



KOMUNIKAT

do ogłoszenia o konkursie ofert na wybór Realizatora zadania z zakresu zdrowia publicznego, pn. *Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii edukacyjno-informacyjnej na temat chorób otępiennych, w tym choroby Alzheimera w ramach Zadania 3: Wspieranie aktywności społecznej seniorów oraz poprawa związanej ze zdrowiem jakości życia osób starszych, Celu Operacyjnego 5 Wyzwania demograficzne Narodowego Programu Zdrowia 2021-2025*

W ślad za ogłoszeniem opublikowanym w dniu 3 czerwca 2022 r. Departament Lecznictwa informuje, że w treści załącznika nr 1 do niniejszego ogłoszenia pn. *Szczegółowy opis celów, elementów oraz oczekiwanych efektów zadania* wprowadzone zostały następujące zmiany¹:

1. W części II załącznika nr 1, pn. *Opis i założenia realizacji zadania*:

a. W punkcie 1 pn. *Zakres zadania* lit. c w brzmieniu:

„c. Podnoszenie wiedzy i świadomości ogółu społeczeństwa na temat ryzyka i objawów otępień, w tym choroby Alzheimera, zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat zaburzeń otępiennych, w tym ich objawów, wagi wczesnego rozpoznania choroby, a także kształtowanie właściwych postaw wobec chorych i ich bliskich – zweryfikowane za pomocą badania metodą CATI, przeprowadzonego przed rozpoczęciem i po zakończeniu kampanii.”

otrzymuje następujące brzmienie:

„c. Podnoszenie wiedzy i świadomości grup docelowych kampanii na temat ryzyka i objawów otępień, w tym choroby Alzheimera, zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat zaburzeń otępiennych, w tym ich objawów, wagi wczesnego rozpoznania choroby, a także kształtowanie właściwych postaw wobec chorych i ich bliskich – zweryfikowane za

¹ Różnice pomiędzy tekstem ogłoszenia a wprowadzanymi zmianami zostały dodatkowo podkreślone.

pomocą badania metodą CATI, przeprowadzonego przed rozpoczęciem i po zakończeniu kampanii.”

- b. W punkcie 2 pn. *Grupa docelowa* pierwsze zdanie w brzmieniu:

„Działania powinny być kierowane do osób w wieku powyżej 18. roku życia. Grupę docelową stanowi ogół społeczeństwa, w tym w szczególności następujące grupy:”

otrzymuje następujące brzmienie:

„Działania powinny być kierowane w szczególności do osób w wieku powyżej 40. roku życia, z uwzględnieniem następujących grup:”

- c. W punkcie 4 pn. *Liczba osób objętych interwencjami* zdanie w brzmieniu:

„Działania powinny być skierowane do ogółu społeczeństwa, tj. około 30 mln osób, przy założeniu, że przekaz kampanii dotrze do minimum 15% (4,5 mln) tej grupy”

otrzymuje następujące brzmienie:

„Działania powinny być ukierunkowane na osoby w wieku powyżej 40. r.ż., tj. około 20 mln osób , przy założeniu, że przekaz kampanii dotrze do minimum 4,5 mln osób z tej grupy.”

- d. W punkcie 14 pn. *Wymagania dotyczące przedmiotu zadania w całym okresie jego realizacji* lit. c *Audycje Radiowe* tiret 3 w brzmieniu:

„Każda z poszczególnych audycji zostanie wyemitowana w godzinach 07:00-21:00 trzykrotnie w określonym cyklu, tj. 1 premiera – od poniedziałku do piątku, 2 powtórki – jedna powtórka od poniedziałku do piątku po wyemitowaniu premiery, jedna powtórka w weekend tzn. sobota lub niedziela.”

otrzymuje następujące brzmienie:

„Każda z poszczególnych audycji zostanie wyemitowana w godzinach 07:00-21:00 w określonym cyklu – zawsze o tej samej godzinie – od poniedziałku do piątku; w miarę możliwości zostaną wyemitowane powtórki w dowolnym dniu tygodnia.”

2. W części IV załącznika nr 1, pn. *Zakładane rezultaty* w pkt. 1:

- a. Punkt a w brzmieniu:

„a. Zasięg całkowity kampanii (grupa docelowa około 30 mln osób) – min. 15%.”

otrzymuje następujące brzmienie:

„a. Zasięg kampanii (grupa docelowa około 20 mln osób) – z przekazem minimum raz zetknie się min. 4,5 mln osób.”

b. Usunięty zostaje punkt b o brzmieniu: „b. Zasięg efektywny kampanii (grupa docelowa około 30 mln osób) – min. 3-5%.”

c. Usunięty zostaje punkt c o brzmieniu: „c. Liczba kliknięć w materiały wytworzone w ramach kampanii opublikowane, emitowane na stronach internetowych oraz profilach społecznościowych Ministerstwa Zdrowia: na Facebooku, Instagramie, Twitterze oraz w wyszukiwarce Google przekierowujące do podstron gov.pl albo z pacjentem.gov.pl – min. 300 000.”

d. Punkt d w brzmieniu:

„d. Liczba kliknięć w reklamę display w Internecie, przekierowującą do materiałów z kampanii, współczynnik klikalności (CTR) – min. 300 000.”

otrzymuje następujące brzmienie:

„d. Liczba kliknięć w reklamę display w Internecie, przekierowującą do materiałów z kampanii, współczynnik klikalności – min. 300 000 kliknięć.”

e. Punkt f w brzmieniu:

„f. Liczba pełnych obejrzeń spotu w Internecie w wymaganych kanałach komunikacji (YouTube, strona gov.pl oraz media społecznościowe) – min. 500 000.”

otrzymuje następujące brzmienie:

„f. Liczba pełnych obejrzeń spotu w Internecie w wymaganych kanałach komunikacji (YouTube, strona gov.pl oraz media społecznościowe) – min. 100 000.”

f. Usunięty zostaje punkt m o brzmieniu: „m. Liczba pełnych obejrzeń opublikowanych w ramach kampanii filmów animowanych – m.in. 300 000.”

W konsekwencji ww. zmian:

- dokonano modyfikacji załącznika nr 3 do wniosku aplikacyjnego pn. *Zakładane rezultaty, materiały/produkty*.
- **termin składania ofert został wydłużony z 24 czerwca 2022 r. godz. 16.00 do 1 lipca 2022 r. godz. 16.00.**

Anna Śliwa

Zastępca Przewodniczącego Komisji Konkursowej

/dokument podpisany elektronicznie/