|  |
| --- |
| 28-07-2020  Esbjerg Brygge 30 6700 Esbjerg  Tlf.: 33 73 20 00  sik@sik.dk  www.sik.dk  CVR nr. 27 40 31 23 |

**Opfordring til tilbud på forebyggende fyrværkerikampagner 2020 – revideret og lagt op på ny 28-07-20**

**1. Baggrund og formål**  
Hvert år kommer over 200 danskere til skade på grund af fyrværkeri i nytårsdøgnet. Langt de fleste tilskadekomne er mænd og drenge under 25 år.  
For at forebygge fyrværkeriskader, vil Sikkerhedsstyrelsen lancere en række forebyggende kampagner om sikker omgang med fyrværkeri.

**2. Opgavebeskrivelse**Kampagnerne skal eksekveres i perioden fra 15. december 2020 til 1. januar 2021.  
Formålet med kampagnerne er, at øge målgruppernes kendskab til risikoen ved fyrværkeri samt adfærdspåvirke forbrugerne til sikker håndtering af fyrværkeriet. Det drejer sig først og fremmest om at bruge sikkerhedsbriller, holde afstand og undgå at bruge ulovligt fyrværkeri.

* En kampagne målrettet drenge og mænd mellem 15 og 25 år
* En kampagne målrettet fædre om fyrværkerisikkerhed for deres børn/drenge
* En kampagne målrettet tilskuere

Der kan bydes på en enkelt kampagne eller flere kampagner. Dog ønsker vi en tydelig opdeling af koncept og budget for de enkelte kampagner, da vi forbeholder os retten til at vælge forskellige leverandører til de forskellige kampagner.

Der ønskes tilbud på færdige kampagner fra start til slut: dvs. ideudvikling, udformning, eksekvering af kampagnen, indrykning og distribution samt en afsluttende evaluering. Sikkerhedsstyrelsen bidrager som sparringspartner, men det forventes, at leverandøren selvstændigt kan tilrettelægge og gennemføre opgaven. Der er ikke specifikke krav til valg af kanaler, men kampagnerne skal fungere som en del af en bred forebyggende indsats, der også inkluderer en Snapchat kampagne og skolekampagne, som vi selv varetager. De udbudte kampagner skal ikke indbefatte pressearbejde.

**3. Tilbudsbetingelser**

* Kampagnerne skal primært afvikles i perioden fra 15. december 2020 til 1. januar 2021.
* Kampagnerne skal leveres til en samlet pris på max. 1.000.000 kr. alt inklusive i 2020. Tilbud med priser der overstiger de fastsatte beløb for kampagnerne vil ikke blive taget i betragtning.
* Opgaverne afregnes efter de gældende regler for staten, dog kan faktisk afholdte udgifter til eksempelvis produktion eller eksekvering afregnes med op til 50 % af kontraktværdien i takt med, at de er afholdt af leverandøren. Den resterende del af kontraktværdien afregnes, når de aftalte aktiviteter er gennemført tilfredsstillende. Dette aftales endeligt i kontrakten mellem Sikkerhedsstyrelsen og leverandøren.
* I tilbuddet skal der indgå et budget, hvor det bl.a. specificeres, hvor meget der allokeres til produktionsomkostninger, hvor meget til annoncering mv. samt hvordan budgetposterne fordeles i den samlede kampagneperiode.
* Tilbuddet/tilbuddene skal indeholde en beskrivelse af:
  + den kreative idé,
  + tone of voice,
  + hvordan målgruppen/målgrupperne bliver ramt og
  + effektmål.
* Det vægtes positivt, at ramme og konkret påvirke flest mulige i målgruppen.
* Tilbudsgivere vil blive bedt om at præsentere deres kampagneidé for Sikkerhedsstyrelsen i Esbjerg forud for valg af leverandør.
* I tilbudsmaterialet skal der indgå referencer til udvikling og eksekvering af relevante adfærdspåvirkende kampagner med dokumenteret effekt.
* Der skal udpeges en projektleder, som tidligere har arbejdet med kampagner for offentlige instanser. Cv skal indgå i tilbudsmaterialet.
* I tilbuddet skal indgå en tidsplan. Opgaven skal inddeles i faser, hvor Sikkerhedsstyrelsen skal godkende hver enkelt fase. Faserne kunne fx være kreativ ide, kampagnens budskab, kampagnens grafiske udtryk samt eksekveringsplan.

**4. Tildelingskriterier**   
De tilbud med bedste forhold mellem pris og kvalitet vælges. Tilbudsgiveren/tilbudsgiverne med de økonomisk mest fordelagtige tilbud, vil få tildelt opgaven under hensyn til følgende tre kriterier:

* Kreativ ide og effekt for målgruppen (Vægt 60 %)
* Tilbudsgiverens referencer til løsning af relevante opgaver (Vægt 20 %)
* Pris (Vægt 20 %)

**5. Tilbudsfrist**Tilbud på en eller flere kampagner sendes skriftligt pr. mail til Kommunikationschef Jacob Vestergaard på jve@sik.dk senest d. 12. august 2020 kl. 9.00.  
Vi vil hurtigst muligt herefter vurdere de indkomne tilbud og vælge en leverandør. Tilbagemelding kan forventes senest 31. august, hvor vi meddeler jer, om I bliver valgt til at løse opgaven/opgaverne eller ej.

**6. Skønnet kontraktsum**Den samlede budgetramme på samtlige 3 kampagner i 2020 er 1.000.000 kroner. Budgettet fordeles således på de 3 kampagner:

|  |  |
| --- | --- |
| **Aktivitet/kampagne** | **Budgetter 2020** |
| Kampagne 15-25-årige drenge og mænd | 450.000 |
| Kampagne rettet mod fædre | 250.000 |
| Kampagne rettet mod tilskuere | 300.000 |

**7. Supplerende dokumenter**

* Statistikker over fyrværkeriskader i nytårsdøgnet 2019-2020
* Samlet overblik over analyse og indsigter fra fokusgrupper, spørgeskemaundersøgelser mm.

**8. Kontaktoplysninger**  
Ved spørgsmål til kampagnen kan der rettes henvendelse til Rikke Laumark på mail [rla@sik.dk](mailto:rla@sik.dk) eller mobil 25103998, der afhængig af spørgsmålenes karakter vil justere i udbudsmaterialet.

**9. Væsentlige ændringer**Dette udbudsmateriale er revideret efter det oprindeligt udsendte udbudsmateriale udsendt d. 12-06-20. Der er ikke længere en fast kontrakt på kampagnerne for 2021 inkluderet i dette udbudsmateriale, og budgetterne for disse er derfor fjernet fra den samlede kontraktsum. Fristen for tilbud på udbuddet forlænges, og er nu d. 12. august 2020 kl. 9.00.

Vi glæder os til at høre fra jer.

Venlig hilsen

Jacob Vestergaard, Sikkerhedsstyrelsen