



OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest organizacja kampanii prozdrowotnej w ramach projektu pt. „Poprawa zdrowia publicznego i ograniczenie społecznych nierówności w zdrowiu na obszarze powiatu pilskiego – profilaktyka chorób nowotworowych” finansowanego ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2009-2014 oraz budżetu państwa.

2. Wszystkie materiały powinny być oznaczone zgodnie z wytycznymi dotyczącymi projektu obowiązującymi w związku z realizacją Programu PL13.

Wykonawca realizując zamówienie zobowiązany jest uwzględnić wytyczne z „Podręcznika komunikacji i identyfikacji wizualnej oraz wymogi dotyczące informacji i promocji” – dostępnego na stronie www.eog.gov.pl.

3. Projekt pt. „Poprawa zdrowia publicznego i ograniczenie społecznych nierówności w zdrowiu na obszarze powiatu pilskiego – profilaktyka chorób nowotworowych” dotyczy problematyki nowotworów płuc i oskrzeli, nowotworów sutka oraz nowotworów jelita grubego (CRC) i obejmuje przeprowadzenie badań w kierunku wymienionych nowotworów. Informacje o projekcie dostępne są na stronie internetowej www.zdrowie.powiat.pila.pl.

Za przygotowanie (pozyskanie) fotografii i rysunków odpowiada Wykonawca. Wykonawca zapewni we własnym zakresie zgodę na posługiwanie się fotografiami, danymi osobowymi, wizerunkiem opisywanych/fotografowanych osób, a także fotografii obiektów, itp.

4. Kampania prozdrowotna ma na celu wdrożenie programu promocji zdrowia skutkującego zmniejszeniem zachorowalności na nowotwory płuc i oskrzeli, sutka oraz jelita grubego poprzez:

- 1) Promocję zdrowych i zmiany dotychczasowych nawyków żywieniowych;
- 2) Promocję aktywności fizycznej;
- 3) Podnoszenie świadomości w zakresie znaczenia badań profilaktycznych.

Kluczowymi problemami zdiagnozowanymi w programie są: problem tytoniowy, niewielkie zainteresowanie i niewielka wiedza w temacie zdrowego żywienia (wg oceny lekarzy), a jednocześnie wskazano wzrastające zapotrzebowanie na usługi poradnictwa diabetologicznego. Kolejnym problemem jest rozproszony charakter zainteresowania badaniami profilaktycznymi. Funkcjonuje bowiem niewielka grupa ludzi skłonnych badać się pod kątem szeregu schorzeń oraz bardzo duża populacja nie uczestnicząca w badaniach. Główną barierą jest odległość, status społeczny i materialny.

W związku z powyższym organizowane w ramach kampanii imprezy mają na celu promocję zachowań prozdrowotnych zmniejszających ryzyko zachorowania na nowotwory.

5. Elementy kampanii:

5.1. Organizacja 8 spotkań prozdrowotnych

W ramach spotkań w centrach handlowych, w specjalnie wyznaczonych i wyposażonych w tym celu stoiskach, mieszkańcy powiatu pilskiego będą mieli okazję skorzystać z bezpłatnych:



POWIAT PILSKI

Projekt finansowany ze środków Norweskiego Mechanizmu
Finansowego 2009-2014 oraz budżetu państwa.



1. Porad lekarskich dotyczących profilaktyki nowotworowej. Dostępne będą między innymi fantomy piersi, dzięki którym będzie można nauczyć się samodzielnie badać piersi oraz rozpoznawać niepokojące objawy.
2. Porad dietetyka na temat zdrowego sposobu odżywiania.
3. Badań przeprowadzanych przez wykwalifikowane pielęgniarki, w tym pomiar ciśnienia, badania poziomu cukru, badanie poziomu tkanki tłuszczowej.

Podczas spotkań rozpowszechniane będą ulotki dot. zdrowego stylu życia oraz profilaktyki nowotworowej.

Ponadto w kąciaku dla dzieci animatorzy będą malować twarze, modelować baloniki oraz przeprowadzać konkursy plastyczne, w których nagrodami będą kolorowanki na temat zdrowego stylu życia.

- 1) Miejsce organizacji spotkań: 4 centra handlowe (galerie handlowe) na terenie miasta Piły: VIVO! w Pile, ul. 14-go Lutego 26; Atrium Kasztanowa w Pile al. Powstańców Wlkp. 99; Galeria IBI w Pile al. Powstańców Wlkp. 162; Pasaż Tesco w Pile, ul. Bydgoska 135.
- 2) Ilość osób korzystających ze spotkań – min. 1 000 osób.
- 3) Termin: luty 2017 r., w każdym centrum handlowym dwa spotkania.
Dni: sobota – niedziela. Godziny: 14-18.
- 4) Wyposażenie stoiska (miejsca spotkań):
 - a) stoliki, fotele i krzesła – w celu właściwej obsługi i umożliwienia realizacji zadań w trakcie spotkań, proponowana ilość stołów – min. 3, fotele i krzesła – min. 10 szt.,
 - b) odpowiednia aranżacja stoiska np. poprzez roll-up'y, wyeksponowane muszą być logo i tytuł projektu, hasło kampanii prozdrowotnej,
 - c) dla uczestników wyposażenie stoiska oraz odpowiednia aranżacja winny zapewniać nieskrępowanie oraz poufałość,
 - d) urządzenia do przeprowadzenia badania poziomu cukru, badania ciśnienia i badania tkanki tłuszczowej,
 - e) Wykonawca wykona: długopis metalowy, z jednostronnym nadrukiem, niebieski wkład, kolor do uzgodnienia z Zamawiającym – 1 000 szt. Długopisy otrzymają uczestnicy spotkań.
 - f) Ciastka – Każda indywidualnie zapakowana porcja min. 50 g. W jednym opakowaniu może znajdować się jedno lub kilka ciastek. Ciastka wielozbożowe z dodatkiem np. suszonych owoców, miodu, orzechów. Zamawiający wymaga zapewnienia min. 2 000 szt. (porcji) ciastek. Ciastka będą rozdawane w trakcie spotkań.
 - g) Wykonawca przygotuje listy obecności w celu udokumentowania udziału osób w spotkaniu.
- 5) Wśród osób biorących udział w każdym spotkaniu wykonawca przeprowadzi konkurs wiedzy w postaci testów na temat zdrowego trybu życia (w tym opracuje regulamin konkursu). Test winien składać się z min. 15 pytań. Wykonawca niezwłocznie po zawarciu umowy przedstawi Zamawiającemu do akceptacji 5 propozycji testów. Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych oceni propozycję



Wykonawcy i wniesie ewentualne uwagi. Wykonawca uwzględni je i niezwłocznie przedstawi Zamawiającemu poprawioną propozycję.

Dla laureatów Zamawiający wymaga zapewnienia następujących nagród:

- a) Ciśnieniomierze - automatyczny naramienny – 3 szt. w trakcie każdego spotkania (w sumie 24 szt.)
 - b) plastry antynikotynowe – każdy plaster zawierający substancję czynną min. 114 mg nikotyny – 3 opakowania (po min. 7 szt. każde) w trakcie każdego spotkania (w sumie 24 szt.)
 - c) glukometry z paskami – min. wymagania: zakres 10 - 600 mg/dL, nakłuwacz, 10 lancetów, etui, bateria, 10 pasków testowych - 3 szt. w trakcie każdego spotkania (w sumie 24 szt.)
- 6) Osoby do obsługi stoiska:
- a) Koordynator – zadania: zapewnienie prawidłowej obsługi stoiska i nadzór nad przebiegiem spotkań oraz upublicznienie informacji (np. przez mikrofon), aby z badań dostępnych na stoisku korzystali mieszkańcy powiatu pilskiego, przeprowadzenie konkursów.
 - b) Lekarz z odpowiednimi kwalifikacjami do przeprowadzenia pokazów samobadania piersi (Zamawiający zapewnia fantomy), udzielania porad o zdrowym trybie życia oraz profilaktyce nowotworowej.
 - c) Dietetyk – osoba z odpowiednimi kwalifikacjami będzie m. in. udzielała porad o zdrowym odżywianiu.
 - d) Dwie pielęgniarki – będą przeprowadzały badania: poziomu cukru, ciśnienia, tkanki tłuszczowej.
 - e) Hostessa roznosząca ulotki, w stroju w kolorze projektu.
- 7) Kącik dla dzieci – animator zabaw dla dzieci (min. 2 osoby) – malowanie twarzy, modelowanie baloników, zajęcia plastyczne. Wyposażenie kącika dla dzieci (m.in. kredki, papier) musi pozwalać na przeprowadzenie konkursu plastycznego. Wśród dzieci Wykonawca przeprowadzi konkurs plastyczny a nagrodami będą kolorowanki prozdrowotne na temat zdrowego stylu życia.

Wykonawca wykona:

- Kolorowanki - 1 000 szt. format A4, min. 8 stronicowe. Okładka 4+1, papier kreda mat. min. 150g. Środek papier 80g, kolor 1+1.
 - Baloniki dla dzieci – 1 000 szt. Balon - 12 cali wraz z patyczkami z koszyczkiem. Oznaczenia zgodnie z wymaganiami projektu.
- 8) Balon reklamowy – wysokość min. 4 m, materiał: tkanina poliestrowa powlekana lub polyester. Zasilanie: 230V. W zestawie min.: system pompowania, młotek, śledzie namiotowe, linki, instrukcja obsługi, firmowa folia do rozkładania, torba PVC. Balon oznaczony zgodnie z wymaganiami projektu. Balon musi być rozłożony w bezpośrednim sąsiedztwie centrum handlowego w którym będzie spotkanie lub event. Po zakończonej kampanii staje się własnością Zamawiającego.



POWIAT PILSKI

Projekt finansowany ze środków Norweskiego Mechanizmu
Finansowego 2009-2014 oraz budżetu państwa.



5.2. Organizacja eventu podsumowującego spotkania prozdrowotne (jednorazowe wydarzenie)

Event zaplanowano wstępnie na dzień 4 marca 2017 r. i ma na celu podsumowanie kampanii prozdrowotnej. Jako miejsce zaplanowano jedną z pilskich galerii handlowych (preferowane miejsce przez Zamawiającego - galeria Vivo).

Godz. 14-19.

Event będzie promował dobre nawyki żywieniowe oraz aktywny styl życia. W trakcie całej imprezy prozdrowotnej rozdawane będą ulotki na temat zdrowego stylu życia oraz profilaktyki nowotworowej.

Wykonawca zapewni:

- 1) odpowiednią aranżację sceny np. poprzez roll-up'y, wyeksponowane muszą być logo i tytuł projektu, hasło kampanii prozdrowotnej;
- 2) Koordynatora nadzorującego i koordynującego organizację i przebieg eventu;
- 3) Konferansjera – przeprowadzi rozmowy na temat zdrowego trybu życia, profilaktyki nowotworowej oraz wpływu aktywności fizycznej na jakość życia, m. in. z autorytetem kulinarnym, trenerami. Konferansjer przedstawi projekt, zachęci uczestników do udziału w pokazach;
- 4) Autorytet kulinarny – osoba rozpoznawalna przynajmniej na terenie powiatu pilskiego, przeprowadzi pokaz gotowania wraz z krótką prelekcją na temat zdrowego odżywiania oraz przygotuje min. dwa zdrowe dania dla przybyłych uczestników eventu. Autorytet przygotuje min. 100 porcji/ 150g każda. Dania zostaną rozdane uczestnikom eventu. Należy użyć naczyń jednorazowych.
- 5) Trenerzy min. 2 osoby - zaprezentują różne zestawy ćwiczeń oraz przeprowadzą wspólny trening z chętnymi uczestnikami eventu;
- 6) występ piosenkarza/rki – 60 minutowy, osoby rozpoznawalnej i kojarzącej się ze zdrowym stylem życia – preferowani wykonawcy Ania Wyszkonil, Kasia Kowalska, Kasia Cerekwicka, Andrzej Piaseczny.
- 7) zaplecze techniczne: scena o wymiarach ok. 6x8 m, z oświetleniem i nagłośnieniem – zgodne z rider'em wykonawcy, scena posiadająca wymagane atesty;
- 8) bezpieczeństwo osób występujących na scenie m. in. odgrodzenie sceny barierkami, usługi ochroniarskie wykonywane przez firmę z odpowiednimi uprawnieniami;
- 9) przestrzeganie przepisów prawa w zakresie bezpieczeństwa przeciwpożarowego;
- 10) zabezpieczenie medyczne zgodnie z obowiązującymi przepisami.

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji propozycję: autorytetu kulinarnego, piosenkarza/rki, trenerów.

Wykonawca poniesie wszystkie koszty związane z organizacją eventu (m. in. ZAiKS, wynagrodzenia, ochrona).

Do obowiązków Wykonawcy należy ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej oraz następstw nieszczęśliwych wypadków zakresie organizacji eventu w wysokości min. 100 000 zł.



5.3. Promocja kampanii prozdrowotnej w mediach.

Informacje na temat kampanii prozdrowotnej rozpowszechnione zostaną w lokalnej prasie, stacjach radiowych, portalach internetowych i zawarte na ulotkach, mając na celu dotarcie do jak największej grupy odbiorców.

Promocja w mediach ma na celu zwiększenie skali oddziaływania projektu z akcentem na promocję spotkań i eventu. Media te obejmują cały obszar powiatu piłskiego i docierają do jak największej liczby mieszkańców.

Wykonawca podejmie następujące działania:

- 1) produkcja spotu radiowego – Wykonawca przygotowuje scenariusz oraz wyprodukuję 30-sekundowy spot radiowy. Spot powinien spełniać standardy określone przez rozgłoszenie radiowe, co pozwoli na jego emisję. Wykonawca przekaże Zamawiającemu nagrany spot na płycie CD lub DVD. Treść spotu musi zapowiadać aktualne wydarzenie spotkanie/event w tygodniu, w którym będzie spot emitowany,
- 2) emisja spotu radiowego - 90 emisji w trzech rozgłoszeniach radiowych (w sumie 270 emisji). Emisja w rozgłoszeniach radiowych: Radio ESKA, Radio PLUS, Radio RMF Maxxx. Rozpoczęcie emisji spotów niezwłocznie po akceptacji scenariusza spotu przez Zamawiającego.
- 3) produkcja megabilboardu na lokalny portal internetowy – wymiar ok. 1100x200 pikseli, rodzaj pliku – JPEG.
- 4) emisja megabilboardu na trzech lokalnych portalach internetowych – 4 tygodniowych emisji na każdym portalu
- 5) ogłoszenia w lokalnej prasie:
 - a) Tygodnik Nowy – 1 ogłoszenie (kolor) ½ strony
 - b) Tygodnik Piłski – 1 ogłoszenie (kolor) ½ strony
 - c) lokalne dwa miesięczniki – w każdym po 1 ogłoszeniu (kolor) ½ strony.

Wykonawca niezwłocznie po zawarciu umowy przedstawi do akceptacji Zamawiającego scenariusz spotu, projekt megabilboardu i ogłoszenia. Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych oceni propozycję Wykonawcy i wniesie ewentualne uwagi. Wykonawca uwzględni je i niezwłocznie przedstawi Zamawiającemu poprawioną propozycję.

5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych na potrzeby kampanii prozdrowotnej.

- 1) Ulotka, która będzie rozpowszechniona wśród mieszkańców Powiatu zachęcająca do udziału w spotkaniach i evencie. Ulotka będzie zawierała terminarz kampanii oraz krótki opis projektu.

Format A5, kolor 4+4, papier kreda mat. 150g – 10 000 szt. wraz z kolportażem ulotek na terenie powiatu.

Kolportaż na terenie powiatu – 7 dni. Kolportaż min. w obiektach użyteczności publicznej.

- 2) Ulotka informacyjna na temat zdrowego trybu życia i profilaktyki nowotworowej.



POWIAT PILSKI

*Projekt finansowany ze środków Norweskiego Mechanizmu
Finansowego 2009-2014 oraz budżetu państwa.*



Broszura format 54x18 cm, bigowany na trzy skrzydła 18x18 cm, kolor 4+4, papier kreda mat. min. 250g, folia mat. obustronnie, lakier UV – 3 000 szt.;

Wykonawca wykona projekt ulotek niezwłocznie po zawarciu umowy. Zamawiający w ciągu 2 dni roboczych oceni propozycję Wykonawcy i wniesie ewentualne uwagi. Wykonawca uwzględni je i niezwłocznie przedstawi Zamawiającemu poprawioną propozycję.

Druk ulotek – niezwłocznie po zaakceptowaniu projektu przez Zamawiającego.

6. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu opracuje i przedstawi do akceptacji Zamawiającemu hasło kampanii prozdrowotnej. Hasło musi zostać wykorzystane w działaniach promocyjnych oraz w aranżacji miejsc spotkań oraz eventu.
7. Wszystkie koszty związane z wykonaniem przedmiotu zamówienia poniesie Wykonawca.
8. Niezwłocznie po zawarciu umowy Wykonawca przygotuje i dostarczy Zamawiającemu harmonogram działań zawierający terminy realizacji wszystkich elementów kampanii. Harmonogram musi przedstawiać wartości poszczególnych faktur i terminy ich wystawiania.
9. Zamawiający dopuszcza możliwość wystawienia faktur częściowych – maks. 3 faktury. Dwie częściowe faktury zostaną wystawione za zrealizowane elementy kampanii. Faktura końcowa na min. 50% wartości umowy zostanie wystawiona po zakończeniu kampanii. Na fakturze Wykonawca osobno wyszczególni balon reklamowy oraz ulotki informacyjne.
10. Wykonawca po zakończeniu kampanii prozdrowotnej przygotuje sprawozdanie z przeprowadzonych działań.
11. Wykonawca zapewni ochronę danych osobowych wszystkich uczestników, zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U.2016.922).