

Uchwała Nr 4197/2021
Zarządu Województwa Wielkopolskiego
z dnia 14 października 2021 r.

w sprawie ogłoszenia konkursu ofert na realizację zadania publicznego Województwa Wielkopolskiego z zakresu zdrowia publicznego w roku 2021.

Na podstawie art. 41 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2020 r., poz. 1668 ze zm.), art. 14 ust. 1 w związku z art. 13 pkt 3 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym (Dz. U. z 2021 r., poz. 183 ze zm.), Zarząd Województwa Wielkopolskiego uchwala, co następuje:

§ 1

Ogłasza się konkurs ofert na realizację zadania publicznego Województwa Wielkopolskiego z zakresu zdrowia publicznego w roku 2021 pn. „Przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja kampanii społeczno-edukacyjnej dotyczącej nieużywania alkoholu, innych substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza, w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym” na łączną kwotę 1.500.742 zł, zgodnie z załącznikiem do niniejszej uchwały.

§ 2

Treść ogłoszenia stanowiąca załącznik do niniejszej uchwały, zamieszczona zostanie na tablicy ogłoszeń, w Biuletynie Informacji Publicznej oraz na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.

§ 3

Wykonanie uchwały powierza się Dyrektorowi Departamentu Zdrowia Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Marszałek Województwa
Marek Woźniak

**Uzasadnienie do Uchwały Nr 4197/2021
Zarządu Województwa Wielkopolskiego
z dnia 14 października 2021 r.**

w sprawie ogłoszenia konkursu ofert na realizację zadania publicznego Województwa Wielkopolskiego z zakresu zdrowia publicznego w roku 2021.

Niniejsza uchwała ma na celu wyłonienie podmiotu, który będzie odpowiedzialny za przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizację kampanii społeczno-edukacyjnej dotyczącej nieużywania alkoholu, innych substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza, w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym. Powyższe polegać ma na prowadzeniu działań edukacyjno-informacyjnych adresowanych do osób wykonujących pracę w formie zdalnej.

Kampania realizowana będzie m.in. poprzez:

- przygotowanie przez wykonawcę oraz emisję cyklu reportaży na temat skutków spożywania alkoholu oraz używania substancji psychoaktywnych w trakcie pracy zdalnej oraz form i miejsc udzielania wsparcia i pomocy,
- stworzenie i prowadzenie strony internetowej oraz profilu na portalu społecznościowym,
- zapewnienie form wsparcia dla osób przeżywających trudności w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym,
- przygotowanie przynajmniej trzech spotów telewizyjnych oraz radiowych i ich emisja,
- przygotowanie i rozpropagowanie materiałów informacyjno-promocyjnych podejmujących tematykę poruszaną w niniejszej kampanii,
- przygotowanie wizualnych form promujących kampanię w postaci m.in. billboardów podejmujących tematykę poruszaną w niniejszej kampanii,
- przeprowadzenie ewaluacji oraz monitoringu prowadzonych działań.

Powyższe zadanie wpisywać się będą w działania przewidziane do realizacji w ramach:

- Wojewódzkiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych dla Województwa Wielkopolskiego na lata 2018 – 2022; „Wzmocnienie działań na rzecz profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych w Województwie Wielkopolskim”, w Obszarze I: Promocja Zdrowia, Priorytet 1: Edukacja Zdrowotna, Cel szczegółowy 1: Prowadzenie działań informacyjno-edukacyjnych, w tym kampanii edukacyjnych, dotyczących ryzyka szkód wynikających ze spożywania alkoholu dla konsumentów i ich otoczenia, Działanie 2: Realizacja i wspieranie działań, w tym kampanii informacyjno-edukacyjnych mających na celu zwiększenie świadomości na temat szkód wynikających z picia alkoholu,
- Wojewódzkiego Programu Przeciwdziałania Narkomanii dla Województwa Wielkopolskiego na lata 2020-2024.

Pandemia, kolejne następujące po sobie lockdowny, ograniczenie aktywności i kontaktów ze współpracownikami wpływały i wpływają nadal na kondycję psychiczną osób zatrudnionych, wykonujących swoje obowiązki w formie zdalnej. Stan psychofizyczny pracujących w ten sposób pogarsza się, ze względu na alienację i gorsze możliwości rozwoju zawodowego, spotęgowane

ponadto obostrzeniami higieniczno-sanitarnymi i ograniczeniem aktywności pozazawodowej. W konsekwencji próbą rozładowania napięcia emocjonalnego staje się często nadmierne spożywanie alkoholu, a także zażywanie innych substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza. Prawdziwe skutki pandemii w postaci zwiększenia zapotrzebowania na terapię odczuwalne będą, zdaniem ekspertów, za kilkanaście miesięcy. Spowodowane to będzie wzrostem liczby osób, które utraciły pracę z powodu pandemii i przedłużającym się jej stanem, a także społecznymi ograniczeniami, wpływającymi w sposób negatywny na stan psychofizyczny pracowników. Zwiększa się także prawdopodobieństwo powrotu na terapię osób, które wcześniej z niej zrezygnowały.

Należy zwrócić uwagę, że stawianie się do pracy w stanie nietrzeźwym lub spożywanie alkoholu w miejscu i czasie pracy jest ciężkim naruszeniem obowiązków pracowniczych. Mając na względzie wymienione przesłanki, podjęcie niniejszej uchwały jest zasadne.

Środki finansowe przeznaczone na dotację celową z budżetu na dofinansowanie zadania zleconego do realizacji jednostkom niezaliczanym do sektora finansów publicznych, zostały zabezpieczone w dziale 851 (Ochrona zdrowia), rozdziale 85154 (Przeciwdziałanie alkoholizmowi), § 2830 (Dotacja celowa z budżetu na finansowanie lub dofinansowanie zadań zleconych do realizacji pozostałym jednostkom niezaliczanym do sektora finansów publicznych) – 1.500.000 zł oraz w rozdziale 85153 (Zwalczanie narkomanii), § 2830 (Dotacja celowa z budżetu na finansowanie lub dofinansowanie zadań zleconych do realizacji pozostałym jednostkom niezaliczanym do sektora finansów publicznych) – 742 zł.

Paulina Stochniałek
Członek Zarządu

OGŁOSZENIE

**KONKURSU OFERT NA REALIZACJĘ ZADANIA PUBLICZNEGO WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO Z ZAKRESU
ZDROWIA PUBLICZNEGO WYNIKAJĄCEGO Z WOJEWÓDZKIEGO PROGRAMU PROFILAKTYKI I ROZWIĄZYWANIA
PROBLEMÓW ALKOHOLOWYCH DLA WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO NA LATA 2018-2022,
I WOJEWÓDZKIEGO PROGRAMU PRZECIWDZIAŁANIA NARKOMANII DLA WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO
NA LATA 2020-2024 PN.:**

„Przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja kampanii społeczno-edukacyjnej dotyczącej nieużywania alkoholu, innych substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza, w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym.”

I. Podstawa prawna:

1. Art. 14 ust. 1, w związku z art. 13 pkt 3 ustawy z dnia 11 września 2015 r. o zdrowiu publicznym (Dz.U. z 2021 r. poz. 183 ze zm.).
2. Uchwała Nr XXXIX /935/17 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 18 grudnia 2017 r. w sprawie uchwalenia Wojewódzkiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych dla Województwa Wielkopolskiego na lata 2018 – 2020, stanowiącego część strategii wojewódzkiej w zakresie polityki społecznej zmieniona Uchwałą Nr XXV/478/20 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 21 grudnia 2020 r. zmieniającą uchwałę w sprawie uchwalenia Wojewódzkiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych dla Województwa Wielkopolskiego na lata 2018 – 2020, stanowiącego część strategii wojewódzkiej w zakresie polityki społecznej.
3. Uchwała Nr XIV/275/19 Sejmiku Województwa Wielkopolskiego z dnia 20 grudnia 2019 r. w sprawie uchwalenia Wojewódzkiego Programu Przeciwdziałania Narkomanii dla Województwa Wielkopolskiego na lata 2020-2024.

II. Tytuł konkursu:

Przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja kampanii społeczno-edukacyjnej dotyczącej nieużywania alkoholu, innych substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza, w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym.

III. Główne założenia kampanii:

1. W związku z pandemią COVID-19 wielu pracowników etatowych zetknęło się ze świadczeniem pracy w trybie zdalnym po raz pierwszy, dla innych to codzienna rutyna. Nowy sposób pracy w środowisku domowym, konieczność ciągłego kontaktu telefonicznego, a także obcowanie na platformach

komunikacji internetowej/ wideokonferencji spowodował trudności w oddzieleniu pracy od życia osobistego oraz zwiększył ryzyko występowania złych nawyków. Wydłużający się czas lockdownu, ograniczenie aktywności i kontaktów ze współpracownikami wpływa na stan psychofizyczny zatrudnionych. Ponadto potencjalnym problemem jest ograniczona świadomość obowiązywania jednolitych zasad wykonywania pracy niezależnie od formy jej świadczenia i konsekwencji ich naruszania. W efekcie coraz częstszym problemem jest spożywanie alkoholu i/lub przyjmowanie innych substancji psychoaktywnych przy wykonywaniu obowiązków służbowych z domu.

2. Kampania ma mieć charakter edukacyjno-informacyjny, a jej celem powinno być przekazywanie rzetelnych informacji na temat szkód (negatywnych następstw) wynikających z prowadzenia niezdrowego stylu życia, w tym uzależnienia od substancji psychoaktywnych (alkohol, narkotyki, nowe substancje psychoaktywne – NSP, pozamedyczne stosowanie produktów leczniczych np. leki uspokajające i nasenne) oraz wskazanie postaw i zachowań prozdrowotnych je eliminujących, poprzez działania z zakresu radzenia sobie ze stresem, poczuciem odizolowania, adresowane do osób dorosłych świadczących pracę w trybie zdalnym.
3. W ramach oferty przygotować należy koncepcję planowanych działań poprzez ustalenie założeń, celów, metod, sposobów realizacji kampanii oraz poprzez przeprowadzenie ewaluacji i monitoringu. W ramach oferty dopuszcza się złożenie przez ten sam podmiot więcej niż jednej koncepcji realizacji kampanii.
4. Koniecznym jest nawiązanie współpracy ze specjalistą lub specjalistami z dziedziny uzależnienia od alkoholu oraz od substancji psychoaktywnych, w celu opracowania części edukacyjno-informacyjnej kampanii.
5. Działania podejmowane w ramach kampanii powinny:
 - przypominać konsumentom, aby uważali na to, w jakich okolicznościach spożywają alkohol oraz ostrzegać przed konsekwencjami spożywania alkoholu podczas wykonywania pracy, nawet w domu; niezależnie bowiem od miejsca jej wykonywania, obowiązują pracownika te same zasady, jak w przypadku pracy w biurze,
 - kształtować optymalne wzorce spożywania napojów alkoholowych przez osoby pełnoletnie po godzinach pracy zawodowej (określanie limitów spożywania alkoholu o niskim poziomie ryzyka szkód),
 - kształtować świadomość zdrowotną i motywację do dbania o zdrowie oraz kompetencje w tym zakresie - w celu eliminacji szkód wynikających z niezdrowego stylu życia, w kontekście używania substancji psychoaktywnych (narkotyki, nowe syntetyczne substancje psychoaktywne (NSP), pozamedycznego stosowania produktów leczniczych np. leki uspokajające i nasenne).

Ponadto, działania podejmowane w ramach kampanii powinny podkreślać możliwość dokonywania samodzielnych wyborów przez adresata przy równoległym ukazywaniu ich konsekwencji (na zasadzie bilansu zysków i strat). Kampania nie powinna wzbudzać strachu i wywoływać negatywnych skojarzeń.

6. Realizacja kampanii powinna opierać się na zintegrowanych działaniach promocyjnych, w celu dotarcia do szerokiej grupy odbiorców na terenie województwa wielkopolskiego. Szczególne znaczenie kładzie się na nawiązanie współpracy przez podmiot wyłoniony w postępowaniu konkursowym z zakładami pracy oraz instytucjami zajmującymi się zrzeszaniem pracodawców, pracowników tj. m.in. związków pracodawców, związków pracowników, którym zostaną przekazane produkty wytworzone w ramach kampanii i których zachęci się do aktywnego promowania idei/założeń kampanii.
7. Wszelkie działania w ramach kampanii powinny być dostosowane do aktualnej sytuacji epidemicznej związanej z rozprzestrzenianiem się koronawirusa SARS-CoV-2.
8. Główne zagadnienia kampanii:
 - a) skutki nadużywania alkoholu oraz zażywania substancji psychoaktywnych przez osoby świadczące pracę w trybie zdalnym, ukazane m.in. za pośrednictwem bilansu zysków i strat,
 - b) specyfika form pomocy i wsparcia, dostępnych na terenie województwa wielkopolskiego, dla osób spożywających alkohol w sposób wykraczający poza granice picia o niskim ryzyku szkód,
 - c) specyfika form pomocy i wsparcia, dostępnych na terenie województwa wielkopolskiego, dla osób uzależnionych od substancji psychoaktywnych,
 - d) promocja zdrowia jako budowanie świadomości zdrowotnej i motywacji do dbania o zdrowie, w celu eliminacji szkód wynikających z niezdrowego stylu życia w kontekście używania substancji psychoaktywnych,
 - e) przedstawienie różnych form radzenia sobie z poczuciem narastającej frustracji, izolacji, ograniczeniem aktywności i kontaktów ze współpracownikami i przełożonymi w trakcie pracy wykonywanej zdalnie, które to z kolei mogą prowadzić do sięgania po substancje psychoaktywne, w szczególności podczas wykonywania obowiązków służbowych np. zachęcanie do aktywności po pracy, nauka technik relaksacyjnych, technik radzenia sobie ze stresem.

IV. Cel konkursu:

1. Prowadzenie działań edukacyjno-informacyjnych adresowanych do osób dorosłych, mieszkańców województwa wielkopolskiego, świadczących pracę w trybie zdalnym, dotyczących ryzyka szkód wynikających z picia alkoholu oraz zażywania substancji psychoaktywnych i leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza, w szczególności podczas wykonywania obowiązków służbowych.
2. Przeprowadzenie ww. kampanii, w formie działań zintegrowanych w całym wskazanym okresie czasu, jednocześnie w przestrzeni publicznej, w telewizji, radiu i prasie regionalnej oraz Internecie, w tym w mediach społecznościowych (zasięg działań ograniczony do terenu województwa wielkopolskiego).

3. Przeprowadzenie kampanii dla dwóch różnych grup odbiorców tj. osób uzależnionych od alkoholu i/lub innych substancji psychoaktywnych, które podczas pracy z domu pogłębiają nałóg oraz osób, które z powodu trudności z radzeniem sobie ze stresem, poczuciem odizolowania czy brakiem kontaktu z współpracownikami w ramach pracy zdalnej rozpoczynają szkodliwe spożywanie alkoholu i/lub używana substancji psychoaktywnych.
4. Kampania swym zasięgiem objąć musi teren województwa wielkopolskiego i realizowana będzie m.in. poprzez:
 - a) Przygotowanie cyklu reportaży o charakterze edukacyjno-informacyjnym (proponowany przedział czasowy jednego odcinka: 15-20 minut), na temat m.in. skutków spożywania alkoholu oraz używania substancji psychoaktywnych w trakcie pracy zdalnej (ich wpływu na zdrowie, pracę i relacje interpersonalne), oraz form i miejsc udzielania wsparcia i pomocy w ww. zakresie na terenie województwa wielkopolskiego. Ponadto, w ramach cyklu reportaży proponuje się dodatkowo poruszyć tematy związane z wypaleniem zawodowym, technikami relaksacyjnymi oraz Work-life balance, czyli odpowiednim zarządzaniem czasem poprzez utrzymanie równowagi pomiędzy pracą a życiem prywatnym.

W ramach kampanii emisja reportaży powinna mieć miejsce w telewizji regionalnej/telewizjach regionalnych na terenie województwa wielkopolskiego i w Internecie na stronie i portalu społecznościowym kampanii.

Jednym z celów kampanii powinno być zaangażowanie w nią podmiotów udzielających pomocy w zakresie uzależnień, a także podmiotami zraszającymi pracowników i pracodawców.

Reportaże powinny uwzględniać wywiady ze specjalistami zajmującymi się tematyką uzależnień od substancji psychoaktywnych oraz ze specjalistami (np. terapeutą uzależnień, psychologiem, pedagogiem, coachem/trenerem) zajmującymi się udzielaniem pomocy, m.in. w sytuacjach stresowych, w budowaniu kompetencji rozwiązywania problemów, w wykorzystywaniu własnych zasobów, w celu zamiany własnej sytuacji życiowej oraz poprawy samopoczucia.

- b) Stworzenie strony internetowej oraz profilu na przynajmniej jednym portalu społecznościowym wraz z:
 - prowadzeniem ich przez cały okres trwania kampanii, a także przez okres 3 miesięcy po zakończeniu kampanii,
 - utrzymaniem ich przez rok kalendarzowy od momentu uruchomienia.

Poprzez przygotowanie strony internetowej rozumie się:

- stworzenie indywidualnego projektu graficznego strony internetowej,
- udostępnienie oraz możliwość wykonania przez osoby zainteresowane na stronie internetowej Testu AUDIT (Alcohol Use Disorder Identification Test – Test Rozpoznawania Problemów Alkoholowych) wraz z interpretacją wyników testu,
- oparcie strony na systemie zarządzania treścią (CMS),
- uwzględnienie zasad responsywności oraz standardów sieciowych i wytycznych dotyczących dostępności serwisów internetowych dla osób niepełnosprawnych, o których mowa

- w ustawie o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (WCAG 2.1) oraz w wytycznych zawartych w Krajowych Normach Interoperacyjności zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z 12 kwietnia 2012 r. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych (Dz.U z 2017 poz. 2247 tekst jedn.),
- zlecenie w ramach zadania zewnętrznego audytu spełnienia wymagań WCAG 2.1.
- c) Przygotowanie, wdrożenie na stronie internetowej formy wsparcia dla osób przeżywających trudności w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym.
- Poprzez zapewnienie form wsparcia rozumie się:
- przygotowanie, wdrożenie i utrzymanie na stronie internetowej chatu/ wideokonferencji/ rozmowy telefonicznej w czasie rzeczywistym ze specjalistami np. psycholog, pedagog, terapeuta uzależnień, coach/trener,
 - prowadzeniem aktywnej formy wspierania przez cały okres trwania kampanii, a także przez okres 3 miesięcy po zakończeniu kampanii, minimum 8 godzin dziennie od poniedziałku do piątku / minimum 40 godzin tygodniowo,
 - poza godzinami aktywnej/ rzeczywistej formy wsparcia możliwość zadania pytania specjalistom przez osoby zainteresowane w formie formularza kontaktowego. Uzyskanie odpowiedzi dla osoby zainteresowanej winno nastąpić w możliwie najkrótszym terminie w formie wybranej przez pytającego – korespondencja mailowa/ rozmowa telefoniczna.
- d) Przygotowanie przynajmniej trzech, 30-sekundowych spotów telewizyjnych i ich emisja w telewizji regionalnej/ telewizjach regionalnych o zasięgu wielkopolskim, w Kolejach Wielkopolskich, liniach tramwajowych i autobusowych w województwie wielkopolskim w liczbie przynajmniej 150 razy (łącznie).
- e) Przygotowanie przynajmniej trzech 30-sekundowych spotów radiowych i ich emisja na antenie przynajmniej jednej stacji regionalnej o zasięgu wielkopolskim, w liczbie przynajmniej 150 razy (łącznie).
- f) Przygotowanie i rozpropagowanie materiałów informacyjno-promocyjnych wśród poradni leczenia uzależnień i/lub poradni zdrowia psychicznego, związków zrzeszających pracodawców i pracowników, zakładów pracy, których pracownicy świadczą pracę w trybie zdalnym na terenie województwa wielkopolskiego, m.in. broszury informacyjne na temat szkód wynikających ze spożywania alkoholu oraz zażywania substancji psychoaktywnych oraz form pomocy i wsparcia na terenie województwa wielkopolskiego.
- g) Przygotowanie różnych form promujących kampanię w przestrzeni publicznej (m.in. billboardy, citylighty, reklamy w środkach komunikacji miejskiej, na przystankach), w prasie regionalnej, w tym przygotowanie różnych form wydarzeń ambientowych na tematy poruszane w niniejszej

kampanii, zwłaszcza skutków nadużywania alkoholu oraz zażywania substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza.

- h) Przeprowadzenie ewaluacji oraz monitoringu (przeprowadzenie oceny ex-ante w zakresie postaw pracowników świadczących pracę w trybie zdalnym wobec używek (alkohol, narkotyki, nadużywanie leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza – diagnoza zjawiska, a następnie ocena ex-post).

5. W postępowaniu konkursowym zostanie wybrany jeden realizator zadania.

6. Oczekiwane rezultaty kampanii

- przedłożenie raportu z realizacji zadania, o którym mowa w pkt 1 - 4 zawierającego zestawienie faktycznych emisji w oparciu o przygotowany media plan wraz z opisem kampanii, stanowiącego załącznik do sprawozdania finansowego z wykonania zadania.

V. Łączna wartość środków finansowych przeznaczonych na zadanie:

- 1.500.742,00 zł

VI. Termin realizacji

- od dnia 22 listopada 2021 r. do 31 grudnia 2021 roku.

VII. Podmioty uprawnione do składania ofert:

- podmioty niebędące jednostkami sektora finansów publicznych w rozumieniu ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, których cele statutowe lub przedmiot działalności dotyczą spraw objętych zadaniami z zakresu zdrowia publicznego określonymi w art. 2 ustawy o zdrowiu publicznym.

VIII. Wymogi formalne

1. Zapewnienie minimum **3% finansowych środków własnych** w stosunku do wnioskowanej kwoty dotacji.
2. Warunki kwalifikowalności kosztów.

Koszty powinny być bezpośrednio związane z realizowanym zadaniem i znajdować swoje uzasadnienie w toku jego realizacji, ujęte w budżecie projektu (a następnie faktycznie poniesione w okresie wskazanym w umowie i udokumentowane).

Kosztorys powinien być skalkulowany rzetelnie, wyłącznie w odniesieniu do zakresu planowanego zadania. W przypadku przyjęcia oferty do realizacji zadeklarowany wkład będzie mógł podlegać analizie merytorycznej i finansowej na każdym etapie jego realizacji.

a) Koszty personelu

- personel stanowią osoby zaangażowane w realizację projektu i wykonujące powierzone im zadania lub czynności osobiście tj. w szczególności osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy lub wykonujące zadania lub czynności na podstawie umowy cywilnoprawnej, osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą,
- wydatki na wynagrodzenie personelu są kwalifikowalne pod warunkiem, że ich wysokość odpowiada stawkom faktycznie stosowanym u realizatora zadania poza składaną ofertą, na analogicznych stanowiskach lub na stanowiskach wymagających analogicznych kwalifikacji,

Uwaga!

Warunkiem uznania kwalifikowalności ww. kosztów w zakresie realizacji zadania jest ich odpowiednie udokumentowanie, np. na podstawie ewidencji czasu pracy i faktycznego czasu pracy w ramach projektu.

b) Wydatki majątkowe, zakup środków trwałych

Dopuszczalne tylko w szczegółowo uzasadnionych przypadkach, gdy wydatki te są konieczne do realizacji zadania i merytorycznie uzasadnione. Wysokość i zasadność zaplanowanych kosztów będzie podlegać weryfikacji podczas oceny oferty.

c) W kosztorysie, stanowiącym element składanej oferty wydatki powinny być przedstawione w podziale na **koszty merytoryczne** oraz **koszty administracyjne**.

d) Koszty merytoryczne są kosztami bezpośrednio związanymi z celem konkursu, o którym mowa w części IV ogłoszenia,

e) Koszty administracyjne są to koszty bezpośrednio związane z obsługą i administracją realizowanego zadania i związane są z wykonywaniem działań o charakterze administracyjnym, w szczególności:

- koszty funkcjonowania podmiotu związane z realizacją zadania proporcjonalnie odpowiadające planowanym działaniom np. opłaty związane z najmem lokalu, opłaty za prąd, gaz, wodę, CO,
- usługi telekomunikacyjne, opłaty pocztowe,
- zatrudnienie koordynatora/ów,
- obsługa księgową, koszty usług powielania dokumentów związanych z obsługą administracyjną realizowanego wniosku,
- koszty materiałów biurowych i artykułów piśmienniczych związanych z obsługą administracyjną realizowanego wniosku,
- wydatki związane z otwarciem lub prowadzeniem wyodrębnionego na rzecz realizacji wniosku subkonta na rachunku bankowym lub odrębnego rachunku bankowego.

Uwaga!

Koszty administracyjne nie mogą przekroczyć 10% kosztów wnioskowanego dofinansowania.

Podmiot składający ofertę ubiegający się o pokrycie z dotacji kosztów administracyjnych powinien przedstawić jasną kalkulację kosztów, proporcjonalnie odpowiadającą planowanym działaniom.

f) Niedopuszczalna jest sytuacja, w której koszty administracyjne zostaną wykazane w ramach kosztów merytorycznych lub odwrotnie. Powyższa weryfikacja ma miejsce na etapie wyboru wniosku, a także może mieć miejsce na etapie realizacji zadania, jak i po jego zakończeniu.

3. Koszty niekwalifikowane

Do kosztów, które w ramach konkursu nie mogą być finansowane, należą koszty nie odnoszące się jednoznacznie do realizacji zadania, w tym m. in.:

- podatek od towarów i usług (VAT), **jeśli zostanie odzyskany** w oparciu o przepisy ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług,
- koszty pożyczki lub kredytu zaciągniętego na finansowanie realizacji wniosku,
- koszty utrzymania biura (np.: opłaty bieżące: opłaty związane z najmem/dzierżawą lokalu, opłaty za prąd, gaz, bieżącą wodę, usługi telekomunikacyjne, ścieki, odpady komunalne itp.) poza zakresem realizacji zadania,
- koszty wynagrodzenia pracowników poza zakresem realizacji zadania.

4. Wkład własny

Za **wkład własny** uznaje się wyłącznie środki finansowe będące w dyspozycji podmiotu, realizującego zlecone zadanie i przez niego bezpośrednio wydatkowane. Dokumentowanie poniesionych wydatków przez podmiot realizujący zadanie następuje w formie dowodów księgowych wystawionych na tenże podmiot.

5. Podatek od towarów i usług (VAT)

Wydatki w ramach realizacji wniosku mogą obejmować koszty podatku od towarów i usług (VAT) **tylko wtedy, gdy realizator zadania ich nie odzyska.**

Oferent jest zobowiązany, na etapie składania oferty, do złożenia oświadczenia o kwalifikowalności VAT zgodnie z wzorem określonym w załączniku do ogłoszenia. Oświadczenie o kwalifikowalności VAT podpisane przez oferenta będzie stanowić załącznik do zawieranej umowy na realizację zadania.

Uwaga!

W przypadku kiedy Oferent nie ma możliwości odzyskania podatku VAT, wszelkie koszty jakie zostały wskazane w preliminarzu są kosztami brutto (w takiej sytuacji podatek VAT jest kosztem kwalifikowanym). Natomiast w sytuacji kiedy Oferent jest uprawniony do odzyskania VAT ustala w preliminarzu koszty netto w tym zakresie (w takiej sytuacji VAT jest kosztem niekwalifikowanym). W sytuacji kiedy Oferent może częściowo

odzyskać podatek VAT, w kosztorysie powinien wskazać, które kwoty zostały podane netto a które z podatkiem VAT. Aktem prawnym, w oparciu o który należy badać możliwość odzyskania podatku VAT, jest ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług. Badanie możliwości odzyskania podatku VAT należy wyłącznie do obowiązków oferenta.

6. Doświadczenie w realizacji przedsięwzięć podobnych do przedmiotu zadania, tj. wykazanie, że w ciągu ostatnich 5 lat przed terminem upływu składania ofert, wykonał należycie co najmniej jedną kampanię społeczno–edukacyjną o charakterze działań zintegrowanych o zasięgu regionalnym, przy czym kampania ta polegała co najmniej na:
- realizacji spotu telewizyjnego,
 - przygotowaniu i prowadzeniu strony internetowej kampanii i/lub przygotowaniu i prowadzeniu profilu na portalu społecznościowym.

Uwaga!

Art. 4 ust. 1 pkt 2 ustawy 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych nakłada obowiązek stosowania przepisów tej ustawy na podmioty spoza sektora finansów publicznych w zakresie, w jakim wykorzystują środki publiczne lub dysponują tymi środkami. Zgodnie z art. 44 ust. 3 ustawy o finansach publicznych, **wydatki publiczne powinny być dokonywane:**

- 1) w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasad:
 - a) uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów,
 - b) optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów;
- 2) w sposób umożliwiający terminową realizację zadań;
- 3) w wysokości i terminach wynikających z wcześniej zaciągniętych zobowiązań;
- 4) osoby wchodzące w skład organu zarządzającego podmiotu niezaliczanego do sektora finansów publicznych, któremu przekazano do wykorzystania lub dysponowania środki publiczne, lub zarządzającego mieniem tych podmiotów **podlegają odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych** (art. 4 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych).

IX. Wymagane dokumenty

1. Wypełniony druk oferty.
2. Aktualny odpis z odpowiedniego rejestru lub inne dokumenty informujące o statusie prawnym podmiotu składającego ofertę i umocowania osób go reprezentujących.
3. Oświadczenie potwierdzające, że w stosunku do podmiotu składającego ofertę nie stwierdzono niezgodnego z przeznaczeniem wykorzystania środków publicznych.
4. Oświadczenie osoby uprawnionej do reprezentowania podmiotu składającego ofertę o niekaralności zakazem pełnienia funkcji związanych z dysponowaniem środkami publicznymi oraz niekaralności za umyślne przestępstwo lub umyślne przestępstwo skarbowe.

5. Oświadczenie, że podmiot składający ofertę jest jedynym posiadaczem rachunku, na który zostaną przekazane środki i zobowiązuje się go utrzymywać do chwili zaakceptowania rozliczenia tych środków pod względem finansowym i rzeczowym.
6. Oświadczenie osoby upoważnionej do reprezentacji podmiotu składającego ofertę wskazujące, że kwota środków przeznaczona zostanie na realizację zadania zgodnie z ofertą i że, w tym zakresie, zadanie nie będzie finansowane z innych źródeł.
7. Oświadczenie o kwalifikowalności VAT zgodnie ze wzorem określonym w załączniku do ogłoszenia.
8. Oświadczenie o zapewnieniu 3% środków finansowych własnych.
9. Przedłożenie dokumentów wskazujących, że cele statutowe lub przedmiot działalności podmiotu składającego ofertę dotyczy spraw objętych zadaniami określonymi w art. 2 ustawy o zdrowiu publicznym. Potwierdzeniem powyższego może być np. statut lub wypis z CEIDG.

Uwaga!

Druk oświadczeń, o których mowa w pkt 2-8 stanowi załącznik do ogłoszenia.

10. W przypadku składania oferty wspólnej każdy z podmiotów zobowiązany jest do złożenia dokumentów wymienionych w ppkt 1-7, a ponadto należy przedstawić kopię porozumienia, która określa:
 - zakres wykonywanych zadań oraz zasad wspólnego zarządzania projektem, w tym zarządzania finansowego,
 - podział zadań i ich wykonywania, które w ramach realizacji zadania będą wykonywać poszczególne podmioty,
 - sposób reprezentacji podmiotów wobec organu zlecającego realizację zadania,
 - zobowiązanie podmiotów składających ofertę wspólną do ponoszenia odpowiedzialności solidarnej za wykonanie zobowiązań wynikających z realizacji zadania.
11. W przypadku wyboru innego sposobu reprezentacji podmiotów składających ofertę wspólną, niż wynikający z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego właściwego rejestru – dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta(ów).
12. Do oferty załączyć należy następujące dokumenty:
 - a) strategię komunikacyjną dla planowanych działań, w tym opracowanie warstwy wizualno-tekstowej planowanych działań,
 - b) scenariusze cyklu reportaży z uwzględnieniem ich ilości oraz podjętych tematów,
 - c) scenariusze spotów telewizyjnych oraz radiowych promujących kampanię,
 - d) materiał edukacyjny promujący kampanię (projekt/szablon strony internetowej kampanii, materiał drukowany itp.),
 - e) propozycję media planu uwzględniającego co najmniej mix kanałów stacji telewizyjnych, radiowych i mediów społecznościowych dla wskazanej grupy docelowej, ze wskazaniem pory emisji.

Uwaga!

Dokumentacja musi być podpisana przez osobę/osoby uprawnione lub upoważnione do reprezentowania Oferenta, składania oświadczeń woli i zaciągania w jego imieniu zobowiązań finansowych zgodnie z zapisami statutu/regulaminu organizacyjnego, zapisami Krajowego Rejestru Sądowego, innego rejestru lub innych dokumentów potwierdzających umocowanie reprezentujących go osób oraz opatrzona pieczęcią firmową Oferenta.

X. Sposób oceny ofert

1. Rozpatrywane będą wyłącznie oferty złożone w terminie wskazanym w ogłoszeniu.
2. Oferty wraz z załącznikami złożone na niewłaściwych drukach, niekompletne, niepodpisane lub podpisane przez osoby nieuprawnione, nieopieczętowane lub zawierające inne braki formalne zostaną odrzucone z przyczyn formalnych w przypadku nieusunięcia tych braków we wskazanym w wezwaniu 3-dniowym terminie do ich usunięcia.
3. Wybór ofert nastąpi w terminie 14 dni, po upływie terminu składania ofert.
4. Od postanowień uchwały Zarządu w sprawie wyboru oferty i udzielenia dotacji nie ma zastosowania tryb odwoławczy.
5. Wszystkie złożone oferty wraz z załączoną do nich dokumentacją pozostaną w aktach Departamentu Zdrowia i nie będą odsyłane.
6. Zarząd Województwa Wielkopolskiego zastrzega sobie prawo do odwołania konkursu przed upływem terminu na złożenie ofert oraz prawo do wprowadzania zmian w ogłoszeniu, w tym do przedłużenia terminu na złożenie ofert lub terminu rozstrzygnięcia konkursu.

7. Kryteria formalne

Analiza kompletności oraz poprawności formalnej oferty.

- a) Ocena formalna ofert dokonywana będzie przez pracowników Departamentu Zdrowia.
- b) W przypadku wystąpienia braków formalnych oferent wezwany zostanie do uzupełnienia oferty w terminie 3 dni od dnia otrzymania wezwania, pod rygorem pozostawienia wniosku bez rozpoznania.
- c) Oferent powinien uzupełnić braki formalne w formie pisemnej. Wezwanie może zostać doręczone pocztą elektroniczną, faksem lub za pośrednictwem placówki pocztowej. W sytuacji gdy wezwanie zostanie doręczone w formie elektronicznej, podmiot jest zobowiązany potwierdzić jego otrzymanie.
- d) O zachowaniu terminu uzupełnienia braków formalnych decyduje dzień wpływu uzupełnień do siedziby Departamentu Zdrowia, w analogicznej formie w jakiej wezwanie zostało doręczone.
- e) Komisja odrzuca ofertę i nie kieruje jej do dalszej oceny merytorycznej w następujących przypadkach:
 - złożenia oferty z naruszeniem terminu podanego w ogłoszeniu o konkursie,
 - złożenia oferty przez podmiot nieuprawniony do udziału w konkursie,
 - nieusunięcia w wyznaczonym terminie braków formalnych.

8. Kryteria merytoryczne

Ocena merytoryczna ofert spełniających wymogi formalne dokonywana będzie przez Komisję Konkursową powołaną w drodze osobnej uchwały Zarządu Województwa Wielkopolskiego. Dopuszcza się możliwość składania wyjaśnień do części merytorycznej oferty, w sposób określony dla braków formalnych. Komisja konkursowa może zaprosić na posiedzenie podmioty wnioskujące, celem zaprezentowania zgłoszonych koncepcji realizacji kampanii.

Ocena merytoryczna zostanie dokonana w oparciu o następujące kryteria:

- a) Koncepcja planowanych działań - adekwatność doboru i opisu wskaźników rezultatów realizacji zadania (precyzyjne określenie rezultatów realizacji wniosku i ich wpływu na realizację celu zadania, realność, możliwość osiągnięcia rezultatów w kontekście planowanych działań i zasobów wnioskodawcy, spójność rezultatów z opisem planowanych działań, opis sposobu ewaluacji i monitorowania uzyskiwanych rezultatów) – **od 0 do 20 pkt**,
- b) Koncepcja realizacji przedmiotu zadania:
 - przedstawiona strategia komunikacyjna dla planowanych działań, w tym opracowanie warstwy wizualno-tekstowej planowanych działań – **od 0 do 10 pkt**
 - propozycja scenariuszy spotów telewizyjnych i radiowych promujących kampanię oraz propozycja cyklu reportaży – **od 0 do 15 pkt**
 - propozycja edukacyjnego materiału promującego kampanię (projekt/szablon strony internetowej kampanii, materiał drukowany) – **od 0 do 10 pkt**
 - proponowany harmonogram realizacji kampanii – **od 0 do 5 pkt**
 - propozycję media planu uwzględniającego mix kanałów stacji telewizyjnych, radiowych i mediów społecznościowych dla wskazanej grupy docelowej, ze wskazaniem pory emisji – **od 0 do 10 pkt**
- c) Prawidłowość sporządzenia kosztorysu realizacji zadania - **od 0 do 5 pkt**,
- d) Doświadczenie wnioskodawcy w zakresie adekwatnym do treści zadania będącego przedmiotem konkursu – **od 0 do 15 pkt**,
- e) Zasoby kadrowe przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania publicznego – **od 0 do 10 pkt**.

Uwagi!

Maksymalna liczba punktów możliwych do zdobycia w zakresie spełniania kryteriów merytorycznych wynosi 100 pkt.

Ostateczna liczba punktów to średnia sumy przyznanych punktów przez poszczególnych członków Komisji.

Wnioski, które w wyniku oceny merytorycznej uzyskały średnią liczbę punktów poniżej 60 punktów nie uzyskają dofinansowania.

Przekroczenie progu, o którym mowa powyżej nie jest jednoznaczne z przyznaniem dofinansowania

XI. Zasady przyznania dotacji

1. Złożenie oferty nie jest równoznaczne z zapewnieniem przyznania dotacji lub przyznaniem dotacji w oczekiwanej wysokości. **Zastrzega się prawo do przyznania mniejszej kwoty środków niż wnioskowana w ofercie.** Wysokość przyznanej dotacji zależy m.in. od wyniku oceny merytorycznej oferty oraz kwalifikowalności kosztów.
2. Ostateczna decyzja o wyborze oferty i udzieleniu dotacji podjęta zostanie w formie uchwały przez Zarząd Województwa Wielkopolskiego i opublikowana na tablicy ogłoszeń, w Biuletynie Informacji Publicznej oraz na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.
3. Uzyskanie dotacji na poziomie niższym niż kwota wnioskowana, uprawnia do zmniejszenia kosztu całkowitego zadania, przy jednoczesnym zachowaniu relacji procentowej do środków zadeklarowanych przez podmiot wnioskujący w ofercie do całości zadania. W takim wypadku podmiot zobowiązany jest do przedstawienia korekty oferty.
4. Szczegółowe warunki realizacji zadania określi umowa na realizację zadania.
5. Oferent, któremu zostaną przyznane środki na dofinansowanie realizacji zadania, zobowiązany jest do założenia wydzielonego rachunku bankowego, przeznaczonego wyłącznie do rozliczeń związanych z dotacją.
6. **Ze środków przyznanej dotacji nie mogą być pokrywane koszty realizacji zadania, poniesione przed dniem podpisania umowy.**
7. Wnioskodawca ma obowiązek ujawniania wszelkich dochodów / przychodów, które powstaną w związku z realizacją zadania, a nie zostały przewidziane w ofercie.
8. Dopuszcza się wydatkowanie uzyskanych przychodów, w tym także odsetek bankowych od przekazanych środków finansowych na podstawie niniejszego postępowania konkursowego, na realizację zadania, wyłącznie na zasadach określonych w umowie. Niewykorzystane przychody podlegają zwrotowi.
9. Wszelkie materiały wytworzone w wyniku realizacji zadania, w szczególności materiały edukacyjno-informacyjne, w tym: publikacje, ulotki, materiały promocyjne itd., a także zakupiony sprzęt będą zawierały:
 - a) znak graficzny Województwa Wielkopolskiego: **Herb Województwa Wielkopolskiego**,
 - b) informację o treści: **„Projekt współfinansowany przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego”**,proporcjonalnie do wielkości innych oznaczeń, w sposób zapewniający jego dobrą widoczność.
Herb Województwa Wielkopolskiego w wersji elektronicznej jest dostępny do pobrania ze strony internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu pod adresem: www.umww.pl.
10. Departament Zdrowia zastrzega sobie możliwość wnoszenia uwag na każdym etapie realizacji zadania oraz poddania recenzji wytworzonych materiałów i ich ostatecznej akceptacji. **Wnioskodawca, powinien w harmonogramie uwzględnić maksymalnie 5 dni roboczych na akceptację**

przedłożonych materiałów. Projekty przekazywane będą do akceptacji w wersji elektronicznej w formacie PDF.

11. Realizator zadania, w ramach wynagrodzenia zobowiązany jest do przeniesienia na Samorząd Województwa Wielkopolskiego, autorskich praw majątkowych, do wszystkich mogących stanowić przedmiot prawa autorskiego wyników prac, powstałych w związku z wykonaniem zadania oraz z tytułu własności dokumentacji, na podstawie której zostało utrwalone zadanie. Powyższe obejmuje również wyłączne prawo do udzielania zezwoleń na wykonywanie zależnego prawa autorskiego, do utworów wytworzonych w ramach realizacji zadania na polach eksploatacji wskazanych w umowie.
12. Wybrany realizator zadania zobowiązany będzie do dokonania archiwizacji i przekazania do Departamentu Zdrowia ostatecznej wersji wszelkich materiałów wytworzonych w toku realizacji kampanii na płycie CD lub DVD, która zawierać będzie materiał w wersji umożliwiającej dokonywanie jego edycji, zmian i modyfikacji (w plikach umożliwiających swobodne otwieranie i edytowanie, przy czym ilustracje i rysunki zapisane winny być w postaci wektorowej).
13. Zarząd Województwa może odmówić podpisania umowy z wybranym podmiotem w przypadku, gdy ujawnione zostaną nieznane wcześniej okoliczności podważające wiarygodność merytoryczną lub finansową podmiotu.

XII. Zapewnienie dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami:

1. Podmiot składający ofertę w konkursie zobowiązany jest od dnia 22 listopada 2021 roku do zapewnienia dostępności architektonicznej, cyfrowej oraz informacyjno-komunikacyjnej, osobom ze szczególnymi potrzebami, co najmniej w zakresie określonym przez minimalne wymagania, o których mowa w art. 6 ustawy z dnia 19 lipca 2019 roku o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 1062). Zapewnienie dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami następuje, o ile jest to możliwe, z uwzględnieniem uniwersalnego projektowania.
2. Obowiązek, o którym mowa w ust. 1, dotyczy ofert obejmujących zadania publiczne rozpoczynające się od dnia 22 listopada 2021 roku, trwające w dniu 22 listopada 2021 roku lub rozpoczynające się po dniu 22 listopada 2021 roku.

XIII. Miejsce i termin składania wniosków o udzielenie dofinansowania:

1. Oferty należy składać za pośrednictwem poczty lub osobiście w siedzibie Departamentu Zdrowia Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu, al. Niepodległości 34, 61-714 (Punkt Kancelaryjny – hol główny), w zaklejonej i opieczetowanej kopercie z dopiskiem: „Przygotowanie szczegółowej koncepcji oraz realizacja kampanii społeczno-edukacyjnej dotyczącej nieużywania alkoholu, innych substancji psychoaktywnych oraz leków uspokajających i nasennych przyjmowanych bez przepisu lekarza, w trakcie świadczenia pracy w trybie zdalnym.”
2. **Oferty składane winny być do: 5 listopada 2021 r. do godziny 15:30.**
3. O przyjęciu oferty decyduje data i godzina jej wpływu do Departamentu Zdrowia. Oferty, które wpłyną po terminie będą odrzucane.

UWAGA: Nie decyduje data stempla pocztowego.

4. Wszystkie strony oferty powinny być parafowane przez oferenta.
5. W przypadku złożenia kserokopii dokumentów, oferent zobowiązany jest potwierdzić je na każdej stronie za zgodność z oryginałem wraz z datą tego potwierdzenia.
6. Formularz oferty i druki oświadczeń do pobrania na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu: www.umww.pl oraz na stronie internetowej Biuletynu Informacji Publicznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu: www.bip.umww.pl.
7. Nie będą przyjmowane oferty przesyłane drogą elektroniczną oraz faksem.
8. Dodatkowe informacje uzyskać można pod numerami telefonu: (61) 626 63 59; (61) 626 63 72; (61) 626 63 74 oraz drogą elektroniczną: uzaleznienia@umww.pl.

Uwaga!

W ramach udzielanych wyjaśnień nie są prowadzone konsultacje dotyczące prawidłowości zapisów ofert, gdyż leży to w zakresie oceny formalnej i merytorycznej prowadzonej przez Komisję Konkursową.

9. Oferent może wskazać, które z informacji zawartych w ofercie stanowią tajemnicę przedsiębiorcy w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej i podlegają wyłączeniu od udostępniania innym podmiotom.
10. Podpisy pod ofertą, z dołączonymi załącznikami i oświadczeniami składają osoby upoważnione do składania oświadczeń woli, zgodnie z danymi z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego rejestru lub ewidencji. Wszystkie złożone własnoręcznie podpisy oraz pieczętki muszą być czytelne. W razie zaistnienia zmian upoważnień w trakcie procedury wyłaniania wniosku do realizacji, należy niezwłocznie, w formie pisemnej, poinformować o tym fakcie Dyrektora Departamentu Zdrowia.
11. Dwa lub więcej podmiotów działając wspólnie mogą złożyć ofertę wspólną.
12. Oferta wspólna wskazuje:
 - a) jakie działania w ramach realizacji zadania będą wykonywać poszczególne podmioty;
 - b) sposób reprezentacji podmiotów wobec organu zlecającego realizację zadania.
13. Umowę zawartą między podmiotami, określającą zakres ich świadczeń składających się na realizację zadania, załącza się do umowy o dofinansowanie zadania.
14. Podmioty składające ofertę wspólną ponoszą odpowiedzialność solidarną za zobowiązania.
15. Oferent nie może powierzyć osobom trzecim wykonania całości zleconego zadania. Powyższe nie obejmuje powierzenia podwykonawcy/om części realizowanego zadania, o ile oferent wskaże w ofercie taką możliwość i należycie ją uzasadni. Powyższe podlegać będzie weryfikacji na etapie oceny oferty.