

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Organizacja i realizacja V edycji Konkursu pt. „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Kierunek zdrowie!” oraz kampanii promocyjno-edukacyjnej zachęcającej do udziału w Konkursie oraz motywującej rodziny do zmiany nawyków żywieniowych i zwiększenia aktywności fizycznej.

Spis treści

1. WPROWADZENIE	2
1.1 Zamawiający	2
1.2 Główny cel Konkursu	2
1.3 Grupa docelowa	3
2. ZOBOWIĄZANIA WYKONAWCY	3
2.1 Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”	3
2.1.1 Zadania Wykonawcy:	3
2.2 Wymagania dotyczące produkcji 8 filmów edukacyjnych, 1 filmu promującego Akcję oraz 1 filmu podsumowującego Konkurs	6
2.2.1 Produkcja i przekazanie gotowych animowanych filmów edukacyjnych	6
2.2.2 Produkcja i przekazanie filmów w formie rolki w pionie	7
2.2.3 Specyfikacja filmów	8
2.2.4 Produkcja i przekazanie grafik i infografik.....	8
2.2.5 Specyfikacja grafik i infografik.....	9
3. NAGRODY W KONKURSIE	10
4. PROCEDURA AKCEPTACJA PRODUKTÓW	11
5. MONITORING I RAPORTOWANIE	11
6. JĘZYK I TONALNOŚĆ PRZEKAZU KONKURSU I KAMPANII PROMOCYJNEJ	12
6.1 Wymagania dotyczące stosowanego języka przekazu	12
7. PRAWA AUTORSKIE	12

1. WPROWADZENIE

1.1 Zamawiający

Zamawiający tj. Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH - PIB jest realizatorem m.in. projektu Narodowe Centrum Edukacji Żywieniowej (NCEŻ). Interaktywny i wielokierunkowy model projektu umożliwi przeprowadzenie szerokiej kampanii edukacyjnej, dotyczącej zdrowego stylu życia we wszystkich rejonach Polski i we wszystkich grupach społecznych. NCEŻ zostało utworzone na 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 <https://www.facebook.com/ncez.nizp> i Instagram <https://www.instagram.com/ncez.pl/>) 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. Działania projektu NCEŻ dedykowane są osobom dorosłym oraz dzieciom i młodzieży – grupie najbardziej podatnej na zmianę nawyków żywieniowych, a także rodzinom, które są odpowiedzialne za całokształt żywienia w domu, szczególnie u najmłodszych. Efekty prowadzonych działań są jednym z elementów polityki prozdrowotnej mającej na celu poprawę stanu zdrowia osób w całej Polsce, niezależnie od miejsca zamieszkania.

Jednym z działań NCEŻ jest cyklicznie organizowany Konkurs dla rodzin pt.: „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja”, zwany dalej Akcją lub Konkursem.

1.2 Główny cel Konkursu

Piąta edycja projektu edukacyjnego dla rodzin - Konkurs pt. „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja” w roku 2024 będzie miała na celu zachęcenie rodzin do podjęcia tygodniowych prozdrowotnych wyzwań. Przebieg kampanii promocyjnej z elementami edukacyjno-informacyjnymi ma wpłynąć

na zmianę nawyków żywieniowych na zdrowsze oraz zachęcać do podjęcia regularnej aktywności fizycznej. W ramach Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja” podkreślamy, jak ważny jest przykład rodziny i wspólne zaangażowanie w budowaniu zdrowych nawyków żywieniowych.

Rodziny będą miały do wykonania 10 wyzwań (zadań), w ciągu 4 tygodni, mających na celu kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych i zwiększenie poziomu aktywności fizycznej. W puli wyzwań 8 zadań będzie oznaczonych jako zadania podstawowe, natomiast 2 zadania jako specjalne. Do każdego z zadań, dodatkowym elementem edukacyjnym wspierającym uczestników w ich wykonaniu będą materiały edukacyjne w postaci infografik i filmów stworzone na podstawie wytycznych opracowanych przez ekspertów NCEŻ. Szata graficzna i udźwiękowanie tegorocznej edycji będzie kontynuacją koncepcji Konkursu z poprzednich lat. Udział w Konkursie będzie bezpłatny, a proponowane działania nie będą stanowiły obciążenia dla budżetu rodziny. Zamawiający opracował wkład merytoryczny do wyzwań, filmów i infografiki, Konkursu przedstawiony w dalszej części OPZ.

1.3 Grupa docelowa

Kampania adresowana jest w szczególności do rodzin z dziećmi. Beneficjenci bezpośredni programu: rodzice oraz dzieci w wieku 3-14 lat. Kampania promująca Konkurs powinna być przygotowana ze szczególnym uwzględnieniem tych grup docelowych pod względem kreacji, przekazu i doboru mediów.

Beneficjenci pośredni: rodzice i opiekunowie dzieci i młodzieży w wieku 3-18 lat.

2. ZOBOWIĄZANIA WYKONAWCY

2.1 Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”

Wykonawca będzie zobowiązany do realizacji wszystkich działań wymienionych w niniejszym Opisie Przedmiotu Zamówienia w porozumieniu z Zamawiającym, na podstawie przedstawionych założeń, koncepcji i specyfikacji. Szczegółowy zakres zadań Wykonawcy przedstawiono poniżej. Wszelkie działania powinny być zaakceptowane przez Zamawiającego.

2.1.1 Zadania Wykonawcy:

- 1) Wykonawca ma opracować koncepcję kreatywną Akcji wraz z harmonogramem Konkursu w terminie 8 dni kalendarzowych od podpisania umowy. Koncepcja kreatywna wraz z harmonogramem podlega akceptacji Zamawiającego.

- 2) Przewidywane jest spotkanie robocze w celu przekazania uwag Zamawiającego do koncepcji, które Wykonawca obowiązany jest wprowadzić niezwłocznie, nie później niż w terminie 5 dni kalendarzowych od dnia ich przekazania.
- 3) 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 terminie 2 dni kalendarzowych od daty zakończenia spotkania.
- 4) Wykonawca obowiązany jest do przedstawiania raportów z postępów prac: raport częściowy (miesięczny) – przekazywany w terminie do 5 dnia miesiąca za poprzedni miesiąc oraz raport końcowy.
- 5) Wykonawca zrealizuje trwający 4 tygodnie Konkurs w oparciu o koncepcję kreatywną.
- 6) Wykonawca będzie odpowiedzialny za utrzymanie, rozwój i moderowanie strony internetowej dedykowanej Rodzinnej Akcji, tj. <https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/>, w tym m. in. obsługę strony w celu uruchomienia i zakończenia Konkursu (panel logowania, rejestracji itp.), prawidłowego przebiegu i innych potrzebnych interwencji do prawidłowego funkcjonowania strony, aktualizowanie treści i grafik, dodawanie wytworzonych materiałów edukacyjnych i prowadzenie bieżącej informacji na stronie <https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/> w ramach kampanii zgodnie z wymaganiami dostępności cyfrowej dla aplikacji webowej, zapisanymi w ustawie z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych y.
- 7) Wykonawca przez 4 tygodnie, systematycznie będzie publikował na stronie <https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/> wyzwania żywieniowe, sportowe (dwa wyzwania w każdym tygodniu) i dwa zadania specjalne w wybrane weekendy na stronie <https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/> oraz w mediach społecznościowych. Do publikowanych wyzwań żywieniowych i sportowych będą dołączone materiały edukacyjne w postaci animowanych filmów edukacyjnych przygotowane przez Wykonawcę infografiki edukacyjne stanowiące merytoryczną pomoc w realizacji zadań.
- 8) Wykonawca, w dniach publikacji wyzwań dla uczestników Konkursu, będzie równoległe publikował na FB oraz IG Zamawiającego opracowane przez siebie posty wraz z filmami, o których mowa w pkt 15 a poniżej.

- 9) Wykonawca będzie odpowiedzialny za stworzenie i wygenerowanie mailingu po opublikowaniu wyzwania do zarejestrowanych uczestników, aby poinformować ich o nowych wyzwaniach dostępnych na platformie.
- 10) Spośród rodzin biorących udział w „Rodzinnej Akcji: Zdrowej Rywalizacji”, wyłonieni zostaną laureaci, którzy o wygranej zostaną poinformowani drogą mailową przez Wykonawcę.
- 11) Wykonawca opracuje grafiki spójne z layout'em grafik z poprzednich edycji Konkursu. Wykonawca opracuje nową wersję logotypu Akcji odzwierciedlającą hasło tegorocznej edycji jakim jest „Kierunek Zdrowie!”, a także opracuje grafiki będące elementem publikowanych postów i wyzwań oraz banera stałego promujących akcję zgodnie z *key visual* NCEŻ.
- 12) Wykonawca opracuje harmonogram działań, uwzględniający kalendarz realizacji poszczególnych wyzwań i przebieg Konkursu.
- 13) Wykonawca przygotuje regulamin Akcji i po jego zaakceptowaniu przez Zamawiającego zamieści go na stronie Konkursu; w panelu rejestracji.
- 14) Wykonawca przeprowadzi kampanię promującą Konkurs oraz opracuje i wyprodukuje treści promujące Konkurs:
 - a) 1 film w formie rolki w pionie promujący Konkurs,
 - b) 10 grafik do postów promujących (1 z nich do postu sponsorowanego z linkiem przekierowującym do strony z rejestracją do Konkursu, którego promocja będzie trwać co najmniej 14 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem Konkursu i 7 dni po rozpoczęciu Konkursu),
 - c) 1 artykuł promujący Konkurs (od 3 tysięcy do 6 tysięcy znaków ze spacjami) do publikacji na stronie internetowej Rodzinnej Akcji, NCEŻ i w formie artykułu sponsorowanego na wybranych przez Zamawiającego portalach internetowych, takich jak Interia, Onet, WP itp. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu)
 - d) 1 baner stały do kampanii Display informujący o Rodzinnej Akcji na 5 głównych portalach internetowych takich jak Interia, Onet, WP itp. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu),
 - e) Wykonawca wykupi w aplikacji mobilnej dziennika elektronicznego usługę adresowania komunikatu bezpośrednio do rodziców uczniów. Zamawiający dopuszcza wykupienie mailingu lub wykupienie usługi app native timeline message w jednego lub kilku dostawców takich usług obejmującą łącznie 250 000 wyświetleń rozłożonych w czasie tygodnia;

- 15) Wykonawca przeprowadzi Konkurs oraz opracuje i wyprodukuje treści na potrzeby Konkursu:
- a) 8 animowanych filmów edukacyjnych, spójnych pod względem stylistyki z produktami z poprzednich edycji Konkursu:
https://www.youtube.com/watch?v=xOJ3sNNb7_s
 - b) 4 infografiki żywieniowe w ramach wyzwań żywieniowych,
 - c) 10 grafik do postów informujących o wyzwaniach,
 - d) 4 grafiki do postów informujących o zwyciężcach,
- 16) Wykonawca opracuje i wyprodukuje treści podsumowujące Konkurs:
- a) 1 film w formie rolki w pionie podsumowujący Konkurs, prezentujących wyróżnione prace uczestników Konkursu, zawierający wybrane przez Zamawiającego materiały nadane przez uczestników stanowiące dokumentację wykonania wyzwań,
 - b) 1 grafika do postu podsumowującego Konkurs.
- 17) Wykonawca zakupi, obrenduje i wyśle nagrody do uczestników Akcji.

2.2 Wymagania dotyczące produkcji 8 filmów edukacyjnych, 1 filmu promującego Akcję oraz 1 filmu podsumowującego Konkurs

Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 8 animowanych filmów edukacyjnych na podstawie wytycznych Zamawiającego, 1 filmu w formie rolki w pionie promującego Konkurs oraz 1 filmu w formie rolki w pionie podsumowującego Konkurs (prezentacja wyróżnionych prac uczestników Konkursu, zawierająca wybrane przez Zamawiającego materiały nadane przez uczestników stanowiące dokumentację wykonania wyzwań). Wykonawca prześle filmy w formacie umożliwiającym ich emisję w Internecie (filmy promocyjne i podsumowujące w formie rolek w pionie w formacie do publikacji na social media NCEŻ oraz animowane filmy edukacyjne w formacie do publikacji na YT NCEŻ). Ponadto Zamawiający zapozna Wykonawcę z animowanymi filmami edukacyjnymi z poprzednich edycji.

2.2.1 Produkcja i przekazanie gotowych animowanych filmów edukacyjnych

- 1) Zamawiający prześle Wykonawcy propozycję tematów, w oparciu, o które Wykonawca przygotuje scenariusze. Tematy zostaną przekazane w terminie 5 dni kalendarzowych od daty zaakceptowania koncepcji kreatywnej kampanii.

- 2) Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 8 animowanych filmów edukacyjnych (dotyczących zdrowego żywienia oraz aktywności fizycznej) w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze, w formacie umożliwiającym ich emisję w Internecie.
- 3) Działania będą realizowane w dwóch etapach:
Etap 1: przygotowanie scenariuszy filmów przez Wykonawcę,
Etap 2: produkcja i przekazanie gotowych filmów.
- 4) Wykonawca przygotowuje, w terminie 5 dni kalendarzowych od daty przekazania przez Zamawiającego tematów, co najmniej dwie istotnie różniące się od siebie propozycje scenariuszy do każdego filmu (tematu) do wyboru i akceptacji Zamawiającego. Zamawiający wybierze po jednym scenariuszu do każdego filmu (tematu), na podstawie których Wykonawca stworzy animowane filmy edukacyjne.
- 5) Scenariusze filmów w każdej z wersji podlegają 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. Każdorazowo wszystkie stworzone materiały, w tym filmy będą dodatkowo sprawdzane i akceptowane przez Ministerstwo Zdrowia. Wykonawca uwzględni wszystkie ewentualne poprawki narzucone przez Ministerstwo Zdrowia.

2.2.2 Produkcja i przekazanie filmów w formie rolki w pionie

- 1) Wykonawca prześle Zamawiającemu dwie istotnie różniące się od siebie propozycje filmu, w formie rolki, promującego Konkurs, który będzie informować m. in. o celu, czasie trwania i zasadach Konkursu, nagrodach.
- 2) Wykonawca prześle Zamawiającemu propozycję filmu w formie rolki w pionie podsumowującego Konkurs (prezentacja wyróżnionych prac uczestników Konkursu, zawierająca wybrane przez Zamawiającego materiały nadesłane przez uczestników stanowiące dokumentację wykonania wyzwań).
- 3) Scenariusze filmów w każdej z wersji podlegają 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. Każdorazowo wszystkie stworzone materiały, w tym filmy będą dodatkowo sprawdzane i

akceptowane przez Ministerstwo Zdrowia. Zamawiający uwzględni wszystkie ewentualne poprawki narzucone przez Ministerstwo Zdrowia.

2.2.3 Specyfikacja filmów

- 1) Czas trwania animowanych filmów edukacyjnych wynosi 1-3 minuty, a filmów w formie rolek promujących oraz podsumowujących Akcję 30-60 s.
- 2) Filmy zostaną przygotowane w odpowiednich formatach, zgodnie z wymogami dostosowanymi do wymagań YouTube, Facebook i Instagram oraz z zasadami WCAG 2.1., w tym napisy. Za dodawanie i publikowanie filmów na YouTube, Facebook i Instagram oraz platformie dedykowanej Konkursowi odpowiedzialny będzie Wykonawca. Zamawiający przekaze Wykonawcy hasło do YouTube, Facebook i Instagram Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej.
- 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 nie zawierały żadnych innych logotypów niż wymienione w pkt 3 .
- 5) Produkcja filmów będzie się odbywać z wykorzystaniem wysokiej jakości profesjonalnego sprzętu, a w ramach wykonywanej usługi Wykonawca zapewni: montaż, profesjonalne oświetlenie, udźwiękowanie, efekty specjalne, lektora, opracowanie graficzne, transport i inne działania niezbędne do uzyskania odpowiedniego efektu.
- 6) Przygotowany materiał zostanie przekazany Zamawiającemu przez Wykonawcę na pendrive lub innym nośniku. Format pliku powinien umożliwiać proste odtworzenie na komputerach PC i Mac każdego typu oraz smartfonach, ponadto pliki powinny zostać przekazane w formie otwartej, z możliwością ich edytowania.
- 7) Jako okładkę filmu Wykonawca wykorzysta najbardziej korzystny kadr plus dołączy do niego tytuł filmu.
- 8) Termin przekazania filmów wg harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

2.2.4 Produkcja i przekazanie grafik i infografik

- 1) Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 25 grafik do postów na social media i 1 baneru stałego promującego akcję.

- 2) Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 4 infografik o charakterze edukacyjnym.
- 3) Wykonawca przygotowuje grafiki i infografiki w terminie 5 dni roboczych od daty przekazania przez Zamawiającego tematów.
- 4) Wykonawca odpowiedzialny będzie za umieszczenie grafik i infografik na stronie internetowej Zamawiającego oraz na wskazanych kanałach w social mediach.
- 5) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję graficzną baneru stałego wraz z informacją o miejscu publikacji baneru (nazwy portali internetowych).
- 6) Termin przekazania baneru, grafik i infografik wg harmonogramu uzgodnionego z Zamawiającym.

2.2.5 Specyfikacja grafik i infografik

- 1) Grafiki i infografiki będą spójne pod względem stylistyki z produktami z poprzednich edycji Konkursu oraz przygotowane w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym wytyczne, to jest wkład merytoryczny przekazany przez Zamawiającego po podpisaniu umowy:
<https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2023/10/Indeks-i-ladunek-glikemiczny.pdf>
<https://www.facebook.com/ncez.nizp/photos/a.261912923948966/2466773393462897/?type=3>
- 2) Przygotowane grafiki i infografiki będą spełniać aktualne wymagania graficzne social mediów i strony internetowej.
- 3) Przygotowany materiał zostanie przekazany Zamawiającemu przez Wykonawcę na pendrive lub innym nośniku. Format pliku powinien umożliwiać proste otwarcie na komputerach PC i Mac każdego typu oraz smartfonach, ponadto pliki powinny zostać przekazane w formie otwartej, z możliwością ich edytowania.
- 4) Na każdej grafice i infografice 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.
- 5) Zamawiający nie dopuszcza, by grafiki i infografiki zawierały logotyp Wykonawcy.
- 6) Grafiki i infografiki podlegają akceptacji Zamawiającego. Zamawiający w terminie 3 dni roboczych może zgłosić uwagi do przedstawionych propozycji. Wykonawca w terminie 2 dni kalendarzowych powinien uwzględnić uwagi Zamawiającego oraz ewentualne dodatkowe

poprawki narzucone przez Ministerstwo Zdrowia. Zamawiający uwzględni wszystkie ewentualne poprawki narzucone przez Ministerstwo Zdrowia.

3. NAGRODY W KONKURSIE

- 1) Wykonawca jest zobowiązany do zakupu, obrendowania i wysyłki nagród do zwycięzców zadań konkursowych.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do oznakowania nagród logotypami: Ministerstwa Zdrowia, Narodowego Programu Zdrowia, NIZP PZH - PIB, Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej zgodnie z wymogami MZ.
- 3) Zamawiający określa maksymalny budżet na nagrody rzeczowe o wartości łącznej 20 000 złotych
- 4) W skład nagród, o których mowa powyżej będą wchodziły:
 - a) nagrody tygodniowe - 8 nagród o łącznej wartości nieprzekraczającej 4 000 złotych (dwa wyzwania tygodniowo x 4 tygodnie, w tym cztery nagrody za wyzwania żywieniowe i cztery za wyzwania sportowe tj. 2 nagrody tygodniowo dla 2 różnych rodzin),
 - b) nagrody za wykonanie zadań specjalnych - 2 nagrody o łącznej wartości nieprzekraczającej 2 000 złotych,
 - c) nagrody główne za zajęcie miejsc od 1 do 3 - o łącznej wartości nieprzekraczającej 14 000 złotych.
- 5) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje nagród tygodniowych, za zadania specjalne oraz nagród za miejsca 1-3 oraz dokona zakupu wszystkich nagród po akceptacji Zamawiającego, z uwzględnieniem ich oznakowania.
- 6) 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.
- 7) Zamawiający nie dopuszcza oznakowania nagród żadnymi innymi logotypami, niż wskazane w pkt 2.2.3 ppkt 3.
- 8) Wykonawca będzie odpowiedzialny za dystrybucję nagród do zwycięzców poszczególnych kategorii zgodnie z harmonogramem po uzgodnieniu wysyłki z Zamawiającym.
- 9) Wykonawca po zakupie nagród przedstawi Zamawiającemu faktury za zakup poszczególnych nagród.

- 10) Wykonawca jest zobowiązany do przestania Zamawiającemu listów nadania nagród do laureatów.
- 11) W przypadku przetwarzania danych osobowych uczestników zadania tj., np. odbiorców działań 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. PROCEDURA AKCEPTACJA PRODUKTÓW

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję wszystkich produktów wraz z harmonogramem publikacji do akceptacji, nie później niż 14 dni kalendarzowych przed publikacją. Zamawiający zaakceptuje propozycje lub wniesie uwagi do harmonogramu w ciągu 3 dni roboczych od daty ich przekazania. Wykonawca naniesie uwagi Zamawiającego w ciągu 2 dni kalendarzowych i przestawi Zamawiającemu do akceptacji. Wykonawca uwzględni ewentualne dodatkowe poprawki narzucone przez Ministerstwo Zdrowia.

5. MONITORING I RAPORTOWANIE

- 1) Działania Wykonawcy rozpoczynają się z dniem podpisania Umowy i kończą z dniem zaakceptowania raportu z realizacji usługi, tj. nie później niż do 30.11.2024 r.
- 2) Wszelkie działania powinny być zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 3) Wszystkie działania prowadzone w ramach kampanii powinny być spójne oraz stanowić integralną całość, wykazującą synergię poszczególnych działań.
- 4) Wykonawca obowiązany jest do przedstawiania raportów z postępów prac: raport częściowy (miesięczny) – przekazywany w terminie do 5 dnia miesiąca za poprzedni miesiąc i raport końcowy – w terminie do 30 listopada 2024 r.
- 5) Raporty powinny zawierać nie tylko analizy ilościowe, ale i jakościowe przeprowadzonych działań oraz dodatkowe wytyczne i rekomendacje dalszych działań. Raport końcowy powinien zostać wzbogacony o grafiki z najważniejszymi danymi (np. statystykami z Facebooka, Instagrama, YouTube).
- 6) Zamawiający przekaże uwagi do raportu częściowego, a następnie raportu końcowego w terminie 3 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 lub elektronicznej 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.

6. JĘZYK I TONALNOŚĆ PRZEKAZU KONKURSU I KAMPANII PROMOCYJNEJ

6.1 Wymagania dotyczące stosowanego języka przekazu

- 1) Dostosowanie języka do kanału komunikacyjnego oraz grupy docelowej.
- 2) Przekaz powinien w sposób pozytywny motywować do zmiany nawyków żywieniowych.
- 3) Język przekazu powinien charakteryzować się otwartością i zachęcać do udziału w Konkursie oraz zmian nawyków żywieniowych
- 4) W przekazie nie należy używać zakazów, nakazów, oceniania oraz krytyki. Przekaz powinien zawierać pozytywne aspekty zdrowych wyborów dotyczących stylu życia.
- 5) Przekaz powinien wskazywać rozwiązania oparte na wynikach badań naukowych.
- 6) Ograniczenia przekazu:
 - a) Kampania nie może straszyć śmiercią,
 - b) Przekaz kampanii nie może być trywialny,
 - 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.: broni palnej, itp.

7. PRAWA AUTORSKIE

Wykonawca w ramach wynagrodzenia, przenosi na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do wszelkich utworów powstałych w wyniku realizacji przedmiotu zamówienia, uprawniających do nieograniczonego w czasie korzystania i rozporządzania ww. produktami w

kraju i zagranicą na wszystkich polach eksploatacji wskazanych w umowie, której istotne postanowienia umowne stanowią integralną część dokumentów zamówienia.