

Opis Przedmiotu Zamówienia

1. **Przedmiotem umowy** jest kampania promująca Internetowe Konto Pacjenta, aplikację mobilną mojeIKP oraz usługi e-zdrowia w prasie skierowana do obywateli w wieku 45+.
 - 1.1. W szczególności przedmiot umowy obejmuje:
 - 1.1.1. trzy półstronicowe publikacje w trzech różnych opiniotwórczych dziennikach ogólnopolskich o minimalnej średniej sprzedaży wydania (druk plus e-wydanie) 25 000 egz. (dane PBC za VII – IX 2022),
 - 1.1.2. cztery półstronicowe publikacje w dwóch różnych ogólnopolskich dziennikach o charakterze tabloidu o minimalnej średniej sprzedaży wydania (druk plus e-wydanie) 70 000 egz. (dane PBC za VII – IX 2022)- po dwie publikacje w każdym z tabloidów,
 - 1.1.3. dwie półstronicowe publikacje w dwóch różnych tytułach z kategorii ogólnopolskich tygodników opinii o minimalnej średniej sprzedaży wydania (druk plus e-wydanie) 60 000 egz. (dane PBC za VII – IX 2022),
 - 1.1.4. dwie całostronicowe publikacje w dwóch różnych tytułach lub opcjonalnie 3 półstronicowe artykuły w trzech tytułach z kategorii ogólnopolskie czasopisma poradnikowe i/lub life style o minimalnej średniej sprzedaży 30 000 egz. (dane PBC za VII – IX 2022),
 - 1.1.5. publikację jednego całostronicowego artykułu w sześciu różnych dziennikach regionalnych, ukazujących się w miastach o liczbie mieszkańców 100 000 +.
2. **Zadaniem Wykonawcy jest:**
 - 2.1 opracowanie mediaplanu i uzyskanie akceptacji Zamawiającego,
 - 2.2 opracowanie (merytoryczne, edytorskie, graficzne) artykułów,
 - 2.3 publikacja artykułów informacyjno-edukacyjnych zgodnie z zaakceptowanym mediaplanem,
 - 2.4 przygotowanie raportu z realizacji przedmiotu umowy.
3. **Termin realizacji zamówienia: najpóźniej do dnia 8 grudnia 2023 r., w tym terminy przewidziane na publikację:**
 - 3.1 artykułów, o których mowa w punktach: 1.1.1; 1.1.2; 1.1.3; 1.1.5 , od czerwiec 2023 r. do listopad 2023 r., z wyłączeniem miesięcy wakacyjnych, tj.: lipiec i sierpień 2023 r.,
 - 3.2. artykułów, o których mowa w punkcie 1.1.4, od czerwiec 2023 r. do listopad 2023 r.
4. **Kampania informacyjno-edukacyjna ma dotyczyć e-usług udostępnianych przez Centrum e-Zdrowia.** W ramach kampanii odbiorcy zostaną poinformowani o poszczególnych e-usługach i aplikacjach w sektorze zdrowia takich jak: e-recepta, e-skierowanie, centralna e-rejestracja, elektroniczna dokumentacja medyczna, Internetowe Konto Pacjenta (IKP) na pacjent.gov.pl oraz aplikacja mobilna mojeIKP. Informacje zawarte w materiałach nt. funkcjonalności i korzyści wynikających z e-usług mają na celu zbudować świadomość oraz zachęcić Polaków w wieku 45+ do skorzystania z tych rozwiązań, szczególnie do instalacji aplikacji mojeIKP.
5. **Szczegółowy opis zadań Wykonawcy**
 - 5.1. Do zadań Wykonawcy należy:
 - 5.1.1 przygotowanie mediaplanu, który musi zawierać następujące elementy:

- a) nazwa czasopisma,
 - b) objętość,
 - c) data publikacji,
 - d) data przekazania ostatecznych plików do redakcji,
- 5.1.2 opracowanie propozycji tematów poszczególnych artykułów,
 - 5.1.3 pozyskanie informacji oraz napisanie artykułów informacyjno-edukacyjnych,
 - 5.1.4 pozyskanie wypowiedzi,
 - 5.1.5 opracowanie graficzne i edytorskie zgodne z wymogami dostępności, w tym WCAG 2.1,
 - 5.1.6 korekta tekstu,
 - 5.1.7 publikacja w wydaniach papierowych i elektronicznych,
 - 5.1.8 artykuły muszą być tworzone kontekstowo, preferowane jest zastosowanie metody „storytelling”, human story (opisane tylko prawdziwe osoby). Ujęcie tematyki powinno być łatwe do przyswojenia dla szerokiego odbiorcy, który nie posiada jakiejkolwiek wiedzy o projekcie. Teksty powinny być interesujące dla czytelnika i dawać poczucie kontaktu z niezależnym artykułem, a nie urzędową broszurą informacyjną,
 - 5.1.9 artykuły muszą zawierać oprócz tekstu przynajmniej jeden element graficzny: infografika, wykres lub zdjęcie, opracowane wg. Projektu Wykonawcy, uprzednio zaakceptowanego przez Zamawiającego. Key visual materiału prasowego musi być spójny z makietą dziennika.

5.2. Jeśli istnieje taka możliwość, promocja każdego artykułu w postaci zapowiedzi/zajawki na pierwszej stronie periodyku, w dniu jego publikacji.

5.3. Artykuł nie może pojawić się w sąsiedztwie materiału o negatywnym wydźwięku związanym z publiczną ochroną zdrowia.

5.4. Przekazanie majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do wszystkich produktów powstałych w toku realizacji przedmiotu zamówienia bez ograniczeń co do czasu, terytorium, liczby egzemplarzy oraz pól eksploatacji. Przeniesienie praw autorskich nastąpi wraz z podpisaniem Protokołem Odbioru każdego z artykułów.

6. Harmonogram działań:

6.1. W ciągu **5 dni roboczych** od dnia zawarcia umowy Zamawiający przekaże Wykonawcy materiały tekstowe oraz Księgę znaku i inne elementy graficzne związane z systemem e-zdrowie (P1) oraz usługami e-zdrowia, niezbędne do opracowania artykułów oraz przygotowania mediaplanu.

6.2. W ciągu **5 dni roboczych** od dnia otrzymania od Zamawiającego materiałów, wymienionych w punkcie powyżej, Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego mediaplan, obejmujący wszystkie publikacje wskazane w pkt. 1. Zamawiający dokona akceptacji lub zgłosi uwagi do mediaplanu w **terminie 5 dni roboczych** od dnia jego otrzymania. Wykonawca dokona wskazanych przez Zamawiającego zmian i poprawek w terminie **2 dni roboczych** od dnia przekazania uwag przez Zamawiającego.

6.3. W sytuacjach nieprzewidzianych, związanych z nagłymi zmianami w harmonogramie realizacji projektu e-zdrowie (P1), Zamawiający zastrzega możliwość zgłoszenia wstrzymania lub/i przesunięcia publikacji materiałów w pierwotnym terminie określonym w mediaplanie.

6.4. Min. na **10 dni roboczych** przed zaplanowaną datą przekazania do publikacji ostatecznego pliku artykułu bądź innego materiału Wykonawca przekaże Zamawiającemu drogą elektroniczną materiał w formacie do edycji (np. doc/docx) celem jego akceptacji lub zgłoszenia ewentualnych uwag.

6.5. Zamawiający w terminie maksymalnie **4 dni roboczych** od otrzymania projektu materiału poinformuje Wykonawcę drogą elektroniczną o dokonanej akceptacji lub zgłosi uwagi;

Wykonawca zobowiązuje się do dokonania ewentualnych korekt najpóźniej w ciągu **2 dni roboczych** od otrzymanych uwag.

- 6.6. Wersja ostateczna artykułu lub innego materiału, która uzyskała akceptację Zamawiającego zapisywana jest w formacie .pdf lub innym formacie docelowym i przekazywana Zamawiającemu drogą elektroniczną.
- 6.7. Wykonawca nie może opublikować artykułu lub innego materiału, którego treść nie została zaakceptowana przez Zamawiającego.
- 6.8. Najpóźniej następnego dnia roboczego, licząc od dnia ukazania się artykułu lub innego materiału, Wykonawca prześle drogą elektroniczną skany stron.
- 6.9. Wykonawca przygotowuje **raport z realizacji kampanii promocyjnej** do akceptacji Zamawiającego w terminie do **5 dni roboczych** od dnia publikacji ostatniego materiału. Zamawiający dokona akceptacji raportu lub zgłosi do niego uwagi w terminie **do 3 dni roboczych** od dnia jego otrzymania. Wykonawca dokona wskazanych przez Zamawiającego zmian i poprawek w terminie do **2 dni roboczych** od dnia przekazania uwag przez Zamawiającego. Zamawiający zastrzega sobie możliwość maksymalnie dwukrotnego zgłoszenia uwag do proponowanego przez Wykonawcę raportu.
- 6.10. **Raport z realizacji kampanii promocyjnej** powinien zawierać szczegółową i rzetelną informację z całości działań przeprowadzonych przez Wykonawcę. Raport będzie zawierał elementy takie jak m.in.:
 - a) prasa - tytuł, nakład, sprzedaż, czytelnictwo,
 - b) artykuły - terminy, miejsce, czas publikacji; kontekst/skrót artykułu/streszczenie,
 - c) ogólna ocena działań na podstawie analizy w oparciu o pomiar zasięgu oraz pomiar grupy odbiorców (czynniki demograficzne: miejsce zamieszkania, wiek, płeć, wykształcenie),
 - d) skany/screeny wszystkich materiałów.

7. **Podział budżetu:** łączny koszt opracowania mediaplanu oraz raportu końcowego nie może przekraczać 5% całkowitej wartości umowy brutto.

8. Zasady współpracy:

- 8.1. Na etapie realizacji zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do pozostawania w stałym kontakcie z Zamawiającym (spotkania odpowiednio do potrzeb, kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną, wyznaczenie osoby nadzorującej całą kampanię do kontaktów z Zamawiającym).
- 8.2. Wykonawca jest zobowiązany do wykonywania wszelkich korekt i poprawek przedstawionych projektów koncepcji/ scenariuszy/ innych materiałów zgodnie ze wskazaniem Zamawiającego, do momentu ostatecznej ich akceptacji przez Zamawiającego. Jeśli korekty i poprawki, o których mowa w zdaniu poprzednim, będą mogły mieć wpływ na jakość materiałów, Wykonawca poinformuje o tym Zamawiającego celem podjęcia przez Zamawiającego ostatecznej decyzji. Ostateczna decyzja w tym zakresie należy do Zamawiającego i zobowiązuje Wykonawcę.
- 8.3. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu ostatecznej wersji słownej i wizualnej filmów celem dokonania przez Zamawiającego akceptacji. Akceptacja Zamawiającego jest warunkiem realizacji Umowy. Akceptacja może mieć formę elektroniczną.

- 8.4. Zamawiający wymaga, aby osoba wykonująca usługi w zakresie czynności administracyjno-biurowych w ramach realizacji Umowy, w okresie realizacji Umowy była zatrudniona na minimum 1/4 etatu na podstawie umowy o pracę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (tj.: Dz. U. z 2020 r. poz. 1320 ze zm.). Zamawiający nie ingeruje w sposób organizacji pracy u Wykonawcy.

