Załącznik nr 1 do SIWZ

**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia**

Przeprowadzenie kampanii edukacyjnej na terenie powiatu świdwińskiego w ramach projektu ***„Równe szanse w zdrowiu - program profilaktyki i promocji zdrowia w Powiecie Świdwińskim”,*** w ramach Programu Operacyjnego PL 13 Ograniczenie społecznych nierówności w zdrowiu, finansowanego ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2009-2014 oraz budżetu państwa**.** będą realizowane w następującym obszarze:

***1. Edukacja w zakresie zdrowego stylu życia i promocji badań profilaktycznych z zakresu profilaktyki chorób układu trawiennego***

***(markery nowotworowe i badania genetyczne)***

W ramach Kampanii Edukacyjnej odbędą się:

2 imprezy edukacyjne mające na celu integrację społeczności lokalnej i przekazanie w przyjaznej formie wiedzy na temat zdrowego stylu żywienia i poprawy zdrowia, badań profilaktycznych.

**Spotkania na terenie Powiatu Świdwińskiego w dwóch głównych miastach powiatu, pierwsza w Połczynie-Zdroju, druga w Świdwinie. W czasie od 8 do 24 kwietnia 2016 r.**

**W weekendy, w wybranym dniu, sobota bądź niedziela.**

**Miejsce : ogólnodostępne place, miejsca w/w miejscowości.**

Zakończenie kampanii wraz z podsumowaniem – sprawozdanie.

**Sprawozdanie sporządzone zostanie na wzorze przygotowanym przez Wykonawcę zawierające min. dokumentację fotograficzną z każdego z działań wraz z opisem, ilość wydanych materiałów promocyjnych i informacyjnych.**

**Spotkanie edukacyjne Połczyn-Zdrój:**

1. Stanowisko warsztatowe, gotowanie z osobą znaną z telewizji i w kręgu kulinarnym kraju (gwiazda). Zapewnienie sprzętu i składników potrzebne do przygotowania 3 ok. 30 min pokazów kulinarnych na scenie w formie warsztatu zdrowego żywienia. Czas na spotkania z mieszkańcami, rozmowy i zdjęcia.
2. Stanowisko degustacyjne, przygotowanie stanowiska (2 namioty o wymiarach minimalnych 3 x 3m, stoły o wymiarach minimalnych 18x70cm x 3. kuchenki x 4, patelnie, akcesoria kuchenne, garnki, naczynia jednorazowe) na którym podczas i po pokazach kucharz + asystent przygotowywać będą mini-porcje degustacyjne tych samych dań, które na scenie przygotowują gwiazdy, tak by mieszkańcy mogli ich spróbować.

Porcja degustacyjna każdego z dań min. 100 g. dla 70 osób, łączna liczba porcji do wydania w ciągu imprezy – 210. Współtowarzyszący degustacji przekaz edukacyjny. Odbiorcy minimum 200 osób . Czas trwania min 4 godziny.

1. Warsztaty kulinarne. Przygotowanie stanowiska (stoły, namioty, sprzęt) gdzie przez cały dzień imprezy w ok. 30 minutowych sesjach odbywać się będą mini-warsztaty kulinarne dla dorosłych, których tematem będzie zdrowie w kuchni. W każdej sesji udział będzie mogło wziąć (gotować) ok. 15 uczestników. Zakończeniem każdej sesji będzie degustacja wspólnie przygotowanych dań.

Porcja degustacyjna każdego z dań min. 2 x100 g. dla 15 osób podczas każdej sesji warsztatowej. Łącznie 150 porcji dla 75 uczestników warsztatów i 75 widzów .

Do zrealizowania 5 sesji warsztatowych.

1. Praca grupy animatorów : zabawy dla dzieci, podczas których będą uczyć się o wartościach zdrowej żywności, o zagrożeniach płynących ze spożywania produktów zmodyfikowanych i szkodliwych. Zajęcia edukacyjne na modelach człowieka, z narządami układu trawiennego. Zajęcia animacyjne. W wymiarze po 5 godzin na każdym spotkaniu. Minimum 7 osobowa grupa animatorów, posiadająca doświadczenie teatralne i/lub w działaniach outdoorowych.

Specyfika działania nie przewiduje merytorycznego przygotowania tematycznego. Aktorzy/animatorzy otrzymają informacje dotyczące projektu które będą podstawą ich działań.

Zakres działań: gry i zabawy integracyjne (skoki w workach, mini kręgle, skoki na orbitkach, rzut do celu, szczudła dziecięce, zabawa chustą integracyjną, przeciąganie liny – minimum 5 zabaw z wymienionych); zabawy Fdla najmłodszych prowadzone przez profesjonalnych animatorów (wykonawca określa liczbę osób niezbędną do prawidłowego przeprowadzenia gier i zabaw).

Odbiorcy : min 100 osób.

1. Opracowanie i dystrybucja ulotki zawierającej informacje o badaniach profilaktycznych i planie kampanii edukacyjnej.

Dystrybucja musi rozpocząć się najpóźniej tydzień przed pierwsza imprezą Kampanii.

Odbiorcy ulotek: min 500 osób.

Format ulotki min. A5 dwustronna nadruk full kolor, ilość min 500 szt.

**Spotkanie edukacyjne Świdwin, zakończenie kampanii :**

1. Stanowisko warsztatowe, gotowanie z osobą znaną z telewizji i w kręgu kulinarnym kraju (gwiazda). Zapewnienie sprzętu i składników potrzebne do przygotowania 3 ok. 30 min pokazów kulinarnych na scenie w formie warsztatu zdrowego żywienia. Czas na spotkania z mieszkańcami, rozmowy i zdjęcia.
2. Stanowisko degustacyjne, przygotowanie stanowiska (2 namioty o wymiarach minimalnych 3 x 3m, stoły o wymiarach minimalnych 18x70cm x 3. kuchenki x 4, patelnie, akcesoria kuchenne, garnki, naczynia jednorazowe) na którym podczas i po pokazach kucharz + asystent przygotowywać będą mini-porcje degustacyjne tych samych dań, które na scenie przygotowują gwiazdy, tak by mieszkańcy mogli ich spróbować. Porcja degustacyjna każdego z dań min. 100 g. dla 70 osób, łączna liczba porcji do wydania w ciągu imprezy – 210).

Współtowarzyszący degustacji przekaz edukacyjny. Odbiorcy minimum 200 osób . Czas trwania min 4 godziny.

1. Warsztaty kulinarne. Przygotowanie stanowiska (stoły, namioty, sprzęt) gdzie przez cały dzień imprezy w ok. 30 minutowych sesjach odbywać się będą mini-warsztaty kulinarne dla dorosłych, których tematem będzie zdrowie w kuchni. W każdej sesji udział będzie mogło wziąć (gotować) ok. 15 uczestników. Zakończeniem każdej sesji będzie degustacja wspólnie przygotowanych dań.

Porcja degustacyjna każdego z dań min. 2 x100 g. dla 15 osób podczas każdej sesji warsztatowej. Łącznie 150 porcji dla 75 uczestników warsztatów i 75 widzów .

Do zrealizowania 5 sesji warsztatowych.

1. Praca grupy animatorów : zabawy dla dzieci, podczas których będą uczyć się o wartościach zdrowej żywności, o zagrożeniach płynących ze spożywania produktów zmodyfikowanych i szkodliwych. Zajęcia edukacyjne na modelach człowieka, z narządami układu trawiennego. Zajęcia animacyjne. W wymiarze po 5 godzin na każdym spotkaniu. Minimum 7 osobowa grupa animatorów, posiadająca doświadczenie teatralne i/lub w działaniach outdoorowych.

Specyfika działania nie przewiduje merytorycznego przygotowania tematycznego. Aktorzy/animatorzy otrzymają informacje dotyczące projektu które będą podstawa ich działań.

Zakres działań: gry i zabawy integracyjne (skoki w workach, mini kręgle, skoki na orbitkach, rzut do celu, szczudła dziecięce, zabawa chustą integracyjną, przeciąganie liny – minimum 5 zabaw z wymienionych); zabawy dla najmłodszych prowadzone przez profesjonalnych animatorów (wykonawca określa liczbę osób niezbędną do prawidłowego przeprowadzenia gier i zabaw).

Odbiorcy : min 100 osób.

1. Opracowanie i dystrybucja ulotki zawierającej informacje o badaniach profilaktycznych i planie kampanii edukacyjnej.

Dystrybucja musi rozpocząć się najpóźniej tydzień przed pierwsza imprezą Kampanii.

Odbiorcy ulotek : min 500 osób.

Format ulotki min. A5 dwustronna nadruk full kolor , ilość min 500 szt.

1. Występ artystyczny –kabaret znanay w kraju (gwiazda), z programem nawiązującym do założeń kampanii. Czas trwania występu min. 60 minut.
2. Dwa seanse filmowe na świeżym powietrzu. Pierwszy seans dla dzieci. Drugi dla dorosłych w tematyce kampanii. Pokaz audio ,wideo z zabezpieczeniem opłat licencyjnych, sprzętu, siedzisk i niezbędnych pozwoleń.

Czas trwania każdego seansu min 60 minut.

Zabezpieczenie miejsc siedzących dla min 100 osób każdorazowo.

Na całość trwania Kampanii :

1. Opracowanie i dystrybucja ulotki zawierającej informacje o badaniach profilaktycznych i planie kampanii edukacyjnej. Dystrybucja musi rozpocząć się tydzień przed pierwsza imprezą Kampanii. Odbiorcy minimum 500 osób na każdym spotkaniu, łącznie 1000 sztuk.
2. Opracowanie i dystrybucja plakatów zawierających informacje o projekcie i plany spotkań kampanii edukacyjnej. Dystrybucja musi rozpocząć się tydzień przed pierwsza imprezą Kampanii.

Format plakatu min. A3 jednostronny nadruk full kolor , ilość min 500 szt.

1. Opracowanie filmowego spotu reklamowego realizującego założenia kampanii. Do dystrybucji, na facebooku, przed sensami filmowymi w trakcie trwania kampanii, do materiałów promocyjnych.
2. Opracowanie bannerów promocyjnych kampanii edukacyjnej. Po 2 w każdym z miast powiatu. Świdwin i Połczyn-Zdrój. Prezentacja ich musi rozpocząć się tydzień przed pierwsza imprezą Kampanii w miejscach ogólnodostępnych.

Wymiar banneru min. 6 x 1 m. Odbiorcy min. 20 000 osób.

1. Zakup i dystrybucja gadżetów realizujących założenia kampanii. Oznaczenia zgodnie z pkt. 8 . W ilości minimum 1000 sztuk.
2. Promocja Kampanii w mediach lokalnych, prasie, radiu, internecie.
3. Osoby podające posiłki muszą posiadać aktualne orzeczenia lekarskie do celów sanitarno-epidemiologicznych o braku przeciwskazań do wykonywania prac, przy wykonywaniu których istnieje możliwość przeniesienia zakażenia na inne osoby.
4. Zamawiający wymaga aby materiały były oznaczone w sposób wskazany dla każdego rodzaju materiału. Zamawiający dostarczy Wykonawcy logo oraz hasło kampanii promującej projekt. Wykonawca zobowiązuje się do umieszczenia na artykułach wymaganych przez Zamawiającego trwałych nadruków odpowiednich logotypów zgodnie z Wytycznymi dotyczącymi oznaczania **projektu realizowanego w ramach Programu Operacyjnego PL 13: Ograniczenie społecznych nierówności w zdrowiu dofinansowanym z Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2009-2014 oraz z budżetu państwa** zgodnie ze wskazaniami zawartymi w Podręczniku Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej oraz Wymogami Dotyczącymi Informacji i Promocji – po konsultacji z Zamawiającym. Zamawiający dostarczy Wykonawcy ww. Podręcznik.
5. **Wykonawca zobowiązuje się przenieść na Zamawiającego całość praw  
   autorskich do przedmiotu umowy, o którym mowa w Rozdziale D SIWZ, bez żadnych ograniczeń czasowych i terytorialnych, na wszelkich znanych w chwili zawarcia niniejszej umowy polach eksploatacji, a w szczególności:**
6. w zakresie utrwalenia i zwielokrotnienia dzieła - wytwarzanie dowolną  
   techniką, w tym drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz  
   techniką cyfrową;
7. w zakresie obrotu oryginałem lub egzemplarzami dzieła - wprowadzenie  
   do obrotu, użyczenie, najem oryginału lub egzemplarzy dzieła,  
   wprowadzani a do obrotu nośników zapisów wszelkiego rodzaju, w tym np.  
   CD, DVD, Blue-ray, a także publikacji wydawniczych realizowanych na podstawie dzieła lub z jego wykorzystaniem;
8. wszelkie rozpowszechnianie, w tym wprowadzania zapisów dzieła do  
   pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych, w tym ogólnie dostępnych  
   w rodzaju Internet i udostępniania ich użytkownikom takich sieci,
9. przekazywania lub przesyłania zapisów dzieła pomiędzy komputerami,  
   serwerami i użytkownikami (korzystającymi), innymi odbiorcami, przy pomocy  
   wszelkiego rodzaju środków i technik;
10. publiczne udostępnianie dzieła, zarówno odpłatne, jak i nieodpłatne,  
    w tym w trakcie prezentacji i konferencji oraz w taki sposób, aby każdy   
    mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym   
    także w sieciach telekomunikacyjnych i komputerowych lub w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych, w tym również – z zastosowaniem w tym celu usług interaktywnych.
    1. Wykonawca upoważnia również Zamawiającego do rozporządzania oraz korzystania z utworów stanowiących opracowanie (projektów graficznych), w zakresie wskazanym w pkt. 8. Wskazane upoważnienie może być przenoszone na osoby trzecie bez konieczności uzyskiwania zgody odrębnej.
    2. Wykonawca przekaże Zamawiającemu na własność projekty wizualizacji, na nośniku elektronicznym w programie który pozwoli na zachowanie dobrej jakości oraz edycję projektów.
    3. Przejście autorskich praw majątkowych następuje w ramach wynagrodzenia należnego Wykonawcy zgodnie z umową.
11. Zamawiający wymaga aby w ofercie, Wykonawca wymienił gwiazdę , która będzie brała udział w kampanii.