

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Kampania edukacyjno-informacyjna Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej i Centrum Dietetycznego Online – działania w mediach konwencjonalnych i społecznościowych. III Edycja kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej z cyklu „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”.

Spis treści

1.	Wprowadzenie	1
1.1	Tło realizacji Kampanii	2
1.2	Analiza działalności edukacyjnej NCEŻ wskazuje na trzy główne grupy odbiorców komunikacji i ich potrzeby:	2
1.3	Centrum Dietetyczne Online	3
1.4	Cele główne działań promocyjnych i wskaźniki dotarcia do odbiorców	4
1.5	Cele szczegółowe działań promocyjnych i wskaźniki dotarcia do odbiorców	4
1.6	Wskaźnikiem dotarcia do większej grupy Polaków będzie:	5
2.	Okres realizacji zamówienia i ogólny zakres działań Wykonawcy	5
3.	Szczegółowe zadania Wykonawcy dotyczące Kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej i Centrum Dietetycznego Online – działania w mediach konwencjonalnych i społecznościowych	6
4.	Szczegółowe zadania Wykonawcy dotyczące kampanii edukacyjno-informacyjnej z cyklu Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni” zwanej dalej Akcją.	8
4.1	Do głównych zadań Wykonawcy w ramach organizacji Akcji Rodzinnej należy:	9
4.2	Podstawowe wymagania dla kampanii promującej wydarzenie „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”	10
4.3	Założenia dotyczące 4-tygodniowej akcji: „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”	11
5.	Okres realizacji zamówienia	15
7.	Współpraca z Zamawiającym. Monitoring i raportowanie.	16

1. Wprowadzenie

Zamawiający jest realizatorem projektu **Narodowe Centrum Edukacji Żywieniowej (NCEŻ)**. Interaktywny i wielokierunkowy model projektu umożliwi prowadzenie szerokiej kampanii edukacyjnej dotyczącej zdrowego stylu życia we wszystkich rejonach Polski i we wszystkich grupach

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

społecznych. W ramach NCEŻ działa **Centrum Dietetyczne Online (CDO)** – internetowa platforma, umożliwiająca bezpłatne konsultacje dietetyczne, psychodietetyczne oraz dotyczące aktywności fizycznej.

Edukacja żywieniowa społeczeństwa to wieloletni proces, który dzięki dotychczasowym działaniom i dalszemu rozwojowi NCEŻ będzie bardziej skuteczny i przyniesie realne korzyści społeczeństwu, wpłynie na poprawę dostępności i jakości edukacji w zakresie zdrowego żywienia oraz budowanie zdrowych nawyków żywieniowych. Planowane działania promocyjne mają na celu pomoc w dotarciu do grup szczególnie potrzebujących edukacji żywieniowej, dla których dostęp do opieki zdrowotnej i dietetyków jest utrudniony.

1.1 Tło realizacji Kampanii

NCEŻ zostało utworzone z potrzeby szerzenia rzetelnej wiedzy w zakresie żywienia i zdrowego stylu życia, pozytywnej zmiany postaw i nawyków żywieniowych, a w konsekwencji poprawy stanu zdrowia Polaków. Celem prowadzonych działań jest edukacja skierowana do różnych grup populacji zgodnie z podejściem „evidence based medicine (EBM)”, czyli w oparciu o wiarygodne dowody naukowe.

NCEŻ jest wiarygodnym i łatwo dostępnym źródłem wiedzy. Każdy zainteresowany poprawą stanu swojego zdrowia i jakości życia, za pośrednictwem kanałów komunikacji NCEŻ: strony internetowej <https://ncez.pzh.gov.pl> i profili w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram, YT) posiada dostęp do wyników najnowszych badań prowadzonych przez Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy (NIZP PZH – PIB), artykułów edukacyjnych, materiałów video i innych praktycznych narzędzi pomagających w zmianie nawyków na prozdrowotne.

1.2 Analiza działalności edukacyjnej NCEŻ wskazuje na trzy główne grupy odbiorców komunikacji i ich potrzeby:

- 1) Osoby zmagające się z różnego rodzaju chorobami, poszukujące głównie informacji i wiedzy na temat prawidłowego odżywiania ogólnie i o sposobach żywienia wspomagającego leczenie określonych chorób i dolegliwości;
- 2) Rodzice, nauczyciele, realizatorzy zbiorowego żywienia poszukujący informacji o zasadach zdrowego żywienia dla dzieci;
Osoby w wieku 25-35 lat, przeważnie kobiety, zainteresowane informacjami o odżywianiu

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

NCEŻ prowadzi działania za pośrednictwem strony internetowej oraz profili społecznościowych. Strona internetowa <https://ncez.pzh.gov.pl> jest podstawowym kanałem komunikacji, z którego korzystają wszystkie grupy odbiorców. Ma za zadanie przekazywać wiedzę i edukować społeczeństwo w zakresie zdrowego odżywiania i aktywności fizycznej. Treści zawarte na stronie dotyczą całej populacji, niezależnie od wieku czy płci, a ich forma jest dostosowana przede wszystkim do osób dorosłych.

Efekty działalności NCEŻ, korzystnie wpływają na poprawę stanu zdrowia osób w całej Polsce, niezależnie od miejsca zamieszkania, co potwierdzają opinie pacjentów CDO utworzonego w ramach działania NCEŻ oraz internautów korzystających z portalu NCEŻ i social mediów.

Dalsze rozwijanie działalności NCEŻ będzie służyło umocnieniu jego pozycji, poprzez publikowanie materiałów merytorycznych w różnorodnych formach dostosowanych do wybranych grup odbiorców oraz prowadzenie działań będących odpowiedzią na zapotrzebowanie społeczeństwa na wiarygodne informacje poparte naukowymi danymi, w tym: warsztatów kulinarnych dla dzieci, publikowanie materiałów z zakresu edukowania realizatorów żywienia zbiorowego dzieci w przedszkolach, materiałów edukacyjnych dla konsumentów z zakresu dietoprofilaktyki i dietoterapii, prowadzenie kampanii edukacyjnych motywujących do zmiany nawyków żywieniowych.

1.3 Centrum Dietetyczne Online

W 2017 roku powstała platforma internetowa CDO (<https://cdo.pzh.gov.pl>), dzięki której całkowicie bezpłatnie i bez wychodzenia z domu (online) każdy Polak ma możliwość skorzystania z profesjonalnych konsultacji dietetycznych, psychologicznych oraz dotyczących aktywności fizycznej. Konsultacje mogą mieć charakter jednorazowej porady lub stałej opieki specjalistycznej. W ofercie CDO znajdują się porady dietetyczne indywidualne oraz rodzinne.

Wobec rosnącego zapotrzebowania na konsultacje dietetyczne oraz braku dostępności w Polsce do



darmowego poradnictwa dietetycznego, konieczne jest poinformowanie szerokiego grona

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

społeczeństwa o możliwości korzystania z bezpłatnych usług CDO. Usługi te stanowią ważny element edukacyjny w kontekście walki z nadwagą i otyłością, a także w prewencji i terapii chorób dietozależnych. Darmowy dostęp do konsultacji z dietetykiem, psychodietetykiem i specjalistą od aktywności fizycznej, pozwala zmniejszyć nierówności w dostępności do świadczeń zdrowotnych wśród Polaków.

Od początku działania projektu zarejestrowano 31 093 indywidualnych kont użytkownika platformy CDO, spośród których ponad 75% stanowiły kobiety. Do końca 2021 roku dokonano 31 214 zapisów na konsultację online. Liczba zapisów przełożyła się na zrealizowanie 17 217 porad online za pośrednictwem platformy Internetowej CDO. Z konsultacji dietetycznych korzystały zarówno osoby zdrowe, które chciały sprawdzić czy obecny sposób żywienia jest właściwy, jak i chore, dla których dieta stanowi istotny element skutecznego leczenia chorób dietozależnych. Użytkownicy platformy to grupa bardzo różnorodna pod względem potrzeb, wykazująca bardzo zróżnicowany poziom wiedzy dotyczącej żywienia i zdrowego stylu życia. Różne są cele konsultacji oraz zgłaszane choroby i dolegliwości. przez użytkowników korzystających z pomocy Centrum Dietetycznego Online.

1.4 Cele główne działań promocyjnych i wskaźniki dotarcia do odbiorców

Celem nadrzędnym działań promocyjnych jest umożliwienie wszystkim dostępu do wiarygodnych i podanych w przystępny sposób, praktycznych informacji na temat żywności, żywienia i zdrowego stylu życia, a wraz z tym:

- 1) zakrojona na szeroką skalę edukacja społeczeństwa z zasad zdrowego żywienia i aktywności fizycznej z wykorzystaniem nowoczesnych środków przekazu, równoległe z zaplanowanymi na 2022 r. działaniami, którymi są: warsztaty kulinarne dla dzieci, publikowanie materiałów z zakresu edukowania realizatorów żywienia zbiorowego dzieci w przedszkolach, publikowanie materiałów edukacyjnych dla konsumentów z zakresu dietoprofilaktyki i dietoterapii (e-booki) i inne;
- 2) prewencja i wspomaganie leczenia nadwagi i otyłości oraz chorób dietozależnych przez udzielanie pomocy online szerokiemu gronu społeczeństwa (pacjentom, pracownikom zawodów medycznych, dietetykom klinicznym,) poprzez konsultacje eksperckie w ramach porad dietetycznych i psychodietetycznych, indywidualnych i rodzinnych m. in. za pośrednictwem platformy Centrum Dietetycznego Online.

1.5 Cele szczegółowe działań promocyjnych i wskaźniki dotarcia do odbiorców

Cele szczegółowe kampanii obejmują:

- 1) wzrost świadomości społeczeństwa nt. zdrowego żywienia, zdrowego stylu życia mierzony liczbą użytkowników strony;
- 2) aktywną edukację pacjentów indywidualnych oraz rodzin w celu wprowadzania zdrowych nawyków żywieniowych za pośrednictwem rodzinnych konsultacji dietetycznych CDO;

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

- 3) aktywną edukację pacjentów indywidualnych m. in. w obszarze zdrowia psychicznego, jedzenia emocjonalnego, utrzymania odpowiedniego poziomu motywacji do zmiany, poprzez ofertę konsultacji z psychodietetykiem;
;
- 4) aktywną edukację pacjentów indywidualnych w zakresie ruchu i aktywności fizycznej, mierzone liczbą pacjentów zgłaszających się na konsultacje do Centrum Dietetycznego Online;
- 5) edukację pacjentów w ramach prewencji i leczenia chorób dietozależnych poprzez opracowanie, publikację i dystrybucję materiałów edukacyjnych opracowanych przez zespół NCEŻ; publikacje w internecie i w mediach społecznościowych.

1.6 Wskaźnikiem dotarcia do większej grupy Polaków będzie:

- 1) zwiększająca się co roku liczba osób odwiedzających stronę internetową NCEŻ;
- 2) liczba wzmianek, publikacji i artykułów na temat NCEŻ i jego ekspertów w mediach zewnętrznych, a także udział ekspertów NCEŻ w wydarzeniach promujących zdrowy styl życia;
- 3) liczba konsultacji eksperckich, porad dietetycznych i psychodietetycznych, indywidualnych oraz rodzinnych za pośrednictwem platformy Centrum Dietetycznego Online.

2. Okres realizacji zamówienia i ogólny zakres działań Wykonawcy

Wykonawca zobowiązany jest do sporządzenia szczegółowego **Harmonogramu realizacji działań**, w którym uwzględnione zostaną wszystkie etapy realizacji.

Szczegółowe zadania Wykonawcy zostaną opisane w punkcie 3 i 4 niniejszego Opisu Przedmiotu Zamówienia.

Działania Wykonawcy będą obejmowały:

2.1. Przeprowadzenie Kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej i Centrum Dietetycznego Online – działania w mediach konwencjonalnych i społecznościowych, obejmujące w szczególności:

- a) **Promocję 4 e-booków** z przepisami i praktycznymi wskazówkami dietetyków, wydanych przez Zamawiającego, dotyczących następujących obszarów tematycznych: choroby układu krążenia, nadwaga i otyłość; insulinooporność i cukrzyca; stłuszczenie wątroby. Produkt realizuje Zamawiający.
- b) **Promocję artykułów edukacyjnych** opublikowanych przez Zamawiającego na stronie internetowej Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej (publikacje przygotowują eksperci Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej, w tym Centrum Dietetycznego Online) – publikowanych cyklicznie, średnio 1 raz w tygodniu;
- c) **Promocję działalności Centrum Dietetycznego Online** w internecie, w tym także w mediach społecznościowych (działalność CDO została opisana w punkcie 1.3);

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

- d) **Promocję warsztatów kulinarnych dla dzieci**, zorganizowanych i przeprowadzonych w całości przez Zamawiającego w drugiej połowie 2022 roku. Zamawiający planuje organizację minimum 80 warsztatów kulinarnych, dla minimum 1600 dzieci i młodzieży w wieku szkolnym, w formie stacjonarnej w Klasopracowni, w siedzibie NIZP PZH – PIB lub online, w zależności od sytuacji epidemiologicznej. Podczas warsztatów uczestnicy będą uczyli się, jak prawidłowo się odżywiać i jak w praktyce przygotowywać zdrowe i smaczne posiłki. Oprócz warsztatów kulinarnych dla dzieci i młodzieży, zaplanowano dodatkowo 5 warsztatów po 10 osób (minimum 10) **dla realizatorów żywienia zbiorowego w szkołach i przedszkolach** (intendenci, dietetycy, kucharki).

2.2. Przeprowadzenie Kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej z cyklu „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”, w tym: przygotowanie koncepcji kreatywnej, kompleksową realizację i promocję Kampanii. Szczegółowe zadania Wykonawcy zostały opisane w punkcie 4.

3. Szczegółowe zadania Wykonawcy dotyczące Kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej i Centrum Dietetycznego Online – działania w mediach konwencjonalnych i społecznościowych

Do głównych zadań Wykonawcy w ramach realizacji działań PR oraz działań w mediach społecznościowych (mających na celu promocję działań NCEŻ i CDO), należy:

3.1. Przygotowanie szczegółowego Harmonogramu realizacji Kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej i Centrum Dietetycznego Online w podziale na poszczególne działania/zadania oraz Koncepcji Kreatywnej Kampanii w terminie 8 dni kalendarzowych od zawarcia Umowy. Przewidywane jest spotkanie robocze w celu przekazania koncepcji kreatywnej Kampanii.

- a) Wykonawca będzie przedstawiał do akceptacji Zamawiającego treści merytoryczne opracowywanych przez Wykonawcę materiałów. Przekazywanie i ustalanie materiałów będzie odbywać się w trybie roboczym w trakcie realizacji zamówienia, zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego Harmonogramem.
- b) Wszystkie działania prowadzone w ramach Kampanii powinny być spójne oraz stanowić integralną całość wykazującą synergię poszczególnych działań.
- c) Koncepcja Kreatywna Kampanii wraz z Harmonogramem podlega akceptacji Zamawiającego. Przewidywane jest spotkanie robocze w celu przekazania uwag Zamawiającego do Koncepcji Kreatywnej Kampanii, które Wykonawca obowiązany jest wprowadzić niezwłocznie, nie później niż 5 dni kalendarzowych od dnia ich przekazania przez Zamawiającego

3.2. Przygotowanie, organizacja, realizacja i zakup mediów w ramach Kampanii w mediach konwencjonalnych, w tym:

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

- a) Kampanii radiowej, obejmującej: zorganizowanie 2 wywiadów na żywo z ekspertami NCEŻ w radio o zasięgu ogólnopolskim lub internetowym, trwającymi minimalnie 2,5 minuty maksymalnie 3 minuty oraz emisję 2-3 minutowych informacji/ciekawostek z zakresu profilaktyki chorób dietozależnych, przy czym 20% emisji w paśmie prime time. Łącznie 6 różnych materiałów audio z udziałem ekspertów NCEŻ (nagranie i montaż po stronie Wykonawcy). Łącznie w okresie 9 tygodni, emisja 3 razy w tygodniu po 3 wybrane materiały – łącznie tygodniowo 9 emisji, a w ciągu 9 tygodni łącznie **81 emisji**. Dodatkowo w ramach kampanii radiowej, emisja spotu mającego na celu promocję usług Centrum Dietetycznego Online w tej samej stacji radiowej (1 spot, trwający 30 sek.) – kreacja, montaż po stronie Wykonawcy. Emisja 1 raz dziennie przez okres 9 tygodni łącznie **63 komunikaty**. Każdy spot i nagranie powinno zawierać informacje o finansowaniu projektu. Szczegóły zostaną przekazane przez Zamawiającego w dniu zawarcia Umowy;
- b) Organizacja jednego wywiadu lub publikacji sponsorowanej w tabloidzie o zasięgu ogólnopolskim w sekcji dotyczącej stylu życia/zdrowia. Po stronie Zamawiającego jest wskazanie Ekspertów udzielających wywiadów, a także autoryzacja tekstów wraz z grafikami do publikacji. Celem publikacji jest edukacja żywieniowa oraz promowanie usług CDO;
- c) Organizacja minimum 2 publikacji sponsorowanej w miesięczniku branży medycznej, np. Okręgowej Izby Lekarskiej w Warszawie, mającej na celu promocję usług CDO w środowisku lekarskim;
- d) Organizacja minimum 2 artykułów sponsorowanych na internetowych platformach informacyjnych, w tym jeden na portalu dedykowanym zdrowemu stylowi życia/zdrowiu oraz jeden w serwisie dedykowanym środowisku lekarskiemu, typu Konsylium24.pl (dla zalogowanych użytkowników). Po stronie Zamawiającego jest wskazanie ekspertów udzielających wywiadów, a także autoryzacja tekstów wraz z grafikami do publikacji;
- e) Promocja artykułów sponsorowanych za pośrednictwem formatu natywnego w serwisach internetowych poświęconych promocji zdrowia i zdrowego stylu życia oraz portalom dedykowanym środowisku lekarskiemu.

3.3. Przygotowanie, organizacja i prowadzenie akcji informacyjnej w mediach społecznościowych, z wykorzystaniem kanałów należących do Zamawiającego: profil Facebook i Instagram, która obejmuje: promocję w social mediach: artykułów publikowanych na stronie NCEŻ, promocję e-booków edukacyjnych wydawanych w ramach działania NCEŻ, promocję warsztatów kulinarnych dla dzieci i realizatorów żywienia zbiorowego w szkołach i przedszkolach.

3.4. Opracowanie postów edukacyjnych i infografik do mediów społecznościowych (Facebook i Instagram) we współpracy z Zamawiającym (co najmniej 20 postów/relacji/transmisji miesięcznie oraz co najmniej 20 infografik miesięcznie) – każda publikacja wymaga uprzedniej akceptacji Zamawiającego;

3.5. Przygotowanie, organizacja i prowadzenie kampanii display w Internecie, w tym w szczególności opracowywanie w porozumieniu z Zamawiającym i udostępnianie materiałów

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

dostarczających informacji o zasadach zdrowego żywienia i profilaktyce chorób dietozależnych.

3.6. Przeprowadzenia płatnej kampanii reklamowej w mediach społecznościowych (Facebook) promującej Centrum Dietetyczne Online oraz zachęcającej do skorzystania z bezpłatnych konsultacji dietetycznych online, dostępnych w ramach CDO:

- a) Grupa docelowa kampanii: kobiety i mężczyźni w wieku 25+ zainteresowani zdrowiem, zdrowym stylem życia, prawidłowym odżywianiem, dietetyką i fitnesssem;
- b) Wykonawca opracuje płatną kampanię na Facebooku zawierającą minimum 6 grafik promujących usługi Centrum Dietetycznego Online. Grafiki podkreślać będą usługi oferowane przez CDO: konsultacje dietetyczne, porady dotyczące aktywności fizycznej, konsultacje psychodietetyczne, a także dostępność usługi: online, bezpłatne, dla każdego, konsultacje indywidualne i dla całej rodziny. Na grafice znajdzie się również adres platformy CDO: <https://cdo.pzh.gov.pl> i CTA (call to action) zachęcające do rejestracji i skorzystania z usług CDO. Grafiki zostaną przygotowane przez Wykonawcę i podlegają akceptacji Zamawiającego.

3.7. Przygotowanie, wydruk i dystrybucja **8 plakatów informacyjno-edukacyjnych**, na podstawie infografik edukacyjnych. Zamawiający przedstawi koncepcję treści na poszczególnych plakatach. Wykonawca odpowiada za przygotowanie, druk i dystrybucję 8 różnych plakatów, w ilości 200 sztuk każdy, czyli łącznie 1600 sztuk plakatów, do minimum 100 placówek POZ, poradni dietetycznych i cukrzycowych, poradni kardiologicznych, poradni chorób metabolicznych. Lista placówek zostanie udostępniona Wykonawcy przez Zamawiającego. Wykonawca zaproponuje propozycję zawieszki do wszystkich wersji plakatów.

Dane techniczne:

- a. format plakatów: B2 (500x707mm);
- b. papier kredowy błyszczący lub mat, gramatura 170 gr;
- c. druk offsetowy łącznie 1600 szt.;
- d. srebrna listwa góra-dół z zawieszka.

Termin wydruku i dostarczenia plakatów zostanie ustalony w dniu Zawarcia Umowy.

4. Szczegółowe zadania Wykonawcy dotyczące kampanii edukacyjno-informacyjnej z cyklu Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni” zwanej dalej Akcją.

Zadaniem Wykonawcy jest zorganizowanie w całości kampanii edukacyjno-informacyjnej Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej z cyklu Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni” – czas trwania Akcji – 4 tygodnie. **Wykonawca zobowiązany jest do wypromowania wydarzenia – przy czym promocja wydarzenia musi rozpocząć się przed rozpoczęciem konkursu a czas jej trwania wyniesie 2 tygodnie.**

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

Przebieg kampanii edukacyjno-informacyjnej ma wpłynąć na motywację całych rodzin (dzieci, rodzice, dziadkowie) do zmiany nawyków żywieniowych oraz zachęcać do aktywności fizycznej. Głównym celem kampanii będzie profilaktyka otyłości, z podkreśleniem przekazu, że nie tylko rodzice, ale również bliskie otoczenie odgrywają istotną rolę w kształtowaniu nawyków żywieniowych u dzieci i młodzieży.

Działania zaplanowane w ramach kampanii powinny obejmować:

- 1) aktywizowanie rodzin chętnych do podjęcia edukacji za pomocą wyzwań poprzez komunikację w mediach (Internet oraz prasa codzienna),
- 2) realizację wyzwań, zarówno żywieniowych, jak i sportowych, poprzez interaktywną platformę Kampanii,
- 3) opiekę merytoryczną wspomagającą zmianę nawyków - interaktywny dostęp online do 4-tygodniowego programu: planów zadań i wyzwań stworzonych przez specjalistów NCEŻ, dietetyków, psychodietetyków, specjalistów aktywności fizycznej z Centrum Dietetycznego Online (<https://cdo.pzh.gov.pl/>), dostęp do praktycznych multimedialnych treści edukacyjnych,
- 4) dodatkową aktywizację i mobilizację rodzin uczestniczących w programie poprzez zadania specjalne oraz nagrody.

4.1 Do głównych zadań Wykonawcy w ramach organizacji Akcji Rodzinnej należy:

- 1) **Wykonawca będzie zobowiązany do opracowania Harmonogramu działań Akcji**, o których mowa w pkt 4, **uwzględniającego**: kalendarz realizacji poszczególnych wyzwań, treści merytoryczne wyzwań, przebieg Konkursu, treści merytoryczne do wyprodukowania **8 nowych filmów, 8 animacji oraz 8 infografik. Szczegółowe wymagania dotyczące tych produktów zostały opisane w punkcie 4.3.1 i 4.3.2.**
- 2) Przygotowanie Konceptji Kreatywnej Kampanii. Konceptcja wraz z Harmonogramem podlega akceptacji Zamawiającego.
- 3) Przygotowanie i przeprowadzenie za pośrednictwem strony internetowej poświęconej kampanii Akcja Rodzinna, mediów społecznościowych należących do NCEŻ, za pośrednictwem sponsorowanych spotów radiowych oraz sponsorowanych audycji/wywiadów w radiu, kampanii promującej Akcję. Czas trwania kampanii to minimum 2 tygodnie, przy czym musi się ona rozpocząć przed wydarzeniem. **Dopuszcza się możliwość prowadzenia kampanii promocyjnej na początku trwania konkursu.**
- 4) Przygotowanie i przeprowadzenie **4-tygodniowej akcji „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”**, w tym:
 - a) Wyprodukowanie 8 filmów edukacyjnych, dotyczących zdrowego żywienia oraz aktywności fizycznej.
 - b) Wyprodukowanie 8 animacji oraz 8 infografik edukacyjnych, dotyczących zdrowego żywienia.

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

4.2 Podstawowe wymagania dla kampanii promującej wydarzenie „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”.

1. Wykonawca zobowiązany jest do wypromowania konkursu. Czas trwania: minimum 2 tygodnie. Minimalne wymagania Zamawiającego w zakresie realizacji promocji wydarzenia „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”.

Media	Rodzaj promocji	Min. liczba komunikatów przed akcją
Radio o zasięgu ogólnopolskim (radio internetowe i/lub stacjonarne)	Spot 30 sek.	50 emisji
	Wywiad (co najmniej 3 minuty/jeden wywiad z ekspertem NCEŻ i CDO)	4 wywiady
Główne portale internetowe takie jak: Onet, Interia, WP, etc. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu)	baner czasowy	Minimum 14 dni
Media społecznościowe (Fb, Instagram NCEŻ)	Konkurs tematyczny	2
	Posty z grafikami	13 postów (w tym 2 po zakończeniu całej Akcji)
Strona Kampanii Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja.	Baner czasowy (taki jak jw.)	Minimum 14 dni
	Artykuł	6
	Infografiki informacyjne promujące Akcję Rodzinną	8

2. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję spotu radiowego, wywiadów, konkursów tematycznych, artykułów, postów, grafik i baneru wraz z harmonogramem emisji do akceptacji co najmniej na 8 dni kalendarzowych przed pierwszą emisją. Zamawiający zaakceptuje propozycje lub

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

wniesie uwagi do harmonogramu w przeciągu 3 dni kalendarzowych od daty przekazania projektu. Wykonawca naniesie uwagi Zamawiającego w przeciągu 3 dni kalendarzowych i przestawi Zamawiającemu do akceptacji. Procedura określona powyżej będzie powtarzana do momentu ostatecznej akceptacji ogłoszenia przez Zamawiającego.

4.3 Założenia dotyczące 4-tygodniowej akcji: „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”

1. Wykonawca zrealizuje 4-tygodniową akcję w oparciu o scenariusz i Harmonogram realizacji działań zatwierdzony przez Zamawiającego.
2. Wykonawca przedłoży do akceptacji scenariusz w terminie 8 dni kalendarzowych od daty zaakceptowania Koncepcji Kreatywnej Kampanii.
3. Wykonawca będzie odpowiedzialny za aktualizowanie treści na **stronie dedykowanej Akcji Rodzinnej** <https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/> oraz za aktualizowanie grafik, dodanie wytworzonych materiałów edukacyjnych i prowadzenie istniejącej bieżącej informacji na stronie <https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/> w ramach kampanii, w porozumieniu z Wykonawcą odpowiedzialnym za utrzymanie i rozwój strony www.
4. Przez 4 tygodnie, systematycznie, Wykonawca będzie publikował **wyzwania żywieniowe i sportowe** (dwa wyzwania w każdym tygodniu) oraz dwa zadania specjalne w wybrane weekendy. Do każdego z wyzwań będą dołączone materiały edukacyjne tj. filmy, animacje, infografiki, przepisy i artykuły opublikowane na stronie Akcji Rodzinnej, które będą stanowiły merytoryczną pomoc w realizacji zadań.
5. Spośród rodzin biorących udział w Rodzinnej Akcji, wyłonieni zostaną laureaci.
6. Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym odpowiedzialny będzie za zakup nagród rzeczowych na potrzeby akcji edukacyjnej w ramach konkursu „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni”.
7. Zamawiający określa maksymalny budżet na nagrody rzeczowe o wartości łącznej 20 000 złotych.
8. W skład nagród, o których mowa powyżej będą wchodziły:
 - 1) nagrody tygodniowe - 8 nagród o łącznej wartości nieprzekraczającej 4 000 złotych (dwa wyzwania tygodniowo x 4 tygodnie);
 - 2) nagrody specjalne - 2 nagrody o łącznej wartości nieprzekraczającej 2 000 złotych
 - 3) nagrody główne za zajęcie miejsc od 1 do 3 - o łącznej wartości nieprzekraczającej 14 000 złotych
9. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje nagród tygodniowych, specjalnych oraz nagród za miejsca 1-3 wraz ze scenariuszem akcji oraz dokona zakupu wszystkich nagród po akceptacji Zamawiającego, z uwzględnieniem ich oznakowania.

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

10. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania obowiązku podatkowego związanego z przyznaniem nagród, których wartość przekracza 2 000 zł, jego naliczenie i odprowadzenie do właściwego urzędu skarbowego.
11. Wykonawca zobowiązany jest do oznakowania nagród logotypami: Ministerstwa Zdrowia, Narodowego Programu Zdrowia, NIZP PZH - PIB, Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej.
12. Zamawiający nie dopuszcza oznakowania nagród logotypem Wykonawcy.
13. Wykonawca będzie odpowiedzialny za dystrybucję nagród do zwycięzców poszczególnych kategorii zgodnie z harmonogramem po uzgodnieniu wysyłki z Zamawiającym.
14. Wykonawca przed dystrybucją nagród do laureatów przedstawi Zamawiającemu faktury za zakup poszczególnych nagród.
15. W przypadku przetwarzania danych osobowych uczestników Kampanii tj., np. odbiorców działań, pacjentów itd., oraz osób zaangażowanych w realizację Umowy, Wykonawca zobowiązany jest posiadać zgodę tych osób na przetwarzanie ich danych, która zawiera w szczególności zgodę na udostępnianie ich danych do celów monitoringu, kontroli oraz ewaluacji realizowanego zadania przez Ministra Zdrowia. Klauzule, o których mowa wymagają uzgodnienia i akceptacji Zamawiającego

4.3.1 Wymagania dotyczące produkcji 8 filmów edukacyjnych

1. Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 8 filmów edukacyjnych (dotyczących zdrowego żywienia oraz aktywności fizycznej) w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze, w formacie umożliwiającym ich emisję w internecie. Działania będą realizowane w dwóch etapach:
 - 1) Etap 1: opracowanie koncepcji kreatywnej, w tym: przygotowanie scenariuszy filmów przez Wykonawcę.
 - 2) Etap 2: produkcja i przekazanie gotowych filmów.
2. Zamawiający prześle Wykonawcy propozycję tematów, w oparciu o które przygotuje scenariusze. Tematy zostaną przekazane w terminie 5 dni kalendarzowych od daty zaakceptowania Koncepcji Kreatywnej Kampanii.
3. Wykonawca przygotuje, w ciągu 8 dni kalendarzowych od daty przekazania przez Zamawiającego tematów, co najmniej dwie propozycje scenariuszy do każdego filmu (tematu) do wyboru i akceptacji Zamawiającego. Zamawiający wybierze po jednym scenariuszu do każdego filmu (tematu), na podstawie których Wykonawca nakręci filmy.
4. Scenariusze filmów w każdej z wersji podlegają akceptacji Zamawiającego. Wraz ze scenariuszem Wykonawca przedstawi propozycje aktorów (rodziny), którzy wezmą udział w filmach lub elementy animacji do akceptacji Zamawiającego. Zamawiający w terminie 2 dni kalendarzowych może zgłosić uwagi do przedstawionych propozycji. Wykonawca w terminie 2 dni kalendarzowych powinien uwzględnić uwagi Zamawiającego, procedura akceptacji będzie powtarzana aż do ostatecznej zgody Zamawiającego.

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

5. Wykonawca zapewni Zamawiającemu udział w pracach nad filmami (plan zdjęciowy, montaż) w celu umożliwienia merytorycznego nadzoru. W ramach przygotowań filmów Zamawiający przewiduje bieżącą współpracę z Wykonawcą, gdzie będzie informowany o postępie prac w nagraniu filmów. Plan zdjęciowy będzie zlokalizowany w odległości maksymalnie 25 km od granicy z Warszawą.
6. Wymagania dotyczące filmów:
 - 1) Długość filmów nie może być dłuższa niż 2 minuty i nie krótsza niż 1 minuta.
 - 2) Filmy zostaną przygotowane w odpowiednich formatach, zgodnie z wymogami dostosowanymi do wymagań YouTube i Facebook oraz z zasadami WCAG 2.1.
 - 3) Na zakończenie każdego filmu pojawi się informacja o źródle finansowania: „Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia” oraz logotypy, Ministerstwa Zdrowia - MZ, Narodowego Programu Zdrowia – NPZ, Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH – PIB, Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej - NCEŻ.
 - 4) Zamawiający nie dopuszcza, by filmy zawierały logo Wykonawcy.
 - 5) Produkcja filmów będzie się odbywać z wykorzystaniem wysokiej jakości profesjonalnego sprzętu a w ramach wykonywanej usługi Wykonawca zapewni: montaż, profesjonalne oświetlenie, udźwiękowienie, efekty specjalne, opracowanie graficzne, transport i inne działania niezbędne do uzyskania odpowiedniego efektu.
 - 6) Wykonawca odpowiada za zapewnienie aktorów, statystów, plenerów, scenografii itd. niezbędnych do uzyskania odpowiedniego efektu.
 - 7) Wykonawca odpowiedzialny będzie za umieszczenie filmów na stronie internetowej dedykowane Akcji Rodzinnej wskazanej przez Zamawiającego oraz na wskazanym kanale youtube.
 - 8) Przygotowany materiał zostanie przekazany Zamawiającemu przez Wykonawcę na pendrive. Format pliku powinien umożliwiać proste odtworzenie na komputerach PC i Mac każdego typu.
 - 9) Termin przekazania filmów wg harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

4.3.2 Wymagania dotyczące produkcji 8 animacji oraz 8 infografik edukacyjnych, dotyczących zdrowego żywienia

1. Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 8 animacji oraz 8 infografik o charakterze edukacyjnym w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze. Działania będą realizowane w dwóch etapach:
 - 1) Etap 1: opracowanie koncepcji kreatywnej scenariusza oraz przedstawienie propozycji materiałów dźwiękowych, do 8 animacji i 8 infografik z zakresu zdrowego żywienia, na podstawie tematów przekazanych przez Zamawiającego po podpisaniu umowy i zaakceptowaniu koncepcji kreatywnej kampanii.
 - 2) Etap 2: produkcja i przekazanie gotowych animacji i infografik.
2. Wykonawca przygotowuje co najmniej dwie koncepcje scenariuszy do każdej z 8 animacji i 8 infografik do wyboru i akceptacji Zamawiającego w ciągu 10 dni kalendarzowych od daty przekazania przez

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

Zamawiającego tematów. Zamawiający wybierze po jednym scenariuszu do każdej animacji i grafiki na podstawie których Wykonawca je nakręci.

3. Scenariusze animacji w każdej z wersji podlegają akceptacji Zamawiającego. Wraz ze scenariuszem Wykonawca przedstawi elementy animacji w postaci grafik do akceptacji Zamawiającego. Zamawiający w terminie 2 dni roboczych może zgłosić uwagi do przedstawionych propozycji. Wykonawca w terminie 2 dni kalendarzowych powinien uwzględnić uwagi Zamawiającego. Procedura akceptacji będzie powtarzana aż do ostatecznej zgody Zamawiającego.
4. Wymagania dotyczące animacji:
 - 1) Długość animacji nie może być krótsza niż 1 minuta i nie dłuższa niż 2 minuty.
 - 2) Animacje zostaną przygotowane w odpowiednich formatach, zgodnie z wymogami dostosowanymi do wymagań YouTube, Facebook, Instagram, zgodnie z wymogami WCAG 2.1
 - 3) Na zakończenie każdej animacji pojawi się informacja o źródle finansowania: „Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia” oraz logotypy Ministerstwa Zdrowia – MZ, Narodowego Programu Zdrowia - NPZ, Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH – PIB , Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej - NCEŻ.
 - 4) Zamawiający nie dopuszcza, by animacje zawierały logo Wykonawcy.
 - 5) Wykonawca odpowiedzialny będzie za umieszczenie animacji na stronie internetowej wskazanej przez Zamawiającego oraz na wskazanych kanałach.
 - 6) Przygotowany materiał zostanie przekazany Zamawiającemu przez Wykonawcę na pendrive. Format pliku powinien umożliwiać proste odtworzenie na komputerach PC i Mac każdego typu.
 - 7) Do każdej animacji Wykonawca przygotowuje minimum jedną tematyczną infografikę.
 - 8) Termin przekazania animacji i infografik wg harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

4.4 Język i tonalność przekazu

Wymagania dotyczące stosowanego języka przekazu:

- 1) Dostosowanie języka do kanału komunikacyjnego oraz grupy docelowej;
- 2) Przekaz kampanii powinien w sposób pozytywny motywować do zmiany nawyków żywieniowych;
- 3) Język przekazu powinien charakteryzować się otwartością i jednocześnie być podparty mocnymi argumentami;
- 4) Nie zakazujemy/nie nakazujemy/nie oceniamy/nie krytykujemy - jesteśmy po stronie odbiorcy - my jesteśmy odbiorcą;
- 5) Wskazujemy rozwiązania oparte na wynikach badań naukowych;
- 6) Ograniczenia przekazu:
 - a) Kampania nie może straszyć śmiercią;
 - b) Przekaz kampanii nie może być trywialny;

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

- c) Przekaz kampanii nie może generować lęku i obaw;
- d) Kampania nie może wzbudzać agresji i/lub nietolerancji;
- e) Kampania nie może utrwalać wizerunku człowieka borykającego się z problemami żywieniowymi jako człowieka nieinteligentnego, aspołecznego;
- f) Kampania nie może dyskredytować, ośmieszać i piętnować;
- g) Kampania nie może stygmatyzować ani obrażać żadnej grupy społecznej;
- h) Kampania nie może wykorzystywać przedmiotów czy symboli, które mogą być kojarzone z aktami terroru i przemocy, w tym m.in.: broń palna, itp.

4.5 Zakres udostępnianych materiałów i informacji

1. Zamawiający udostępni Wykonawcy w dniu podpisania umowy materiały filmowe i graficzne z I i II edycji akcji oraz zasady zdrowego żywienia w postaci Talerza Zdrowego Żywienia oraz materiał „W 3 krokach do zdrowia” Zamawiający zastrzega, że materiały stanowią całość i mogą być publikowane tylko w całości, nie podlegają żadnym zmianom i modyfikacjom graficznym (dzieleniu na części, publikacji poszczególnych elementów bądź fragmentów grafik wchodzących w skład Talerza i materiału „W 3 krokach” osobno).
2. Przy tworzeniu koncepcji działań, do dyspozycji Wykonawcy pozostają materiały dostępne na stronie internetowej <https://ncez.pzh.gov.pl>.
3. Zamawiający udostępni w dniu podpisania umowy Wykonawcy logotypy NIZP PZH – PIB, MZ, NPZ, NCEŻ w celu oznaczenia materiałów wykorzystywanych w ramach działań określonych w niniejszym OPZ. Każde działanie i publikacja określone w niniejszym OPZ musi zawierać w widocznym miejscu logotypy MZ, NPZ, NIZP PZH – PIB, NCEŻ oraz zdanie: „Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia”. Logotyp Ministerstwa Zdrowia oraz Zamawiającego musi być wykorzystywany zgodnie z Księgą Znaku Ministerstwa Zdrowia, którą Zamawiający przekaze Wykonawcy w formie elektronicznej w dniu zawarcia umowy. Jeżeli ze względów technicznych nie jest możliwe zamieszczenie wymienionego powyżej nadruku, Wykonawca ma obowiązek zamieścić logotyp Ministerstwa Zdrowia oraz logotyp NPZ wraz z informacją o finansowaniu.
4. Wykonawca nie może umieszczać swojego logotypu oraz logotypów podwykonawców na materiałach wykorzystanych podczas kampanii.
5. **Wszystkie materiały opracowane na potrzeby działań opisanych w niniejszym OPZ podlegają akceptacji Zamawiającego w terminach określonych w umowie.**

5. Okres realizacji zamówienia

1. Działania Wykonawcy rozpoczynają się z dniem podpisania Umowy i kończą z dniem zaakceptowania raportu z realizacji usługi, tj. nie później niż do **22.12.2022 r.**

Nr zamówienia: **O.OZP.260.2.7.2022**

2. Działania Wykonawcy, w okresie o którym mowa powyżej realizowane będą w oparciu o zaakceptowany przez Zamawiającego, zgodnie z zapisami umowy Harmonogram.

7. Współpraca z Zamawiającym. Monitoring i raportowanie.

1. Wszelkie działania powinny być zaakceptowane przez Zamawiającego.
2. Wykonawca przygotowuje koncepcję kreatywną Kampanii wraz z Harmonogramem Kampanii z uwzględnieniem Harmonogramu działań Akcji w terminie 8 dni kalendarzowych od podpisania Umowy. Koncepcja Kreatywna wraz z Harmonogramem podlega akceptacji Zamawiającego. Przewidywane jest spotkanie robocze w celu przekazania uwag Zamawiającego do Koncepcji, które Wykonawca obowiązany jest wprowadzić niezwłocznie, nie później niż 5 dni kalendarzowych od dnia ich przekazania.
3. Wszystkie działania prowadzone w ramach Kampanii powinny być spójne oraz stanowić integralną całość, wykazującą synergię poszczególnych działań.
4. W okresie realizacji Umowy będą odbywały się spotkania online, na których Wykonawca będzie informował Zamawiającego o postępie prac, ew. problemach i zagrożeniach. Harmonogram spotkań zostanie ustalony na pierwszym spotkaniu organizacyjnym. Wykonawca jest zobligowany do stawiennictwa na spotkaniu wyznaczonym przez Zamawiającego. Po każdym spotkaniu Wykonawca sporządzi notatkę i prześle ją do akceptacji Zamawiającego w przeciągu 2 dni od daty zakończenia spotkania.
5. Wykonawca obowiązany jest do przedstawiania raportów z postępów prac:
 - 1) Raport częściowy (miesięczny) – przekazywany w terminie do 5 dnia miesiąca za poprzedni miesiąc,
 - 2) Wstępny raport końcowy – w terminie do **20 grudnia 2022 r.**
5. Raporty powinny zawierać nie tylko analizy ilościowe, ale i jakościowe przeprowadzonych działań oraz dodatkowe wytyczne i rekomendacje dalszych działań.
6. Zamawiający przekaże uwagi do raportu częściowego a następnie do wstępnego raportu końcowego w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania raportu od Wykonawcy.
7. Raporty częściowe i końcowy zostaną przygotowane w języku polskim w formie elektronicznej i pisemnej.
8. Raporty wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego.
9. Zaakceptowany przez Zamawiającego raport końcowy jest podstawą do podpisania końcowego protokołu realizacji przedmiotu zamówienia i wystawienia przez Wykonawcę faktury za realizację umowy.