i przekaze Zamawiającemu Rezultaty Umowy w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich.
5. Wykonawca jest odpowiedzialny względem Zamawiającego za wszelkie wady prawne Rezultatów Umowy, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej.
6. W przypadku wyboru pracy konkursowej, zwycięzca konkursu nieodpłatnie przeniesie na Organizatora własność egzemplarzy pracy konkursowej (forma pisemna oraz elektroniczna).
7. Uczestnik konkursu, który otrzymał nagrodę w postaci zaproszenia do udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na wykonanie filmowego materiału edukacyjnego, zobowiązany jest do przystąpienia do negocjacji w trybie z wolnej ręki w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego oraz do podpisania umowy na warunkach określonych w „Istotnych postanowieniach umowy” (rozdz. XVII Regulaminu) oraz uzgodnionych w trakcie negocjacji.
8. Organizator zastrzega sobie w trakcie negocjacji prawo zobowiązania Uczestnika konkursu, który otrzymał nagrodę w postaci zaproszenia do udziału w postępowaniu

- o udzielenie zamówienia na realizację kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV, aby przy sporządzaniu ww. utworów uwzględnić zalecenia do pracy konkursowej, jeśli zostaną wskazane przez Sąd Konkursowy.
9. Zamawiający może nie zawrzeć umowy z autorem pracy nagrodzonej w razie wystąpienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że nie będzie leżała w interesie publicznym, jeżeli nie można było tego przewidzieć przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia. Zamawiający może nie zawrzeć umowy również, jeśli w wyniku negocjacji prowadzonych w trybie zamówienia z wolnej ręki wystąpi przerwa skutkująca koniecznością unieważnienia postępowania zgodnie z art. 93 ust. 1 ustawy Pzp.
 10. Nie zawarcie przez Zamawiającego umowy z autorem pracy konkursowej, nie stanowi dla autora nagrodzonej pracy konkursowej podstawy do wysuwania jakichkolwiek roszczeń, w tym z zakresu prawa autorskiego.

XVII. ISTOTNE POSTANOWIENIA UMOWY

1. Udzielenie zamówienia publicznego w trybie zamówienia z wolnej ręki, na szczegółowe opracowanie pracy konkursowej tj. realizacji kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV, może nastąpić zgodnie z przepisami ustawy Pzp, po przeprowadzeniu negocjacji pomiędzy Zamawiającym a Uczestnikiem konkursu, wyłonionym w wyniku rozstrzygnięcia konkursu.
2. Udział w konkursie zobowiązuje autora pracy konkursowej do przystąpienia do negocjacji warunków i wykonania zamówienia, na odpowiednie zaproszenie Zamawiającego, w ustalonym terminie.
3. Zaproszony Uczestnik, prowadząc negocjacje, zobowiązany będzie do uwzględnienia zaleceń Zamawiającego dotyczących pracy konkursowej.
4. Uczestnik konkursu, który w wyniku przeprowadzonych negocjacji otrzyma zamówienie - będzie zwany dalej Wykonawcą.
5. Zamawiający zobowiąże się do wypłacenia za wykonany przedmiot umowy kwoty uzgodnionej z Wykonawcą w trakcie negocjacji lecz nieprzekraczającej kwot określonych w rozdz. IV Regulaminu.
6. Przedmiotem Umowy jest realizacja przez Wykonawcę kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV.
7. Wykonawca przeniesie na Zamawiającego prawa autorskie majątkowe do nagrodzonej pracy (utworu) na polach eksploatacji i warunkach określonych w rozdz. XVI Regulaminu, które zostaną wprowadzone do umowy.
8. Wykonawca oświadcza, iż obowiązki, których się podjął do wykonania na podstawie umowy są mu znane, że nie zgłasza do nich zastrzeżeń i na tej podstawie potwierdza swoją zdolność i gotowość do ich wykonania zgodnie z postanowieniami niniejszej umowy.
9. Wykonawca przygotuje i przedstawi do 7 dni od daty zawarcia umowy harmonogram kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV.

10. Czas trwania działań kampanii: 2 miesiące.
11. Wykonawca pokryje wszystkie koszty związane z przygotowaniem i realizacją kampanii społecznej.
12. Zamawiający ma prawo do zgłaszania uwag do planu poszczególnych działań promocyjnych, a Wykonawca zobowiązany jest je nanieść w terminie do 3 dni roboczych od chwili zgłoszenia.
13. Opracowanie materiały kampanii społecznej projektu Zapobieganie zakażeniom HCV winny spełniać wymagania odnośnie niezbędnych informacji, jakie powinny zawierać materiały promocyjne określone w Wytycznych ws. Informacji i Promocji Polsko-Szwajcarskiego Programu Współpracy oraz w załączniku nr 1 do wytycznych, aktualnych na dzień realizacji kampanii.
14. Na Wykonawcy spoczywa obowiązek uzyskania zgody na wykorzystanie wizerunku i głosu osób występujących w materiałach wyprodukowanych w ramach kampanii. Wizerunek wykorzystywany będzie do roku 2021r.
15. Wykonawca zobowiązuje się do starannego i profesjonalnego działania, do przestrzegania obowiązującego prawa oraz do dbałości o interesy i wizerunek Zamawiającego.
16. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania oraz produkcji materiałów reklamowych kampanii społecznej zgodnie z opracowanym konceptem kreatywnym kampanii oraz strategią mediową kampanii.
17. Zamawiający zapłaci Wykonawcy za wykonanie Umowy wynagrodzenie ryczałtowe w kwocie zł (słownie: zł) brutto, przelewem na konto bankowe Wykonawcy podane na prawidłowo wystawionej fakturze w terminie 30 dni od daty doręczenia Zamawiającemu prawidłowo wystawionej faktury.
18. Za datę zapłaty uznaje się datę obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.
19. Wykonawcy nie przysługuje prawo przeniesienia praw i obowiązków wynikających z niniejszej Umowy na podmiot trzeci bez uprzedniej pisemnej zgody Zamawiającego, którego prawa i obowiązki dotyczą. Zgoda w każdym przypadku winna być udzielona na piśmie pod rygorem nieważności.
20. Powyższe wynagrodzenie obejmuje wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu Umowy, przeniesienie na Zamawiającego autorskich praw majątkowych i praw zależnych, i wszelkie koszty wynikające z realizacji Umowy na warunkach określonych w Umowie. Zamawiający nie pokrywa żadnych dodatkowych kosztów niewymienionych w Umowie i nie jest zobowiązany do zwrotu dodatkowych kosztów poniesionych przez Wykonawcę w związku z realizacją Umowy.
21. Podstawą wystawienia faktury będzie Protokół Odbioru Prac podpisany przez obie Strony bez zastrzeżeń.
22. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że wszystkie wykonane przez niego materiały, projekty, wzory, w tym materiały reklamowe będą nowatorskie lub oryginalne, będą mu przysługiwać do nich wyłączne i nieograniczone autorskie prawa majątkowe, nie będą obciążone jakimikolwiek prawami osób trzecich oraz, że Wykonawca będzie

- uprawniony do rozporządzania prawami do tych materiałów, projektów bez żadnych ograniczeń.
23. Wykonawca oświadcza, że przy wykonywaniu przedmiotu Umowy będzie wykorzystywał jedynie materiały, dane i informacje, które są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, a w szczególności nie naruszają dóbr osobistych osób trzecich, majątkowych lub osobistych praw autorskich, innych praw własności intelektualnej lub danych osobowych osób trzecich. Gdyby doszło do takiego naruszenia, wyłączną odpowiedzialność względem osób, których prawa zostały naruszone, ponosi Wykonawca.
 24. Wykonawca zobowiązuje się do zaspokojenia na swój koszt roszczeń osób trzecich z tytułu naruszenia ich praw wskutek nieprawdziwości oświadczeń, o których mowa w pkt. 22 i 23, a w razie zaspokojenia tych roszczeń przez Zamawiającego lub zasądzenia od Zamawiającego roszczeń - do zwrotu na wezwanie Zamawiającego całości pokrytych roszczeń oraz związanych z tym wydatków, w tym kosztów postępowań. Wykonawca zobowiązuje się nadto do przystąpienia na swój koszt do każdego postępowania toczącego się z udziałem Zamawiającego będącego konsekwencją realizacji niniejszej umowy.
 25. Wykonawca zobowiązuje się do pozyskiwania wszelkich niezbędnych dokumentów w tym: pozwoleń, zgód, umów wynikających z przyjętej koncepcji kreatywnej kampanii potrzebnych do jej realizacji. Zamawiający nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie warunków formalnych przez Wykonawcę.
 26. Wykonawca będzie przedstawiał raporty z realizacji poszczególnych etapów kampanii.
 27. Wykonawca, wykonując prace określone w umowie, zobowiąże się do starannego i profesjonalnego przestrzegania zapisów wyznaczających kierunki działań promocyjnych, ich przebiegu oraz czasu ich implementacji przyjętego w Harmonogramie.
 28. Po odbiorze każdego z elementów kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu w formie pisemnej autorskie prawa majątkowe do przedmiotu zamówienia na polach eksploatacji określonych w rozdz. XVI niniejszego Regulaminu.
 29. Wykonawca po zakończeniu kampanii społecznej przedstawi finalny raport dotyczący jej wykonania oraz raport efektywności kampanii społecznej Zapobieganie zakażeniom HCV.
 30. Kary umowne:
 - 1) W przypadku nieterminowej realizacji przedmiotu umowy, Zamawiający ma prawo do naliczania kar umownych w wysokości 1% wartości umowy brutto za każdy dzień opóźnienia w terminie realizacji zamówienia (harmonogramie).
 - 2) W przypadku nienależytego wykonywania umowy, niezgodnie z postanowieniami umowy oraz koncepcją kreatywną kampanii oraz strategią mediową kampanii w wysokości 1% wartości umowy brutto za każde nienależyte wykonanie umowy.
 - 3) W przypadku odstąpienia od umowy z winy Wykonawcy, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 20% wartości umowy brutto.

- 4) Zamawiający zastrzega sobie prawo zmniejszenia płatonej należności za realizację przedmiotu umowy, potrącając kwotę kar umownych wyliczoną zgodnie z zapisem w ust. 1 bezpośrednio z faktury VAT, wystawionej przez Wykonawcę, na co Wykonawca wyraża zgodę. Powstała należność, wynikająca z naliczonej kary umownej będzie potrącana z faktury VAT po uprzednim pisemnym poinformowaniu Wykonawcy o nałożonej karze i jej wysokości.
- 5) Zamawiający zastrzega możliwość dochodzenie odszkodowania przenoszącego wysokość kary umownej, w przypadku kiedy wysokość szkody przewyższy wysokość kary umownej.

31. Odstąpienie od umowy:

- 1) Zamawiającemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w terminie 30 dni od powzięcia wiadomości o zdarzeniu stanowiącym podstawę odstąpienia, w szczególności w sytuacji gdy:
 - a) zostanie zgłoszona likwidacja Wykonawcy,
 - b) zostanie wydany nakaz zajęcia majątku Wykonawcy,
 - c) Wykonawca bez uzasadnionych przyczyn nie rozpoczął wykonywania umowy,
 - d) Wykonawca nie wykonuje (nienależyście wykonuje) przedmiot umowy i pomimo wezwania przez Zamawiającego - nie rozpoczął w terminie 7 dni od wezwania jej wykonywania w sposób prawidłowy,
 - e) Wykonawca opóźnia się w wykonaniu prac objętych umową tak dalece, że nie jest prawdopodobne, żeby zdołał je ukończyć w czasie umówionym - bez wyznaczania przez Zamawiającego dodatkowego terminu,
 - f) Wykonawca rażąco naruszy inne obowiązki wynikające z umowy lub przepisów prawa.
- 2) W przypadku zaistnienia okoliczności opisanych w pkt. 31, obowiązują kary umowne przewidziane w pkt. 30 ppkt. 3).
- 3) Odstąpienie od umowy następuje w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
- 4) W przypadku odstąpienia od umowy Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części umowy.

XVIII. ZMIANY REGULAMINU KONKURSU

1. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Organizator może w każdym czasie, przed upływem terminu składania prac konkursowych, zmodyfikować treść niektórych ustaleń niniejszego Regulaminu.
2. Zmianom nie mogą podlegać jednak ustalenia dotyczące warunków udziału w konkursie oraz sposobu oceny spełniania tych warunków przez uczestników, a także kryteria i sposób oceny prac konkursowych. Dokonane przez Organizatora modyfikacje innych elementów Regulaminu są wiążące dla wszystkich uczestników konkursu.
3. Treść każdej dokonanej modyfikacji zostanie przekazana wszystkim Uczestnikom konkursu, którzy z zachowaniem formy pisemnej zwrócili się z wnioskiem o wydanie Regulaminu, a w przypadku dokonania modyfikacji po zakwalifikowaniu Uczestników do udziału w konkursie, wszystkim Uczestnikom, którzy zostaną do niego zakwalifikowani.

4. Organizator będzie przekazywał informacje o zmianach treści Regulaminu pisemnie lub faksem i drogą elektroniczną z niezwłocznym potwierdzeniem pisemnym, informacje te zostaną ponadto zamieszczone na stronie Organizatora Konkursu www.pzh.gov.pl.

XIX. POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH UCZESTNIKOM POSTĘPOWANIA

Uczestnikom konkursu, których interes prawny w uzyskaniu zamówienia doznał lub może doznać uszczerbku w wyniku naruszenia przez Organizatora przepisów ustawy, przysługują środki ochrony prawnej przewidziane w art. 179 ustawy Prawo zamówień publicznych.

XX. ZAŁĄCZNIKI DO REGULAMINU

Załącznik nr 1 - Wniosek o dopuszczenie do udziału w konkursie.

Załącznik nr 2 - Brief kampanii społecznej Zapobieganie zakażeniom HCV

Załącznik nr 3 - Informacje o projekcie Zapobieganie zakażeniom HCV

Załącznik nr 4 - Wykaz wykonanych usług.

Załącznik nr 5 - oświadczenie/ lista podmiotów należących do grupy kapitałowej

Załącznik nr 6 - Oświadczenie spełnieniu warunków udziału w konkursie,

Załącznik nr 7 - Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z konkursu oraz z postępowania o udzielenie zamówienia.

Załącznik nr 8 - Karta identyfikacyjna pracy konkursowej

Załącznik nr 9 - Pokwitowanie złożenia pracy konkursowej.

Regulamin konkursu oraz załączniki dostępne są w siedzibie Organizatora Konkursu oraz na stronie internetowej www.pzh.gov.pl.

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15

Załącznik Nr 1 do Regulaminu konkursu-wniosek o
dopuszczenie do udziału w konkursie

....., dnia.....

(pieczęć firmowa Uczestnika)

NAZWA UCZESTNIKA/ UCZESTNIKÓW w przypadku wspólnej pracy konkursowej:

.....

ADRES:

.....

REGON: NIP:

TEL: FAX: Email:

telefon fax.....

WNIOSEK O DOPUSZCZENIE DO UDZIAŁU W KONKURSIE

W odpowiedzi na publiczne ogłoszenie wnoszę o dopuszczenie mnie do udziału w konkursie na:

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

Do wniosku załączam oświadczenia i dokumenty potwierdzające spełnianie warunków udziału w konkursie.

1. Spełniam warunki konkursowe, w tym warunki określone w art. 22 ust. 1 ustawy Prawo Zamówień Publicznych:
 - a) posiadam niezbędną wiedzę i doświadczenie oraz dysponuję potencjałem technicznym i osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
 - b) znajduję się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia, nie podlegam/y wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia;

2. Oświadczam, że przysługują mi prawa majątkowe w zakresie określonym w warunkach Konkursu.
3. Oświadczam, iż złożona przeze mnie praca stanowi moją wyłączną własność i nie narusza praw osób trzecich ani bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
4. Jednocześnie oświadczam, że:
 - a) przysługuje mi całość autorskich praw majątkowych do pracy konkursowej, a prawo to nie jest obciążone prawami osób trzecich,
 - b) w przypadku wystąpienia osoby trzeciej przeciwko Zamawiającemu z roszczeniami z tytułu naruszenia jej praw autorskich do pracy konkursowej lub jej części, uczestnik konkursu zostanie zobowiązany do przejęcia odpowiedzialności wobec tej osoby trzeciej.
5. Oświadczam, że zapoznałem się z treścią Regulaminu Konkursu wraz ze zmianami i modyfikacjami oraz akceptuję wszystkie jego postanowienia wraz z zapisami dotyczącymi postanowień, które zostaną wprowadzone do przyszłej umowy.
6. Wyrażam zgodę na wykorzystanie przez Zamawiającego pracy konkursowej w celu w jakim Konkurs został zorganizowany.
7. Wyrażam zgodę na utrwalenie, obróbkę, przetwarzanie, przekaz i powielanie mojej pracy konkursowej na wszystkich znanych polach eksploatacji, w tym określonych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych i oświadczam, że nie będę rościć praw do wynagrodzenia z tego tytułu.
8. Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych do celów Konkursu określonych w Regulaminie Konkursu, zgodnie z Ustawą z dn. 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926 z późniejszymi zmianami).

Załączniki do wniosku:

- 1) Wykaz wykonanych usług wg Załącznika nr 4 do Regulaminu oraz dowody czy usługi te zostały wykonane należycie.
- 2) Płyta CD zawierająca prezentacje kreatywne oraz raporty zrealizowanych kampanii - tj. opis kampanii wraz z dowodami jej skuteczności
- 3) Aktualny odpis z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu wykazania braku podstaw do wykluczenia w oparciu o art. 24 ust. 1 pkt 2 oraz ust. 2a ustawy Pzp (wystawiony nie wcześniej niż 6 miesięcy przed upływem terminu składania ofert);
- 4) Oświadczenie -lista podmiotów należących do grupy kapitałowej - załącznik nr 5 do Regulaminu.
- 5) Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w konkursie – załącznik nr 6 do Regulaminu.
- 6) Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z konkursu oraz z postępowania o udzielenie zamówienia – załącznik nr 7 do Regulaminu.
- 7) Trwale zamknięta koperta z liczbą identyfikacyjną przyszłej pracy konkursowej – załącznik nr 8 do Regulaminu.

.....
podpis osoby (osób) uprawnionej
do występowania w imieniu Uczestnika
(podpis i pieczęć imienna lub czytelny podpis)

26

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15 Załącznik nr 2 – Brief kampanii społecznej Zapobieganie zakażeniom HCV

BRIEF - Kampania Społeczna Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

WPROWADZENIE

HCV (ang. Hepatitis C Virus) jest to wirus wywołujący wirusowe zapalenie wątroby typu C. Zakażenie wirusem HCV przebiega w większości przypadków bez charakterystycznych objawów i może ujawnić się po wielu latach trwania w postaci marskości lub raka wątrobowokomórkowego.

Zakażenie HCV stanowi obecnie jeden z ważniejszych problemów epidemiologicznych w zakresie chorób zakaźnych w Polsce, gdyż dotyczy 1% populacji, które miały kontakt z wirusem (więcej załącznik PP).

Badania pokazują, że wiedza na temat dróg zakażenia HCV, objawów choroby wywoływanej przez HCV tj. zapalenia wątroby typu C jest niezwykle niska - 72% społeczeństwa nie kojarzy prawidłowo lub nie słyszało o HCV.

Spośród badanych tylko 28% trafnie powiązało go z chorobami związanymi z wątrobą (Źródło: badanie typu omnibus na zlecenie NIZP-PZH, MilwardBrown 2014 rok)

Wiedza na temat HCV wśród 28% osób, które deklarowały że słyszały o wirusie HCV i prawidłowo wiązały go z chorobami związanymi z wątrobą jest nieco większa:

- Trafnie łączy możliwość zakażenia się wirusem z kontaktem z krwią: 62% wskazało na kontakt z krwią, 42% - pobieranie krwi, 42% - robienie tatuażu.
- Zdecydowana większość badanych (84%) trafnie uznawała też, że narażony na zakażenie HCV jest każdy człowiek.
- Świadomość braku możliwości zaszczepienia się przeciwko HCV jest niska -72% badanych błędnie sądziła, że można się zaszczepić przeciw HCV.
- Wśród objawów HCV najbardziej znane są: ból wątroby oraz żółtaczka, pozostałe objawy (np. uczucie zmęczenia, ból głowy).
- Świadomość faktu, że objawy zakażenia HCV trudno jest rozpoznać, wymaga dalszej edukacji - wiedzieli o tym niecała połowa badanych (46%).
- Poziom wiedzy dotyczący tego, że osobę zakażoną HCV można wyleczyć, również nie jest zadowolający - 38% badanych była świadoma tego faktu.
- Większość osób trafnie wskazywała sposoby zapobiegania zakażeniu HCV (odkażanie narzędzi w salonach kosmetycznych, tatuażu, fryzjerskich; nie pożyczanie swoich przyborów do golenia, manicure, itd.).

W wyniku tej sytuacji większość osób zakażonych HCV nie jest tego świadoma. HCV jest jak „...tłący się ogień w podściółce lasu, bez widocznego ognia” - 80% osób zakażonych nie dostrzega u siebie żadnych szczególnych objawów choroby (Źródło: <http://www.hcv.pzh.gov.pl>). Zwykle o HCV zakażeni dowiadują przypadkowo lub dopiero, gdy już mają poważne objawy uszkodzenia wątroby.

INFORMACJE NA TEMAT HCV i WIRUSOWEGO ZAPALENIA WĄTROBY TYPU C - załącznik nr 1 (opis HCV)

DOTYCZASOWE / PLANOWANE DZIAŁANIA

Na rok 2015 przewidziane są działania informacyjno-edukacyjne w ramach Projektu „Zapobieganie zakażeniom HCV” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej oraz Ministra Zdrowia. Działania te kierowane są do różnych środowisk kluczowych z punktu widzenia walki z zakażeniami HCV tj. do :

Ogółu społeczeństwa, a w szczególności:

- Pracowników wybranych zawodów zwiększonego ryzyka przeniesienia zakażeń krwiopochodnych w tym:
 - pracowników sektora ochrony zdrowia,
 - pracowników sektora usług pozamedycznych - wykonujących zabiegi z naruszeniem ciągłości skóry i błon śluzowych, które stanowią ryzyko przeniesienia zakażeń krwiopochodnych (np. studia tatuażu, salony kosmetyczne).
- Kobiet w ciąży (w przypadku zakażenia matki zminimalizować ryzyko przeniesienia zakażenia na dziecko podczas porodu)
- Grup wysokiego ryzyka (osoby przyjmujący dożylnie narkotyki)

PROBLEM, KTÓRY CHCEMY ROZWIĄZAĆ ZA POMOCĄ KAMPANII, KTÓREJ DOTYCZY BRIEF

Brak wiedzy na temat:

- zakażeń HCV, w tym wywoływanych objawów, które są bardzo niespecyficzne na początku i mogą być niezauważane przez pacjenta (np. zmęczenie, stany podgorączkowe), konsekwencji dla stanu zdrowia
- działań prewencyjnych chroniących przed zakażeniem i zapobiegających przed przeniesieniem zakażenia na inną osobę
- wczesna diagnostyka oraz możliwości leczenia

DO KOGO KIERUJEMY KAMPANIĘ / GRUPA DOCELOWA

Kampania adresowana jest do ogółu społeczeństwa - Problem zakażeń HCV jest problemem wszystkich grup społecznych. Kampania kierowana jest w szczególności do:

1. Osób planujących zabiegi medyczne, badania powiązane z przerwaniem ciągłości skóry (np. pobieranie krwi, wizytę u dentysty, zabiegi medycyny estetycznej itp.
2. Osób korzystających z zabiegów, które nie kojarzą się z zagrożeniem, a jednak mogą przez brak stosowania odpowiednich procedur dezynfekcyjnych narażać na zakażenia HCV (od nastolatków po osoby dojrzałe) np. odwiedzających gabinety tatuażu (osoby w każdym wieku i z każdej grupy społecznej), gabinetów kosmetycznych (osoby w wieku

dojrzewania oraz dorosłe np. 30+, z zamożniejszej grupy społecznej, ale zarówno w dużych jak i małych miastach), korzystających z usług w salonach fryzjerskich.

Działania skierowane do środowisk kluczowych z punktu widzenia walki z zakażeniami wirusem HCV opisanych powyżej (w punkcie DOTYCZASOWE/PLANOWANE DZIAŁANIA prowadzone są równolegle, innymi kanałami) - w załączniku (zestawienie szkoleń)

CEL KAMPANII

Celem kampanii jest podniesienie poziomu wiedzy w społeczeństwie i wykształcenie odpowiednich postaw i zachowań z zakresu zapobiegania zakażeniom HCV po to, by przerwać łańcuch zakażeń. Kampania powinna zwiększyć widoczność społeczną problemu, skłonić do zastanowienia, zainspirować do przemyśleń lub zmobilizować do podjęcia działań.

Co chcemy osiągnąć: (dotyczy tylko tych działań, na które mamy wpływ)

1. Podniesienie poziomu wiedzy na temat zakażeń HCV, w tym wywoływanych objawów, konsekwencji dla stanu zdrowia, możliwościach wczesnej diagnostyki i leczenia
2. Sprawić żeby odbiorcy kampanii zdali sobie sprawę z zagrożenia: codzienne czynności mogą, ale nie muszą być źródłem zakażenia HCV
3. Wykształcenie postawy czynnej, czyli podejmowanie działań zmniejszających ryzyko zakażenia, w tym przeniesienia zakażenia na inną osobę (aktywne zadawanie pytań o sterylność przedmiotów, stosowanie sprzętu jednorazowego, otwieranie sprzętu jałowego bezpośrednio przed zabiegiem, mycie rąk i używanie rękawic jednorazowych zmienianych do każdego zabiegu)

EFEKT: „przerwanie łańcucha zakażeń” poprzez uświadomienie jak największej liczbie osób jak i gdzie mogą zakazić się wirusem HCV = aktywne dbanie o siebie.



*Jak jest?
Jak ma być?*



Jak jest:

Nie wiem co to jest HCV, Nie potrafię zidentyfikować sytuacji zagrożenia zakażeniem HCV w swoim życiu

Więc nie zwracam uwagi, czy w punkcie usług medycznych i pozamedycznych, z którego korzystam, jest zachowana odpowiednia sterylność.

Jak ma być:

Zdaję sobie sprawę, że w tradycyjnie bezpiecznych sytuacjach czai się zagrożenie.

Więc: myśl, gdzie idziesz, myśl za innych, stosuj zasadę ograniczonego zaufania, zawsze spytaj/sprawdź, czy przestrzegane są zasady (używanie rękawiczek jednorazowych, sterylizacja itd.)



Co ma przekazać kampania?

Masz wpływ na unikanie zakażenia HCV

www.hcvpzh.gov.pl



„Powiedz: sprawdzam!”

Czyli

Zadbaj sam o swoje bezpieczeństwo

www.hcvpzh.gov.pl

JĘZYK I TONALNOŚĆ KAMPANII

- Mówimy jak dorośli ludzie do dorosłych ludzi.
- Nawet rzeczy niewygodne mówimy otwarcie i jasno tak, że trudno zaprzeczyć naszym argumentom.
- Nie zakazujemy /nie nakazujemy/nie oceniamy/nie krytykujemy - jesteśmy po stronie odbiorcy - my jesteśmy odbiorcą.
- Wskazujemy rozwiązania, oparte na wynikach badań naukowych

OGRANICZENIA PRZEKAZU, NA KTÓRE NIZP-PZH ZWRÓCIŁ UWAGĘ

- Kampania nie będzie straszyć śmiercią z powodu zakażenia HCV lub epatować wizerunkami osób cierpiących na HCV.
- Kampania nie będzie wzbudzać agresji i/lub nietolerancji.
- Kampania nie będzie utrzymywać wizerunku człowieka zakażonego HCV - jako człowieka przegranego, straconego dla społeczeństwa.
- Kampania może być zabawna, ale nie błaha!
- Kampania nie będzie dyskredytować, ośmieszać i piętnować.

CZYM DYSPONYJEMY:

- Spoty zrealizowane w ramach projektu z udziałem Przemysława Salety, Leszka Czajki i Anny Jagodzińskiej (w załączeniu)
- 2 wersje filmów „Marta mówi...”
- Plakaty i ulotki (załącznik nr 2)
- Planowane jest stworzenie, we współpracy z partnerami NGO, cyklu filmów edukacyjnych (12 odcinków).
- Partnerzy - koalicjanci programu:
 - Fundacja Urszuli Jaworskiej
 - Fundacja Edukacji Społecznej
 - Fundacja „HIGIEJA”
 - Polskie Towarzystwo Stomatologiczne
 - Naczelna Izba Aptekarska
 - Naczelna Izba Lekarzy i „Gazeta Lekarska”
 - Stowarzyszenie "Dziennikarze dla Zdrowia"
 - Polskie Stowarzyszenie Pielęgniarek Epidemiologicznych
 - Krajowa Izba Diagnostów Laboratoryjnych
 - Eskulap.pl
 - Rynek Zdrowia
 - Gazeta Lekarska
 - Polskie Radio

Do potwierdzenia:

- Naczelna Rada Pielęgniarek i Położnych
- magazyny: „Manager Apteki”, „Na zdrowie”, „Dostępne bez recepty”
- magazyn Służba Zdrowia

BUDŻET KAMPANII (produkcja i media) - 800.000 PLN BRUTTO

SPOSOBY MIERZENIA EFEKTYWNOŚCI KAMPANII

- Ilość odwiedzin strony
- Ilość odtworzeń filmów edukacyjnych na stronie/kanale programu
- Wzrost wiedzy w społeczeństwie o HCV po kampanii - wzrost o 3% (populacja vs badania sprzed kampanii)

Inne przydatne linki:

www.hcvtoniewyrok.com

www.pgehcv.pl

www.gwiazdanadziei.pl

www.hepahelp.pl

www.fes.edu.pl

www.akademiawzwc.pl

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15 Załącznik nr 3 – Informacje o projekcie Zapobieganie zakażeniom HCV, dotychczasowe i planowane działania

1. Spoty zrealizowane w ramach projektu z udziałem Przemysława Salety, Leszka Czajki i Anny Jagodzińskiej;
2. 2 wersje filmów „Marta mówi...” ;
3. Plakaty i ulotki;
4. Księga znaku projektu;
5. Logotypy (PZH, Programu Szwajcarskiego, HCV jestem świadom);
6. Informacje na temat zakażeń wirusem HCV i choroby WZWC;
7. Harmonogram działań prowadzonych w ramach programu + opis.

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15

Załącznik nr 4- Wykaz usług

(pieczęćka firmowa Wykonawcy)

....., **dnia**

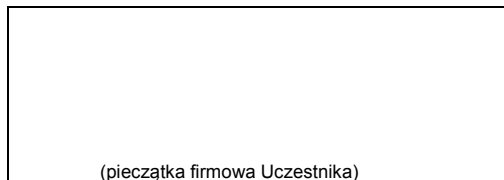
WYKAZ USŁUG – WARUNEK

Lp.	Podmiot dla którego została wykonana/jest wykonywana usługa	Przedmiot usługi i zakres rzeczowy usługi	Data wykonania/wykonywania usługi od-do (dd-mm-rrrr)

.....
 podpis osoby (osób) uprawnionej
 do występowania w imieniu Uczestnika
 (podpis i pieczęćka imienna lub czytelny podpis)

Znak sprawy: A-ATZ-221-37/15 Załącznik nr 5– oświadczenie/lista podmiotów należących do grupy kapitałowej

....., dnia.....



OŚWIADCZENIE
dotyczące art. 26 ust. 2d
ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych
(tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm.)

W związku z przystąpieniem do konkursu na:

**Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii
społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV**

na podstawie art. 26 ust. 2d ustawy Pzp oświadczam, że **nie należę do grupy kapitałowej**, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 5 ustawy Pzp, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.)*

.....
podpis osoby (osób) uprawnionej
do występowania w imieniu wykonawcy
(podpis i pieczęćka imienna lub czytelny podpis)

na podstawie art. 26 ust. 2d ustawy Pzp oświadczam, że **należę do grupy kapitałowej**, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 5 ustawy Pzp, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.)*

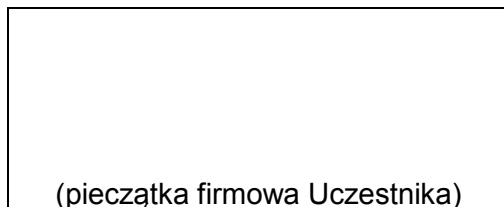
Poniżej składam listę podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej

Lp	Pełna nazwa podmiotu	Siedziba (kraj)
1		
2		

.....
podpis osoby (osób) uprawnionej
do występowania w imieniu uczestnika
(podpis i pieczęćka imienna lub czytelny podpis)

* niepotrzebne skreślić

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15 Załącznik nr 6 - Oświadczenie o spełnieniu warunków udziału w konkursie



....., **dnia**

OŚWIADCZENIE

dotyczące art. 22 ust. 1
ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych
(tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm.)

W związku z przystąpieniem do konkursu na:

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

oświadczam, iż spełniam warunki, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych dotyczące:

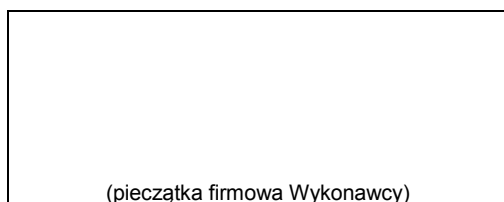
- 1) posiadania uprawnień do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień,
- 2) posiadania wiedzy i doświadczenia,
- 3) dysponowania odpowiednim potencjałem technicznym oraz osobami zdolnymi do wykonania zamówienia,
- 4) sytuacji ekonomicznej i finansowej.

.....
podpis osoby (osób) uprawnionej
do występowania w imieniu Uczestnika
(podpis i pieczęćka imienna lub czytelny podpis)

36

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15 Załącznik nr 7 - Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z konkursu oraz z postępowania o udzielenie zamówienia.

....., dnia.....



OŚWIADCZENIE

**dotyczące art. 24 ust. 1 oraz ust. 2a
ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych
(tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 907 z późn. zm.)**

W związku z przystąpieniem do konkursu na:

***Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii
społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV***

oświadczam, iż nie podlegam wykluczeniu z konkursu na podstawie art. 24 ust. 1 oraz ust. 2a ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych.

.....
podpis osoby (osób) uprawnionej
do występowania w imieniu uczestnika
(podpis i pieczęćki imienna lub czytelny podpis)

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15

Załącznik nr 8 – Karta identyfikacyjna pracy konkursowej

....., dnia.....

(pieczęć firmowa Wykonawcy)

KARTA IDENTYFIKACYJNA

pracy konkursowej w konkursie na:

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

Imię i nazwisko lub nazwa uczestnika konkursu lub jego siedziba lub miejsce zamieszkania albo imiona i nazwiska lub nazwy uczestników występujących wspólnie i ich siedziby lub miejsca zamieszkania:

Imię i nazwisko i miejsce zamieszkania autora lub autorów, którym przysługują autorskie prawa osobiste do pracy konkursowej:.....

Imię i nazwisko lub nazwa oraz miejsce zamieszkania lub siedziba podmiotu lub podmiotów, którym przysługują autorskie prawa majątkowe do pracy konkursowej:.....

Sześciocyfrowa liczba rozpoznawcza, dowolnie wybrana, umieszczona na wszystkich elementach pracy konkursowej:

--	--	--	--	--	--

.....
podpis osoby (osób) uprawnionej do występowania w imieniu uczestnika (podpis i pieczęć imienna lub czytelny podpis)

38

Nr sprawy: A-ATZ-221-37/15 Załącznik nr 9 – Pokwitowanie złożenia pracy konkursowej.

POKWITOWANIE ZŁOŻENIA PRACY KONKURSOWEJ

w konkursie na

Konkurs na opracowanie konceptu kreatywnego oraz strategii mediowej kampanii społecznej Projektu Zapobieganie zakażeniom HCV

została przyjęta w dniu..... 2015 roku,
godz.....

.....
podpis osoby przyjmującej pracę konkursową w imieniu Organizatora konkursu

.....
pieczęć Organizatora konkursu