

Mazowieckie Centrum Leczenia
ul. Narutowicza 80, 05-400 Otwock, tel.
NIP: 532-16-64-002 REGON:



Chorób Płuc i Gruzlicy
(22) 344 64 00, 344 64 71, centr. (22) 344 62 00
000676714 Konto: Bank PeKaO S.A. 66 1240

6074 1111 0000 4998 0149

<http://www.otwock-szpital.pl> e-mail: sekretariat.otw@otwock-szpital.pl

A/ZP.26.17 ZO.2.2026

Otwock, dnia 22.09.2026r

**Do wszystkich
zainteresowanych**

Dotyczy: przeprowadzenie kampanii informacyjnej obejmującej: przygotowanie, opracowanie i publikację materiałów prasowych oraz prowadzenie działań public relations dla POZ w ramach projektu pn. „Modernizacja, przebudowa i adaptacja infrastruktury szpitalnej wraz z zakupem wyposażenia w celu poprawy efektywności, jakości i dostępności do szybkiej diagnostyki i leczenia onkologicznego w MCLChPiG w Otwocku” w ramach *Zadania nr 18. Kampania promocyjna-informacyjna projektu* w terminie do 28.10.2026r. z uwzględnieniem informacji zawartych w Księdze Identyfikacji Wizualnej projektu KPO **W ramach projektu Zamawiający dysponuje kwotą 17 900,00 zł netto, która jest stała i nie ulegnie zmianie.**

Od Wykonawców wpłynęły następujące zapytania :

1. Czy materiały odnośnie punktu 1 zakresu przedmiotu zamówienia są dostępne u Państwa ? w celu opracowania graficznego i po zaakceptowaniu do wydruku i dystrybucji.
2. Organizacja spotkania: gdzie miałyby się odbyć, ile trwać, czy forma prezentacji jest dopuszczalna? Czy ma zawierać catering, dla jakiej ilości słuchaczy?
3. Jakie media społecznościowe mają Państwo na myśli -gdzie miałyby się ukazać materiały?
4. Jaki rodzaj i format materiałów informacyjnych powinien zostać przygotowany w ramach zamówienia? Ile egzemplarzy poszczególnych materiałów powinno zostać przekazanych do jednej placówki POZ?
5. Czy Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały źródłowe do opracowania materiałów informacyjnych?
6. Jaki zakres organizacji spotkania dla lekarzy POZ Zamawiający przewiduje po stronie Wykonawcy? Czy podany koszt obejmuje także koszt cateringu?
7. Ile materiałów informacyjno-edukacyjnych do mediów społecznościowych należy przygotować w ramach zamówienia oraz jakie formaty materiałów są oczekiwane? Na jakich kanałach mają być publikowane wymienione materiały i czy publikacja będzie odbywała się na profilach Zamawiającego, czy na profilach zewnętrznych?
8. Czy publikacja materiałów w mediach społecznościowych jest wymagana przed 30.10.2026?
9. Jakiej liczby i rodzaju materiałów drukowanych oczekuje Zamawiający w ramach przygotowania i dystrybucji materiałów oraz plakatów do minimum 50 placówek POZ (w szczególności: liczba egzemplarzy, rodzaje materiałów i formaty)?
10. Czy w ramach organizacji spotkania dla lekarzy POZ Zamawiający zapewnia salę, wyposażenie techniczne, catering oraz prelegentów/ekspertów merytorycznych, czy zapewnienie i pokrycie kosztów tych elementów leży po stronie Wykonawcy?

11. Jakiej liczby materiałów informacyjno-edukacyjnych do mediów społecznościowych oczekuje Zamawiający oraz w jakich kanałach/profilach mają zostać opublikowane?

12. Wzór umowy wskazuje na obowiązek poddania treści merytorycznych weryfikacji przez osobę posiadającą odpowiednie kwalifikacje. Czy Zamawiający zapewni możliwość konsultacji i weryfikacji materiałów przez swoich ekspertów/lekarzy, czy zapewnienie takiej osoby leży po stronie Wykonawcy?

13. Materiały dla placówek POZ. Prosimy o wskazanie, jakie dokładnie materiały powinien przygotować Wykonawca poza wskazanymi w OPZ plakatami (np. ulotki, broszury, foldery informacyjne, materiały elektroniczne).

14. Prosimy o określenie **minimalnej liczby egzemplarzy każdego rodzaju materiału**, które mają zostać przygotowane i dostarczone do jednej placówki POZ oraz łącznego minimalnego nakładu.

15. Prosimy o wskazanie wymaganych **formatów, liczby stron, rodzaju papieru, kolorystyki oraz innych parametrów technicznych druku** poszczególnych materiałów.

16. Czy po stronie Wykonawcy pozostaje zarówno:

- opracowanie treści,
- projekt graficzny,
- skład,
- druk,
- pakowanie,
- jak również fizyczna dystrybucja materiałów do minimum 50 placówek POZ?

17. Jeżeli Wykonawca ma odpowiadać za fizyczną dystrybucję materiałów, prosimy o wskazanie **obszaru terytorialnego**, na którym znajdują się placówki POZ, do których materiały mają zostać dostarczone.

18. Czy Zamawiający przekaze Wykonawcy **listę i dane kontaktowe minimum 50 placówek POZ**, czy też obowiązkiem Wykonawcy jest samodzielne wyszukanie placówek, nawiązanie z nimi kontaktu oraz uzyskanie ich zgody na przyjęcie materiałów?

19. Czy Zamawiający wymaga uzyskania od placówek POZ **potwierdzenia odbioru/dystrybucji materiałów**? Jeśli tak, w jakiej formie powinno ono zostać udokumentowane?

20. Treść merytoryczna materiałów

Czy Zamawiający przekaze Wykonawcy komplet informacji medycznych i organizacyjnych niezbędnych do przygotowania materiałów dotyczących m.in. diagnostyki onkologicznej i pulmonologicznej, diagnostyki bronchoskopowej, karty DILO oraz zasad współpracy z POZ, czy też Wykonawca ma samodzielnie opracować treści merytoryczne?

21. Kto ze strony Zamawiającego będzie odpowiadał za **merytoryczną weryfikację i akceptację treści medycznych** przed ich publikacją?

22. Prosimy o wskazanie przewidywanego **trybu akceptacji materiałów** oraz maksymalnego czasu, jaki Zamawiający przewiduje na zgłaszanie uwag i zatwierdzanie projektów.

23. Spotkanie dla lekarzy POZ - Prosimy o określenie przewidywanej/minimalnej **liczby uczestników spotkania**.

24. Prosimy o wskazanie przewidywanego **czasu trwania spotkania** oraz planowanego terminu lub przedziału czasowego jego realizacji.

25. Czy Zamawiający zapewnia nieodpłatnie **salę, wyposażenie techniczne, nagłośnienie, projektor, obsługę techniczną oraz miejsca parkingowe** dla uczestników?

26. Czy w ramach zamówienia Wykonawca ma zapewnić **catering dla uczestników spotkania**? Jeżeli tak, prosimy o wskazanie wymaganej liczby osób oraz oczekiwanego zakresu cateringu.

27. Kto zapewnia **prelegentów/merytorycznych prowadzących spotkanie dotyczące wystawiania skierowań, kart DILO i możliwości leczenia chorób płuc w MCLChPiG** – Zamawiający czy Wykonawca?

28. Jeżeli zapewnienie prowadzących należy do Wykonawcy, prosimy o określenie wymaganych kwalifikacji, liczby prowadzących oraz przewidywanego wymiaru godzinowego spotkania.

29. Czy Zamawiający przekaze Wykonawcy **bazę kontaktową lekarzy i placówek POZ**, do których mają zostać skierowane zaproszenia, czy stworzenie bazy odbiorców oraz pozyskanie danych kontaktowych należy do Wykonawcy?

30. Prosimy o określenie oczekiwanej formy dystrybucji zaproszeń – np. e-mail, telefon, przesyłka pocztowa, kontakt bezpośredni.

31. Czy przez „organizację spotkania” Zamawiający rozumie także **rekrutację uczestników i zapewnienie określonej minimalnej frekwencji**? Jeżeli tak, prosimy o wskazanie wymaganej minimalnej liczby uczestników.

32. Materiały informacyjno-edukacyjne w mediach społecznościowych

Prosimy o wskazanie minimalnej **liczby materiałów/postów**, które Wykonawca ma przygotować i opublikować.

33. Prosimy o wskazanie, na jakich **platformach społecznościowych** mają być prowadzone działania (np. Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube).

34. Czy materiały mają być publikowane na **istniejących profilach Zamawiającego**, czy Wykonawca ma utworzyć i prowadzić odrębne kanały/profil kampanii?

35. Prosimy o doprecyzowanie oczekiwanych **formatów materiałów**, np. posty graficzne, karuzele, infografiki, materiały wideo, rolki, stories, artykuły.

36. Czy w zakres zamówienia wchodzi również **nagrywanie i montaż materiałów foto/wideo**, czy wyłącznie przygotowanie materiałów tekstowych i graficznych?

37. Czy Zamawiający przewiduje **płatną promocję/reklamę materiałów w mediach społecznościowych**?

38. Jeżeli tak, prosimy o określenie **budżetu mediowego** oraz wskazanie, czy budżet ten ma zostać ujęty w cenie oferty Wykonawcy, czy zostanie zapewniony odrębnie przez Zamawiającego.

39. Prosimy o doprecyzowanie, w jaki sposób Zamawiający definiuje wskazane w OPZ „**docelowe grupy ryzyka – potencjalnych pacjentów MCLChPiG**”, w szczególności pod względem wieku, miejsca zamieszkania lub innych kryteriów.

40. Czy Zamawiający określa wymagany **zasięg kampanii, liczbę odbiorców, wyświetleń, kliknięć lub inne wskaźniki/KPI**, które Wykonawca powinien osiągnąć?

41. Materiały prasowe i działania public relations

W opisie przedmiotu zamówienia wskazano „przygotowanie, opracowanie i publikacje materiałów prasowych oraz prowadzenie działań public relations”, jednak zakres ten nie został dalej doprecyzowany. Prosimy o określenie:

- liczby wymaganych materiałów prasowych,
- rodzaju materiałów (np. informacja prasowa, artykuł ekspercki, wywiad, materiał sponsorowany),
- wymaganej liczby publikacji,
- rodzaju mediów, w których mają się ukazać,

- zasięgu mediów (lokalne, regionalne, ogólnopolskie, branżowe).

42. Czy Wykonawca ma zagwarantować **publikację materiałów w określonej liczbie mediów**, czy jego obowiązek ogranicza się do przygotowania materiałów i ich dystrybucji do redakcji?

43. Czy ewentualne koszty **płatnych artykułów sponsorowanych, emisji, powierzchni reklamowej lub innych odpłatnych publikacji** mają zostać wliczone do ceny oferty? Jeżeli tak, prosimy o określenie minimalnej liczby i parametrów takich publikacji.

44. Prosimy o doprecyzowanie, jakie konkretnie działania Zamawiający rozumie pod pojęciem „**prowadzenie działań public relations**” oraz określenie ich minimalnego zakresu ilościowego.

45. Harmonogram i rozliczenie

Z uwagi na wskazany termin zakończenia realizacji zamówienia do dnia 28.10.2026 r. prosimy o informację, od jakiego dnia Wykonawca będzie mógł rozpocząć realizację zamówienia oraz jaki przewidywany okres pozostanie od dnia podpisania umowy do zakończenia kampanii.

46. Czy Zamawiający wymaga przedstawienia przed rozpoczęciem działań **szczegółowego harmonogramu kampanii oraz planu komunikacji**?

47. Prosimy o określenie wymaganej formy **raportu końcowego z realizacji kampanii**, w szczególności zakresu danych i dokumentów potwierdzających wykonanie poszczególnych działań.

48. Czy Zamawiający przewiduje przeniesienie na siebie **autorskich praw majątkowych** do przygotowanych materiałów? Jeśli tak, prosimy o wskazanie wymaganych pól eksploatacji.

49. Prosimy również o jednoznaczne wskazanie, **które koszty zewnętrzne Wykonawca powinien uwzględnić w cenie oferty**, w szczególności: druk, przesyłki i dystrybucję, catering, wynagrodzenia prelegentów, fotografie i materiały wideo, zakup zdjęć/grafik, płatną promocję w social mediach oraz odpłatne publikacje w mediach.

Odpowiedź Zamawiającego: Zamawiający informujemy, iż

- zapewnia salę wykładową w celu przeprowadzenia spotkania dla personelu medycznego POZ, sala mieści 50 osób, wyposażona jest w sprzęt multimedialny. Sala mieści się w Pawilonie Głównym na terenie MCLChPiG w Otwocku. Zamawiający zapewnia prelegentów na spotkanie – 3 osoby.
- Przewidywany czas spotkania to 2 godziny.
- Minimalna liczba uczestników spotkania wynosi - 30 osób - personel medyczny POZ.
- Zamawiający oczekuje przedstawienia propozycji dot. organizacji cateringu dla uczestników spotkania.
- Zamawiający zapewnia materiały merytoryczne w celu opracowania materiałów: procedury, informacje o projekcie oraz możliwość konsultacji np. w formie wywiadu i weryfikacji materiałów przez przedstawiciela MCLChPiG.
- Autoryzacja materiału wymaga wyraźnej akceptacji Zamawiającego, przekazanej w formie pisemnej lub elektronicznej (e-mail). Zamawiający zobowiązuje się do przekazania akceptacji albo zgłoszenia uwag w terminie 2 dni roboczych od dnia przedstawienia materiału do autoryzacji.
- Wykonawca przenosi na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do materiałów, bez ograniczeń czasowych i terytorialnych, szczegółowe informacje odnośnie przeniesienia praw autorskich zawiera & 9 wzoru umowy.
- Kwota 17 900,00 - obejmuje całkowite koszty związane z realizacją zamówienia.
- Zamawiający oczekuje dystrybucji: m.in. po 20 szt. ulotek - B5, (4+4) na 1 POZ oraz po 2 szt. plakatów - A1 na 1 POZ.
- Zamawiający oczekuje dystrybucji materiałów na terenie powiatu otwockiego oraz okolicznych powiatów.

- Zamawiający nie przekazuje Wykonawcy bazy placówek, lekarzy POZ – są to dane ogólnie dostępne, powiat otwocki oraz okoliczne powiaty.
- Zamawiający wymaga potwierdzenia, udokumentowania przekazania materiałów do POZ na podstawie sprawozdania (potwierdzenie zawieszanie plakatu, kontakt z przedstawicielem placówki.)
- W zakres zamówienia wchodzi również nagrywanie i montaż mat. video – rolki.
- Zamawiający oczekuje przedstawienia propozycji dot. zasięgu kampanii, liczby odbiorców.
- Liczba materiałów w mediach społecznościowych - 5 profil Zamawiającego, 5 profile zewnętrzne.
- Działania public relations dotyczą publikacji materiałów na kanałach zewnętrznych (5 szt.)
- Zamawiający wymaga przedstawienia propozycji dot. płatnej reklamy, promocji w mediach społecznościowych.

Wszystkie zadania w ramach usługi muszą być zrealizowane do dnia 28.10.2026r., Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania przedmiotu Umowy w terminie do dnia 28.10.2026r. Wykonawca przygotowuje i przedłoży Zamawiającemu raport z przeprowadzonych działań. Raport powinien zostać złożony najpóźniej 29.10.2026 r.

DYREKTOR NACZELNY
Mazowieckiego Centrum Leczenia
Chorób Płuc i Gruźlicy
Anna Kamińska

WYNIK DZIAŁU
WYMIEN PUBLICZNYCH
I ZAOPATRZENIA
Hanna Cichecka
Hanna Cichecka

Mazowsze.
serce Polski

Mazowieckie Centrum Leczenia Chorób Płuc i Gruźlicy w Otwocku jest jednostką organizacyjną Samorządu Województwa Mazowieckiego

