

Załącznik 1 – Zakres zadań agencji PR

1. Opracowanie strategii działań PR dla kampanii oraz aktualizacja strategii w trakcie jej realizacji
2. Realizacja działań PR:
 - a. Proaktywna współpraca z mediami
 - b. Stałe doradztwo w zakresie PR
 - c. Redakcja informacji prasowych oraz materiałów kampanijnych
 - d. Sprawdzanie efektywności dystrybucji materiałów prasowych (tzw. follow-up)
 - e. Doradztwo przy tworzeniu materiałów kampanijnych przygotowywanych przez zamawiającego w odrębnych zamówieniach
 - f. Tworzenie i aktualizacja baz mediów
 - g. Przygotowywanie mapy wydarzeń, które są związane z obszarami kampanii
3. Współpraca z ambasadorami lub liderami opinii oraz partnerami merytorycznymi i medialnymi
4. Monitoring mediów i analiza materiałów ukazujących się w mediach
5. Wsparcie w komunikacji w mediach społecznościowych (przygotowanie strategii działań oraz materiałów do publikacji)
 - a. Wsparcie przy organizacji wydarzeń dla mediów (np. spotkań, konferencji prasowych)
 - b. Tworzenie miesięcznych raportów z przeprowadzonych działań
 - c. Działania dodatkowe zaproponowane przez wykonawcę

Załącznik nr 2 - Założenia konkursu dla organizacji pozarządowych poświęconego obszarowi bezpieczeństwa w sieci (wstępna wersja założeń)

I. INFORMACJE

ORGANIZATOR	Ministerstwo Cyfryzacji, ul. Królewska 27, 00-060 Warszawa
PARTNER	Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa – Państwowy Instytut Badawczy (NASK-PIB), ul. Kolska 12, Warszawa

II. IDEA KONKURSU

Konkurs jest prowadzony przez Ministerstwo Cyfryzacji i NASK - PIB w ramach projektu „Kampanie edukacyjno-informacyjne”. Rzeczony projekt przewiduje realizację 4 ogólnopolskich kampanii w 4 obszarach tematycznych. Jednym z nich jest bezpieczeństwo w sieci.

Organizacje pozarządowe mają ogromny potencjał w zakresie realizacji działań informacyjno-edukacyjnych. Znając potrzeby społeczności oraz problemy z jakimi się stykają, skutecznie poszukują sposobów ich rozwiązywania.

Chcąc zagospodarować wiedzę i potencjał organizacji pozarządowych, planowane jest przeprowadzenie konkursu na kampanie informacyjno-edukacyjne poświęcone wybranym aspektom bezpieczeństwa w sieci. Nagrodą w konkursie będzie sfinansowanie działań informacyjno-promocyjnych jednej, dwóch lub maksymalnie trzech zwycięskich kampanii. Kampanie będą realizowane w 2019 roku. Jeden uczestnik konkursu może zgłosić pomysł na jedną kampanię, skierowaną do wybranej grupy docelowej lub grup docelowych wskazanych w założeniach konkursu.

Konkurs przyczyni się do realizacji celów projektu „Kampanie edukacyjno-informacyjne” w obszarze „bezpieczeństwo w sieci”. Wspomniane cele to wzrost świadomości obywateli Polski w zakresie bezpieczeństwa w Internecie, zagrożeń i radzenia sobie z nimi, obejmujący m.in.

1. wzrost świadomości dotyczący zagrożeń na jakie narażone są dzieci w związku z aktywnością w internecie (cyberprzemoc, sexting, szkodliwe treści) oraz zdobycie wiedzy o przeciwdziałaniu im (ochrona, informacja, edukacja podopiecznych);
2. wzrost świadomości zagrożeń związanych z korzystaniem z Internetu;
3. wzrost świadomości ochrony danych osobowych (prawa i obowiązki przedsiębiorców oraz prawa i obowiązki konsumentów);
4. jednoczesne wzmocnienie postawy zaufania obywateli wobec działań w sieci (e-usługi wdrażane przez administrację publiczną).

III. CELE KONKURSU

Cel główny:

Wzrost świadomości obywateli Polski w zakresie bezpieczeństwa w sieci, potencjalnych zagrożeń oraz sposobów radzenia sobie z nimi.

Celem zgłoszonej kampanii musi być podjęcie działań informacyjno-edukacyjnych w zakresie bezpieczeństwa w sieci, skierowanych do poniższych grup docelowych (zgłoszona kampania może być skierowana do wybranej jednej lub kilku wybranych grup docelowych).

IV. GRUPY DOCELOWE**Grupy docelowe kampanii konkursowych**

1. Dorośli korzystający z internetu o niskiej świadomości zagrożeń (ze szczególnym uwzględnieniem osób powyżej 34. roku życia, głównie ze wsi, małych i średnich miast – o dochodach poniżej średniej);
2. Przedsiębiorcy (małe i średnie przedsiębiorstwa);
3. Opiekunowie dzieci (bezpieczeństwo dzieci w sieci).

V. ZAŁOŻENIA KONKURSU**Uczestnicy**

Organizacje pozarządowe realizujące kampanie i/lub projekty i/lub prowadzące działania informacyjno-edukacyjne.

Warunki udziału w konkursie

1. Doświadczenie w organizacji minimum jednej kampanii informacyjno-edukacyjnej i/lub minimum jednego projektu informacyjno-edukacyjnego na terenie Polski. Na potwierdzenie doświadczenia uczestnik konkursu przedstawia portfolio inicjatyw (kampanii informacyjno-edukacyjnej lub/i projektu informacyjno-edukacyjnego – uczestnik konkursu przedstawia minimum jedną a maximum dwie inicjatywy).
2. Kwalifikacje zespołu, który będzie odpowiedzialny za realizację zgłoszonej do konkursu kampanii. Doświadczenie minimum jednej osoby w realizacji kampanii informacyjno-edukacyjnej i/lub projektu informacyjno-edukacyjnego (w latach 2015-2018 roku).
3. Współpraca (w czasie realizacji zgłoszonej kampanii) z ekspertem w dziedzinie bezpieczeństwa w sieci (podanie danych eksperta w zgłoszeniu).
4. Złożenie wymaganych dokumentów w terminie. Regulamin konkursu przewiduje możliwość uzupełniania brakujących informacji w terminie pięciu dni roboczych od momentu złożenia zgłoszenia kampanii do konkursu.
5. Kampania nie może promować żadnych nazw i znaków handlowych, oferty handlowej z obszaru bezpieczeństwa w sieci, nie będących własnością NASK - PIB lub Ministerstwa Cyfryzacji.
6. Brak zgodności zgłoszonej kampanii informacyjno-edukacyjnej z założeniami Konkursu powoduje odrzucenie zgłoszenia kampanii i wykluczenie z oceny.

Rodzaj kampanii informacyjno-edukacyjnych zgłaszanych do konkursu

- **Pomysł na nową kampanię**

Zgłoszenie pomysłu na realizację nowej kampanii informacyjno-edukacyjnej promującej aspekty bezpieczeństwa w sieci, w tym: uzasadnienie potrzeby realizacji kampanii (poparte analizą), cele, grupy docelowe, opis koncepcji kreatywnej lub pomysłu na kampanię, planowane działania kreatywne i reklamowe oraz wstępny szacowany budżet działań realizowanych w ramach konkursu, planowane rezultaty, informacje o ew. innych partnerach kampanii, zespół realizujący kampanię z uwzględnieniem eksperta w dziedzinie bezpieczeństwa w sieci.*

- **Pomysł na kontynuację kampanii**

Zgłoszenie już realizowanej i/lub zrealizowanej kampanii informacyjno-edukacyjnej promującej aspekty bezpieczeństwa w sieci (kontynuacja i/ lub rozszerzenie działań), w tym: uzasadnienie potrzeby realizacji kampanii (analiza), cele, grupy docelowe, opis koncepcji kreatywnej lub pomysłu na kampanię, planowane działania kreatywne i reklamowe oraz wstępne szacowanie ich kosztów, planowane rezultaty (oraz rezultaty poprzednich edycji kampanii), wstępny budżet kampanii (tej części, która miała być realizowana w ramach konkursu), informacje o innych partnerach kampanii projektu, zespół realizujący kampanię z uwzględnieniem eksperta w dziedzinie bezpieczeństwa w sieci.*

*zgłoszone kampanie nie mogą być finansowane z Funduszy Unii Europejskich.

Zgłaszane kampanie muszą mieć zasięg co najmniej regionalny tj. być realizowane na terenie co najmniej całego województwa.

Kryteria oceny zgłoszeń konkursowych

- Pomysł, kreatywność oraz wartość informacyjna/edukacyjna zgłoszonej kampanii informacyjno-edukacyjnej **(0-10 pkt.)**;
- Wykonalność oraz realność założeń zgłoszonej kampanii informacyjno-edukacyjnej **(0-5 pkt.)**;
- Trafność, użyteczność, trwałość planowanych działań kampanii **(0-8 pkt.)**;
- Spójność kampanii zgłaszanej przez organizację pozarządową z celami projektu „Kampanie edukacyjno-informacyjne” w obszarze bezpieczeństwo w sieci **(0-5 pkt.)**.

Maksymalna liczba punktów **28 pkt.**

Wybór nagrodzonych

Pierwszy etap – wybór nominowanych:

- Kapituła Konkursu wyłania nominowanych – najwyżej ocenione pomysły na kampanie (maksymalnie 6 kampanii).

Drugi etap – wybór zwycięzców:

- Nominowani zostaną zaproszeni na posiedzenie Kapituły Konkursu w celu prezentacji swoich pomysłów na kampanie. Wybrane kampanie będą prezentowane przed Kapitułą w wybranym terminie. O terminie spotkania organizacja pozarządowa zostanie poinformowana telefonicznie lub za pośrednictwem poczty elektronicznej (emailowo).
- Kapituła Konkursowa podejmuje decyzje większością głosów. W przypadku równej liczby głosów o werdykcie decyduje Przewodniczący Kapituły Konkursu.

Trzeci etap – propozycja i przekazanie nagrody:

- Na podstawie informacji zawartych w zgłoszeniu oraz przekazanych na prezentacji, Kapituła Konkursu zaproponuje nagrodę zwycięzcy / zwycięzcom.
- Kapituła Konkursu zastrzega sobie możliwość dostosowania charakteru i wartości nagrody do pomysłu na kampanię zgłoszonego w konkursie.
- Zakres świadczeń w ramach nagrody oraz treść umowy na realizację kampanii (umowa zawarta z agencją kreatywną) zostaną doprecyzowane ze Zwycięzcą / Zwycięzcami.

Nagrody

W ramach nagród Kapituła (Komisja) Konkursowa przyzna od jednej do trzech nagród – w zależności od charakteru i poziomu zgłoszonych kampanii.

Wartość nagrody, w zależności od decyzji Kapituły Konkursu, będzie wynosić:

- w przypadku jednej nagrody: 500 000 zł (obejmująca: zakup mediów – prasa i /lub internet i/ lub radio i/lub telewizja – o wartości minimum 400 000 zł; doradztwo i wsparcie agencji w zaplanowaniu i realizacji kampanii, tworzenie materiałów reklamowych – o wartości maksimum 100 000 zł),
- w przypadku dwóch nagród:
 - 1 x 300 000 zł (obejmująca: zakup mediów – prasa i/lub internet i/lub radio i/lub telewizja – o wartości minimum 250 000 zł; doradztwo i wsparcie agencji w zaplanowaniu i realizacji kampanii, tworzenie materiałów reklamowych – o wartości maksimum 50 000 zł),
 - 1 x 200 000 zł (obejmująca: zakup mediów – prasa i/lub internet i/lub radio i/lub telewizja – o wartości maksimum 150 000 zł; doradztwo i wsparcie agencji w zaplanowaniu i realizacji kampanii, tworzenie materiałów reklamowych – o wartości maksimum 50 000 zł).

- w przypadku trzech nagród:
 - 1 x 200 000 zł (obejmująca: zakup mediów – prasa i/lub internet i/lub radio i/lub telewizja – o wartości minimum 150 000 zł; doradztwo i wsparcie agencji w zaplanowaniu i realizacji kampanii, tworzenie materiałów reklamowych – o wartości maksimum 50 000 zł),
 - 2 x 150 000 zł (obejmujące: zakup mediów – prasa i/lub internet i/lub radio i/lub telewizja – o wartości minimum 110 000 zł; doradztwo i wsparcie agencji w zaplanowaniu i realizacji kampanii, tworzenie materiałów reklamowych – o wartości maksimum 40 000 zł).

Organizacja konkursu

- Biuro konkursu prowadzone przez Organizatora.
- Promocja konkursu prowadzona przez Organizatora.
- Kapituła konkursu złożona z przedstawicieli Ministerstwa Cyfryzacji, NASK - PIB, ekspertów zewnętrznych, przedstawiciela agencji
- Każda nagroda (kampania) zostanie doprecyzowana pod kątem potrzeb – budżetu na media i działań kreatywnych realizowanych przez agencję (agencja będzie obsługiwała zwycięski lub zwycięską organizacją pozarządową w realizacji kampanii).
- Rozliczenie kampanii – agencja będzie przygotowywała raport z realizacji kampanii.

Budżet

Budżet całkowity na realizację konkursu:

- **500 000 zł netto** – wartość nagród
- podatek od nagród oraz koszty obsługi konkursu opłacany z budżetu agencji reklamowej

Harmonogram konkursu

- 01.2019 – dopracowanie koncepcji konkursu z agencją
- 01.2019 – ogłoszenie konkursu i zbieranie zgłoszeń
- 02.2019 – ocena formalna zgłoszeń, ocena merytoryczna (wybór maximum 6 najlepszych zgłoszeń)
- 02.2019 – spotkania z Kapitułą konkursu, rozstrzygnięcie konkursu
- 03-11.2019 – realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnej
- 12.2019 – rozliczenie realizacji kampanii informacyjno-edukacyjnej z agencją