

System Obsługi Szkód i Regresów
(SOSiR)

Kampania informacyjno-promocyjna

ZAPYTANIE RFI

wrzesień 2023

Spis treści

Ważne terminy	3
Kontakt	3
1. Słownik	4
1.1 Informacje ogólne	4
1.2 Sposób przeprowadzenia RFI	5
1.3 Sposób złożenia Informacji w Procedurze RFI	5
1.4 Zakończenie procedury RFI	6
2. Opis Kampanii	7
2.1 Odbiorcy kampanii informacyjno-promocyjnej	7
2.2 Czas trwania kampanii informacyjno-promocyjnej	7
2.3 Budżet kampanii informacyjno-promocyjnej	7
2.4 Przewidywany zakres kampanii i dobór mediów	7
2.4.1 Działania promocyjne w Internecie	7
2.4.2 Dodatkowe materiały do wyprodukowania/przygotowania przez Wykonawcę	8
2.4.3 Obsługa PR	9
2.5 Wytyczne oraz regulacje określające zasady przeprowadzania kampanii informacyjno--promocyjnej w ramach projektów finansowanych z UE	9
3. Opis Projektu Obsługi Szkód i Regresów	11

WAŻNE TERMINY

Termin	Co należy zrobić?
15.09.2023	Udostępnienie przez UFG Zapytania RFI.
20.09.2023	Zadawanie pytań przez Uczestników. Uczestnicy mogą zadawać pytania dotyczące RFI i zasad realizacji przyszłego zamówienia. Pytania należy wysyłać mailem – adres podaliśmy w części 1.
do 22.09.2023	Udzielenie przez UFG odpowiedzi na pytania złożone przez Uczestników. Nie ujawniamy, który z Uczestników zadał pytanie.
do 29.09.2023 godz. 15.00	Termin składania Informacji w Procedurze RFI przez Uczestników. Informację należy przestać na adres bz@ufg.pl . O tym, jak to zrobić, przeczytasz w rozdziale 1.4.
do 30.10.2023	Z wybranymi Uczestnikami możemy zorganizować spotkania w celu szerszego zaprezentowania proponowanych rozwiązań.

KONTAKT

Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny. Jesteśmy osobą prawną działającą na podstawie ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych (tj. Dz. U. z 2022 r. poz. 2277 z późn. zm.). Po więcej informacji zapraszamy na naszą stronę www.ufg.pl.

Jak skontaktować się z nami w sprawach dotyczących postępowania RFI?

Prosimy o kontakt mailowy na wszystkie następujące adresy: aparafian@ufg.pl, dziaber@ufg.pl, jcabajbonicka@ufg.pl, koniecznie z tytułem wiadomości: „RFI info-promo PCM”.

Osobami upoważnionymi do kontaktu ze strony UFG w Procedurze RFI są:

- Andrzej Parafian, aparafian@ufg.pl, tel. 502 428 847
- Damian Ziąber, dziaber@ufg.pl, tel. 502 591 655
- Joanna Cabaj-Bonicka, jcabajbonicka@ufg.pl, tel. 783 367 901

1. SŁOWNIK

Jeżeli w tym dokumencie piszemy jakieś słowo wielką literą, należy je rozumieć w sposób wskazany poniżej.

Termin	Objaśnienie
Informacja	komplet dokumentów i materiałów składanych przez Uczestnika, pozwalający na zrealizowanie przez nas celów wskazanych w pkt. 1.1 Zapytania RFI
Kampania	kampania informacyjno-promocyjna Systemu Obsługi Szkód i Regresów
Postępowanie RFP	potencjalne postępowanie o udzielenie zamówienia na kampanię informacyjno-promocyjną Systemu Obsługi Szkód i Regresów
Projekt	projekt zaprojektowania i uruchomienia Systemu Obsługi Szkód i Regresów
RFI, Procedura RFI	procedura rozeznania rynku, która ma na celu m.in. pozyskanie informacji do przygotowania Postępowania RFP, możliwych sposobach przeprowadzenia Kampanii i oszacowanie jej kosztów
Uczestnik	podmiot, który jest zainteresowany udziałem lub uczestniczy w RFI
UFG, Zamawiający	Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny; również zwrot „my” oznacza UFG
Zapytanie RFI	niniejszy dokument

1.1 Informacje ogólne

1. Chcemy:

- dowiedzieć się, jak przeprowadzić Kampanię w sposób najbardziej efektywny, dostosowany do naszych potrzeb i grup docelowych,
- oszacować wartość zamówienia na przeprowadzenie Kampanii,
- uzyskać informacje, które posłużą do przygotowania Postępowania RFP na przeprowadzenie Kampanii,
- uzyskać informacje, które posłużą do sporządzenia wniosku o dofinansowanie realizacji Projektu z funduszy europejskich.

2. RFI nie stanowi zaproszenia do złożenia oferty w rozumieniu art. 66 i n. Kodeksu cywilnego ani zaproszenia do udziału w przetargu w rozumieniu Kodeksu cywilnego.

3. Zarówno w RFI, jak i w przyszłym zamówieniu, nie stosujemy przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2022 r. poz. 1710 z późn. zm.).
4. Przeprowadzenie RFI nie zobowiązuje nas do wszczęcia postępowania na wyłonienie wykonawcy Kampanii ani do udzielenia takiego zamówienia.
5. Koszty związane z uczestnictwem w RFI ponoszą Uczestnicy i nie będą przez nas zwracane. Uczestnicy Procedury RFI nie otrzymają od nas wynagrodzenia z tytułu udziału w Procedurze.

1.2 Sposób przeprowadzenia RFI

1. RFI prowadzona będzie w formie wymiany korespondencji w postaci elektronicznej. Korespondencję do nas prosimy kierować na adresy wskazane w rozdziale „Kontakt”.
2. Zastrzegamy sobie możliwość zorganizowania spotkań lub telekonferencji z Uczestnikami w celu omówienia zagadnień związanych z przedmiotem RFI. Mogą być one organizowane ze wszystkimi uczestnikami razem lub osobno z poszczególnymi Uczestnikami.
3. Informacje pozyskane od Uczestników mogą być wykorzystane w celach wskazanych w rozdziale 1.2. Nie przewidujemy ich bezpośredniego udostępnienia innym Uczestnikom.
4. Złożenie przez Uczestnika Informacji w RFI jest równoznaczne z:
 - a) udzieleniem nieodpłatnej, bezwarunkowej i nieodwołalnej zgody uczestnika na wykorzystanie przekazywanych informacji i utworów stanowiących przedmiot praw autorskich na potrzeby UFG, w szczególności w celach wskazanych w rozdziale 1.2;
 - b) nieodpłatnym zezwoleniem na rozporządzanie i korzystanie z tych utworów oraz ich opracowań, w szczególności ich wykorzystanie do przygotowania dokumentów, które będą podstawą prowadzenia Postępowania RFP;
 - c) zapewnieniem ze strony Uczestnika RFI, że wykorzystanie utworów przez UFG nie będzie naruszać praw osób trzecich.
5. W przypadku udostępnienia przez Uczestnika informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tj. Dz. U. z 2022 r. poz. 1233), Uczestnik powinien wyłączyć te informacje do odrębnego dokumentu lub dokumentów oraz w sposób jednoznaczny oznaczyć, że zawierają one tajemnicę przedsiębiorstwa.
6. Możemy w każdej chwili zrezygnować z prowadzenia Procedury RFI z wybranym uczestnikiem lub uczestnikami, jeżeli uznamy, że przekazywane przez nich informacje nie są przydatne do osiągnięcia celu RFI.

1.3 Sposób złożenia Informacji w Procedurze RFI

1. Informację należy przekazać w formie elektronicznej na adres bz@ufg.pl. Zalecamy jej zabezpieczenie hasłem, które prosimy przekazać na ten sam adres. Informacja powinna zostać

podpisana kwalifikowanym podpisem elektronicznym przez osoby uprawnione do reprezentowania Uczestnika. Może również zostać podpisana przez pełnomocnika – wtedy należy dołączyć pełnomocnictwo udzielone zgodnie z zasadami reprezentacji Uczestnika.

2. Termin, w jakim należy przekazać Informację i hasło, to 29 września 2023 r., do godziny 15.00.
3. Informacja powinna zawierać szacunkową wycenę Kampanii, w rozbiciu na poszczególne rodzaje aktywności. W celu ułatwienia przygotowania propozycji załączamy poniżej formularz do wypełnienia. Skorzystanie z tego formularza nie jest obligatoryjne.

Całkowity koszt (netto i brutto):		
Rodzaj aktywności	Proponowane działania (rodzaj i liczba)	Przewidywany koszt (netto i brutto)
Działania promocyjne w Internecie pkt 2.4.1		
Produkcja dodatkowych materiałów pkt 2.4.2		
Obsługa PR pkt 2.4.3		
Inne propozycje (jakie?)		

1.4 Zakończenie procedury RFI

1. Po otrzymaniu Informacji, z wybranymi Uczestnikami przeprowadzimy dodatkowe konsultacje dotyczące przedstawionych rozwiązań. Możemy też o przedstawienie zaktualizowanej Informacji.
 2. Zastrzegamy, że:
 - a) w każdej chwili możemy zdecydować o skróceniu lub wydłużeniu RFI;
 - b) w każdej chwili możemy zrezygnować z dalszego prowadzenia Procedury.
- Poinformujemy o tym Uczestników. Odpowiednią informację opublikujemy również naszej stronie internetowej www.ufg.pl. Nie musimy jej uzasadniać.
3. W ten sam sposób poinformujemy o zakończeniu Procedury RFI.

2. OPIS KAMPANII

2.1 Odbiorcy kampanii informacyjno-promocyjnej

Kampania powinna być skierowana głównie do osób fizycznych będących uczestnikami ruchu drogowego w Polsce. Kampania będzie informowała te osoby o przypadkach, w których za wypłatę poszkodowanym odszkodowań i świadczeń odpowiada UFG. Kampania będzie również informowała, z jakimi konsekwencjami muszą się liczyć sprawcy takich zdarzeń. Celem kampanii będzie wypromowanie e-usług, udostępnionych w ramach Systemu Obsługi Szkód i Regresów. SOSiR będzie wspierał obsługę spraw prowadzonych przez UFG, dotyczących szkód przez nas obsługiwanych oraz roszczeń regresowych wobec sprawców tych szkód. Kampania powinna zachęcić do skorzystania z nowych usług oraz przyczynić się do osiągnięcia wymaganych w projekcie wskaźników rezultatu, tj. odpowiedniej liczby spraw załatwionych z wykorzystaniem wskazanych e-usług (opis projektu SOSiR na końcu tego dokumentu).

2.2 Czas trwania kampanii informacyjno-promocyjnej

Termin rozpoczęcia kampanii będzie uzależniony od terminu publicznego udostępnienia Systemu Obsługi Szkód i Regresów oraz będzie z nim skorelowany. Planowany termin udostępnienia SOSiR to 30 listopada 2026 r. Zakładamy, że działania informacyjno-promocyjne rozpoczną się po uruchomieniu System i będą trwały **przynajmniej trzy miesiące**.

2.3 Budżet kampanii informacyjno-promocyjnej

Budżet Kampanii oszacujemy na podstawie Informacji złożonych w RFI. Prosimy, by koszt poszczególnych działań został przedstawiony w sposób, który umożliwi ich wybór i oszacowanie kosztów Kampanii w zależności od dokonanej selekcji.

2.4 Przewidywany zakres kampanii i dobór mediów

W ramach kampanii informacyjno-promocyjnej Projektu przewidujemy następujący zakres działań do zrealizowania po stronie Wykonawcy:

2.4.1 Działania promocyjne w Internecie

Reklama w postaci linków sponsorowanych w wyszukiwarce Google. Wykonawca powinien określić budżet i szacunkowe wskaźniki, jakie osiągnie za pomocą proponowanego przez siebie budżetu (np. liczba kliknięć w reklamę i przekierowań do wskazanego portalu). Do Wykonawcy będzie należało także zaproponowanie treści reklam i przedstawienie ich do akceptacji Zamawiającego. Reklamy powinny być aktywne przez cały okres trwania kampanii.

Reklama banerowa w internecie. Kampania powinna być prowadzona w sieci Google Display Network oraz wybranych portalach o treści ogólnej lub motoryzacyjnej. Wykonawca powinien zadeklarować łączną liczbę emisji reklam banerowych w trakcie trwania kampanii w ramach proponowanego przez

siebie budżetu (jedną emisję reklamy rozumie się jako jednorazowe przedstawienie reklamy użytkownikowi, tak jak we wskaźniku CPM/CPT). Do Wykonawcy będzie należało także zaproponowanie treści reklam i ich wyprodukowanie w odpowiednich formatach oraz przedstawienie ich do akceptacji Zamawiającego. Reklama banerowa w internecie powinna być prowadzona przez cały okres trwania kampanii.

Reklama w postaci artykułów sponsorowanych. Artykuły powinny być zamieszczone w co najmniej dwóch ogólnopolskich portalach internetowych o tematyce ogólnej lub motoryzacyjnej, których odbiorcami są konsumenci/osoby indywidualne. Lista portali do uzgodnienia/akceptacji z Zamawiającym. Zakładane natężenie publikacji: po dwa artykuły na każdym z wybranych portali w trakcie trwania kampanii (łącznie minimum cztery publikacje). Do Wykonawcy będzie należało także przygotowanie treści artykułów sponsorowanych i przedstawienie ich do akceptacji Zamawiającego.

Współpraca z influencerem/influencerką. Publikacje na kanałach co najmniej dwojga influencerów działających na takich kanałach jak: YouTube, Instagram lub TikTok. Wymogi dotyczące zasięgu influencera/influencerki to minimum 20 tys. Subskrybentów. Lista influencerów/influencerek do uzgodnienia/akceptacji z Zamawiającym.

2.4.2 Dodatkowe materiały do wyprodukowania/przygotowania przez Wykonawcę

Informacje prasowe. Przygotowanie trzech informacji prasowych oraz ich dystrybucja do dziennikarzy (lista dziennikarzy, obejmująca imiona, nazwiska i nazwy redakcji powinna zostać przygotowana przez Wykonawcę i przedstawiona do akceptacji Zamawiającego).

Infografiki. Wyprodukowanie co najmniej trzech grafik/infografik związanych z tematem Kampanii wraz z dostosowaniem ich formatów do różnych kanałów, w zależności od potrzeb (m.in. LinkedIn, Twitter czy portale internetowe, na których będą publikowane artykuły sponsorowane).

Nagrania w formacie .mp3. Przygotowanie i wyprodukowanie co najmniej trzech nagrań z wypowiedziami ekspertów Zamawiającego (czas trwania jednego nagrania: maksymalnie 1,5 minuty oraz ich dystrybucja wśród dziennikarzy z rozgłośni radiowych (lista dziennikarzy, obejmująca imiona, nazwiska i nazwy redakcji powinna zostać przygotowana przez Wykonawcę i przedstawiona do akceptacji Zamawiającego) oraz trzech nagrań w formacie short (YT). W wypowiedzi eksperta powinno znaleźć się wskazanie, że projekt jest współfinansowany z funduszy unijnych.

Podcasty. Wyprodukowanie co najmniej dwóch podcastów (w wersji audio) z udziałem ekspertów Zamawiającego (jeden podcast powinien trwać do 5 minut) oraz przekazanie ich Zamawiającemu w celu publikacji na kanale Zamawiającego w serwisie YouTube.

Tablica informacyjna projektu. Wykonawca powinien zapewnić wyprodukowanie tablicy informacyjnej, zgodnie z wytycznymi dotyczącymi promocji projektów realizowanych w ramach FERC.

Przy planowaniu kampanii informacyjno-promocyjnej nie jest obligatoryjne wykorzystanie wszystkich ww. rodzajów mediów, stanowią one jedynie sugestię. Dopuszczalne jest proponowanie form niewskazanych powyżej, ale wpisujących się w cel planowanej kampanii.

Kampania informacyjno-promocyjna powinna przynieść efektywny wynik, dlatego przy wyborze mediów, które zostaną wykorzystane przy kampanii, należy kierować się prawdopodobieństwem dotarcia do jak największej grupy odbiorców docelowych.

2.4.3 Obsługa PR

Poprzez obsługę PR rozumiemy następujące działania:

- przygotowanie strategii i harmonogramu kampanii oraz aktualizacja tych dokumentów w zależności od bieżących okoliczności,
- realizacja poszczególnych działań przewidzianych w strategii kampanii,
- bieżące doradztwo w zakresie realizacji strategii,
- stworzenie przez Wykonawcę listy dziennikarzy (imię, nazwisko, nazwa redakcji, bez szczegółowych danych kontaktowych) na potrzeby prowadzenia kampanii i przekazanie jej do akceptacji Zamawiającego,
- dystrybucja materiałów prasowych do wybranych dziennikarzy po uzgodnieniu z Zamawiającym,
- przekazywanie Zamawiającemu zapytań ze strony mediów (wraz z podaniem imienia, nazwiska dziennikarza i nazwy redakcji, bez szczegółowych danych kontaktowych),
- aranżacja publikacji materiałów na tematy związane z kampanią w mediach.

2.5 Wytyczne oraz regulacje określające zasady przeprowadzania kampanii informacyjno--promocyjnej w ramach projektów finansowanych z UE

Działania realizowane w ramach Kampanii muszą uwzględniać obowiązki dotyczące realizacji działań informacyjno-promocyjnych, wynikające z poniższych źródeł:

- Strategia komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027
(lokalizacja: <https://www.rozwojcyfrowy.gov.pl/strony/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/promocja-programu/>)
- Wytyczne dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027
(lokalizacja: <https://www.rozwojcyfrowy.gov.pl/strony/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/prawo-i-dokumenty/wytyczne-dotyczace-informacji-i-promocji-funduszy-europejskich-na-lata-2021-2027/>)
- Księga Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027
(lokalizacja: https://www.rozwojcyfrowy.gov.pl/media/111705/KTW_marki_FE_2021-2027.pdf)
- Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji
(lokalizacja: <https://www.rozwojcyfrowy.gov.pl/strony/dowiedz-sie-wiecej-o->

[programie/prawo-i-dokumenty/wytyczne-dotyczace-informacji-i-promocji-funduszy-europejskich-na-lata-2021-2027/\)](#)

3. OPIS PROJEKTU OBSŁUGI SZKÓD I REGRESÓW

System zapewni kompleksową realizację zadań UFG związanych z:

- wypłatą odszkodowań i innych świadczeń ubezpieczeniowych;
- dochodzeniem zwrotu wypłaconych przez Fundusz świadczeń, przede wszystkim od sprawców szkód i podmiotów, które nie spełniły ustawowego obowiązku ubezpieczenia.

System umożliwi kompleksową obsługę online wszystkich spraw związanych z wypłatą odszkodowań i świadczeń ubezpieczeniowych w zakresie realizowanym przez UFG. Poniżej wskazano sytuacje, w których poszkodowani mogą uzyskać świadczenia/odszkodowania wyłącznie od UFG:

- z tytułu ubezpieczenia obowiązkowego OC posiadaczy pojazdów mechanicznych, jeżeli posiadacz pojazdu, którego ruchem wyrządzono szkodę nie był ubezpieczony, albo gdy nie ustalono tożsamości posiadacza pojazdu lub kierującego pojazdem,
- z tytułu ubezpieczenia obowiązkowego OC rolników, jeżeli rolnik nie miał ubezpieczenia obowiązkowego,
- z tytułu umów ubezpieczeń obowiązkowych OC w przypadku upadłości zakładu ubezpieczeń,
- zaspokajanie roszczeń osób uprawnionych w przypadku ogłoszenia upadłości zakładu ubezpieczeń na życie,
- zaspokajanie roszczeń osób poszkodowanych w przypadku wyczerpania sumy gwarancyjnej (górnej granicy odpowiedzialności zakładu ubezpieczeń) obowiązującej przed 2006 r.,
- realizacja funkcji organu do spraw niewypłacalności dla szkód w państwie zamieszkania poszkodowanego (art. 10a dyrektywy komunikacyjnej),
- zwrot zakładom ubezpieczeń wypłaconego odszkodowania lub świadczenia i poniesionych kosztów z tytułu roszczeń wynikających z bezpłatnego ubezpieczenia granicznego oferowanego przybywającym do Polski obywatelom Ukrainy w związku z inwazją rosyjską w 2022 r.
- oraz inne wskazane przez ustawodawcę.

System umożliwi również kompleksową obsługę online wszystkich spraw związanych z dochodzeniem należności:

- od sprawców szkód i nieubezpieczonych posiadaczy pojazdów i gospodarstw rolnych - z tytułu zwrotu wypłaconych w procesie likwidacji odszkodowań i świadczeń oraz poniesionych kosztów;
- od zakładu ubezpieczeń - w przypadku identyfikacji polisy OC już po wypłacie przez UFG należnych odszkodowań i świadczeń;
- od poszkodowanych - w przypadku nienależnie pobranych świadczeń (np. w wyniku wyłudzenia);
- od syndyków - w przypadku upadłości zakładu ubezpieczeń.

Szybkość i skuteczność odzyskiwania przez Fundusz roszczeń od podmiotów rzeczywiście odpowiedzialnych za szkody stanowi w praktyce nie tylko realizację zasady sprawiedliwości społecznej, ale leży też w interesie ekonomicznym milionów obywateli ubezpieczających się w zakresie OC w sposób prawidłowy, ponieważ istnieje korelacja między tymi czynnikami a wysokością składki. Skuteczniejsze dochodzenie roszczeń przez Fundusz w sposób pośredni przełoży się na mniejsze konsekwencje finansowe wobec ubezpieczonych.

Procesy biznesowe związane z tymi obszarami są bardzo złożone i w celu ich usprawnienia system zostanie zaprojektowany w oparciu o nowoczesny silnik workflow.. Pozwoli to na przyspieszenie ich realizacji i skrócenie czasu oczekiwania przez obywateli na załatwienie ich spraw. Udostępnione e-usługi dla obywateli zapewnią obsługę procesu likwidacji szkody lub zaspokojenia roszczeń regresowych na wszystkich jego etapach i kompleksowe załatwienie sprawy. System będzie również udostępniał usługi dla zakładów ubezpieczeń, umożliwiające im pełną obsługę likwidowanych szkód. Projekt będzie wykorzystywał dostępne funkcjonalności systemów publicznych, m.in. rejestru PESEL, Rejestru Danych Kontaktowych, SI CEPiK, węzła krajowego login.gov.pl, systemu e-Sąd.