

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przygotowanie założeń i przeprowadzeniu Kampanii społecznej na temat szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych z Programu Szczepień Ochronnych (dalej PSO) ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV (wirus brodawczaka ludzkiego) wśród rodziców oraz nastolatków (dalej Kampania) oraz utrzymaniu działalności, modernizacji i promocji portalu Szczepienia.info (<https://szczepienia.pzh.gov.pl>), w tym modernizacji istniejących i wdrożeniu nowych funkcjonalności portalu oraz publikowaniu nowych treści merytorycznych promujących szczepienia w mediach społecznościowych

Spis treści

I.	WPROWADZENIE.....	3
1.	Tło realizacji Kampanii.....	4
2.	Dotychczasowe działania.....	6
3.	Planowane działania w roku 2022.....	6
3.1.	Kampania.....	6
3.2.	Portal Szczepienia.info.....	7
II.	Wymagania ogólne dla Kampanii.....	7
1.	Cel Kampanii wśród grupy docelowej (adresatów).....	8
1.1.	Okres realizacji Kampanii.....	9
1.2.	Język i tonalność przekazu.....	9
1.3.	Koncepcja kreatywna Kampanii.....	10
1.4.	Kampania w mediach konwencjonalnych.....	12
1.5.	Opracowanie materiałów do publikacji i emisji.....	12
1.6.	Akcja informacyjna w mediach społecznościowych Szczepienia.info.....	12
1.7.	Strategia działań w mediach społecznościowych.....	13
1.8.	Zamieszczanie treści w mediach społecznościowych.....	13
1.9.	Kampania display w Internecie.....	14
1.10.	Współpraca z influencerami.....	14
1.11.	Filmy edukacyjne i podcasty.....	15
1.12.	Współpraca z Zamawiającym. Monitoring i raportowanie.....	16
2.	Strona internetowa https://szczepienia.pzh.gov.pl . Wymagania ogólne.....	18
2.1.	Funkcjonalność i strona techniczna strony.....	18
2.2.	Usprawnienie dotychczasowych i rozwój nowych funkcjonalności strony.....	18

2.3.	Aktualizacja, publikowanie i optymalizacja treści.....	19
2.4.	Gwarancja	20
2.5.	Procedura Zgłaszania Błędów	22

I. WPROWADZENIE

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – PIB jest najstarszą instytucją zdrowia publicznego w Polsce. Został powołany do życia 21 listopada 1918 roku, kilka dni po ogłoszeniu niepodległości Polski. Utworzony jako Państwowy Centralny Zakład Epidemiologiczny, w 1923 roku przemianowany na Państwowy Zakład Higieny (PZH), od 2007 roku nosił nazwę Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny (NIZP-PZH), a w lipcu 2021 po zmianie statusu został przemianowany na Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy. Państwowy Zakład Higieny powstał jako naukowe i laboratoryjne zaplecze służby zdrowia. Od samego początku był projektowany według dalekosiężnej wizji Ludwika Rajchmana (pierwszego dyrektora PZH w latach 1918-1932 i późniejszego współtwórcy UNICEF) jako nowoczesny instytut obejmujący swą działalnością ekspercką podstawowe domeny zdrowia publicznego.

Misją Instytutu na przełomie lat było kształtowanie zdrowia publicznego w Polsce, w szczególności w obszarze zapobiegania chorobom zakaźnym i zakażeniom, monitorowania czynników ryzyka w żywności, wodzie i powietrzu oraz promocji zdrowia. Tak jest do dzisiaj. Realizowane w Instytucie zadania mają na celu wzmocnienie poczucia wspólnoty w oparciu o wartości wpisane w polską tradycję państwową i narodową. Znajdujemy rozwiązania, dzięki którym ludzie mogą żyć zdrowo, długo i aktywnie. Zapewniamy badaniom i rozwiązaniom wiarygodność naukową i umożliwiamy korzystanie z nich wszystkim, którzy troszczą się o zdrowie swoje i całego społeczeństwa.

Czym zajmuje się NIZP PZH - PIB?

- 1) Monitorowaniem sytuacji zdrowotnej i oceną potrzeb zdrowotnych ludności w Polsce;
- 2) Monitorowaniem i oceną biologicznych, chemicznych i fizycznych czynników ryzyka dla zdrowia człowieka, w tym w aspekcie bezpieczeństwa żywności i wody;
- 3) Zabezpieczaniem ludności przed chorobami zakaźnymi i działaniami w zakresie prewencji chorób przewlekłych;
- 4) Analizami ekonomicznymi i systemowymi w ochronie zdrowia;
- 5) Prowadzimy działalność ekspercką na potrzeby instytucji państwowych, Komisji Europejskiej oraz podmiotów gospodarczych.

Instytut jest realizatorem wielu programów i projektów z obszaru szeroko pojętego zdrowia publicznego.

Szczegóły realizowanych projektów dostępne są na stronie www.pzh.gov.pl, w zakładce „Projekty i programy”.

Z inicjatywy Instytutu, w roku 2007 został utworzony Portal Szczepienia.info. Portal prowadzony jest we współpracy z Polskim Towarzystwem Wakcynologii. Powstanie portalu było związane z planem WHO utworzenia sieci portali informujących o bezpieczeństwie szczepień w różnych językach europejskich (Vaccine Safety Network). Portal posiada akredytację WHO i został dodany do listy stron internetowych polecanych jako

informujące o szczepieniach w sposób rzetelny i wiarygodny. Portal jest również wymieniany jako wiarygodne źródło informacji na Europejskim Portalu Informacji o Szczepieniach, który powstał z inicjatywy Komisji Europejskiej, Europejskiego Centrum Zapobiegania i Kontroli Chorób (ECDC) i Europejskiej Agencji Leków.

Na portalu Szczepienia.info przekazywane są wiarygodne, oparte na faktach naukowych informacje zarówno o korzyściach płynących ze szczepień, jak również potencjalnym ryzyku związanym z występowaniem działań niepożądanych po szczepieniu. Chcemy aby portal Szczepienia.info był bazą wiedzy o szczepieniach dostępną dla każdego w Internecie. Wszystkie treści są ujęte w formie pytań i odpowiedzi i podzielone na rozdziały. Zamiarem redakcji jest przedstawienie aktualnej informacji o bezpieczeństwie i skuteczności wszystkich szczepionek zarejestrowanych w Polsce, jak również informacji ogólnych o organizacji szczepień oraz aktualnościach w dziedzinie wakcynologii.

W ramach Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, Instytut realizuje w sposób ciągły projekt pt. „Promocja szczepień, utrzymanie funkcjonalności portalu informacyjnego dotyczącego szczepień - działania promocyjne i popularyzacyjne dotyczące szczepień ochronnych”, którego jednym z działań w roku 2022 jest **przygotowanie założeń i przeprowadzenie Kampanii społecznej na temat szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych z Programu Szczepień Ochronnych (dalej PSO) ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV (wirus brodawczaka ludzkiego) wśród rodziców oraz nastolatków (dalej Kampania) oraz utrzymaniu działalności, modernizacji i promocji portalu Szczepienia.info (<https://szczepienia.pzh.gov.pl>), w tym modernizacji istniejących i wdrożeniu nowych funkcjonalności portalu oraz publikowaniu nowych treści merytorycznych promujących szczepienia w mediach społecznościowych.**

1. Tło realizacji Kampanii

Pandemia COVID-19 stała się punktem zwrotnym w historii szczepień. Jeszcze nigdy żadna szczepionka nie była tak oczekiwana jak szczepionka przeciw COVID-19 i jednocześnie nie budziła tylu skrajnych emocji. Przed pandemią większość społeczeństwa nie miała wyraźnie określonych poglądów dotyczących szczepień, a samo zagadnienie dotyczyło najczęściej wybranych grup, np. rodziców małych dzieci. Pandemia COVID-19 radykalnie zmieniła ten stan, czyniąc szczepienia istotnym tematem codziennych konwersacji oraz dyskursu medialnego. Obecnie decyzja o szczepieniu wywiera istotny, bezpośredni wpływ na życie jednostek i grup społecznych. Tocząca się obecnie debata na temat szczepień będzie miała dalekosiężne skutki i określi nastroje społeczne wobec szczepień na wiele lat.

W mediach społecznościowych dominują obecnie źródła prezentujące narrację antyszczepionkową lub co najmniej wątpliwą. W konsekwencji powszechnego propagowania takich treści należy brać pod uwagę ogólny spadek zaufania do szczepień ochronnych w Polsce, co w dłuższej perspektywie może zagrozić Programowi

Szczepień Ochronnych (PSO) i obniżyć poziom bezpieczeństwa epidemiologicznego w całej populacji, poprzez nawrót chorób zakaźnych, którym zapobiegają szczepienia.

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy (dalej NIZP PZH – PIB) jest instytucją o bogatym doświadczeniu w badaniu zjawiska wrażliwości wobec szczepień oraz edukacji społeczeństwa na temat szczepień ochronnych. Instytut promuje podejmowanie decyzji o zdrowiu opartych na danych naukowych w ramach medycyny opartej na faktach (EBM). W 2008 roku w ramach projektu Komisji Europejskiej VACSATC przeprowadzono pierwsze ogólnopolskie badania przekrojowe postaw wobec szczepień wśród rodziców dzieci do lat 2, stosując narzędzie opracowane w Wielkiej Brytanii. Zespół NIZP PZH – PIB rozpoczął wtedy prace nad portalem informacyjnym Szczepienia.info, który stał się znaczącym narzędziem prowadzenia kampanii informacyjnej skierowanej do odbiorcy ogólnego oraz do lekarzy. Portal Szczepienia.info jako jedyny w Polsce należy do sieci Vaccine Safety Network (VSN), podlegającej WHO, która obejmuje wiarygodne strony internetowe poświęcone tematyce szczepień w ponad 90 językach. Portal posiada akredytację WHO i jest wymieniany na liście stron internetowych sieci VSN m.in. obok takich instytucji jak CDC, PH England, czy Robert Koch Institute. Dodatkowo portal jest wymieniony obok strony Głównego Inspektoratu Sanitarnego jako wiarygodne źródło informacji o szczepieniach na Europejskim portalu informacji o szczepieniach opracowanym przez Komisję Europejską, Europejskie Centrum ds. Zapobiegania i Kontroli Chorób (ECDC) oraz Europejską Agencję Leków (EMA).

Szczepienie przeciw HPV jest wymieniane w Polskim Programie Szczepień Ochronnych jako szczepienie zalecane (odpłatne). W perspektywie kilku najbliższych miesięcy planowane jest wprowadzenie powszechnego programu szczepień przeciw HPV nastolatków. Uzyskanie zadowalającego stanu zaszczepienia wymaga wcześniejszych działań edukacyjnych w grupach najbardziej zainteresowanych szczepieniami, m.in. wśród rodziców nastolatków, których wiedza na temat szczepień jest niewystarczająca. Szczepieniom przeciw HPV przypisuje się wiele nieuzasadnionych fake newsów, co przekłada się na ograniczoną akceptację tych szczepień. Rodzice odgrywają kluczowe znaczenie w akceptacji szczepień nastolatków, w tym szczepień przeciw HPV. Dodatkowo ostatnio w przestrzeni medialnej za sprawą szczepień przeciw COVID-19, w tym w grupie 35-45 (rodziców nastolatków) zadomowiło się wiele mitów dotyczących szczepień, które mogą wpływać na błędne postrzeganie bezpieczeństwa i korzyści ze szczepień nastolatków.

Szczepienia przeciw HPV są szczególnym rodzajem szczepień, które z punktu widzenia organizacyjnego wymykają się powszechnemu przekonaniu o zasadności szczepień obowiązkowych realizowanych u dzieci.

W roku 2022 jest jednym z głównych zadań będzie przeprowadzenie Kampanii na temat szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych z Programu Szczepień Ochronnych (dalej PSO) ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV (wirus brodawczaka ludzkiego) wśród rodziców oraz nastolatków.

2. Dotychczasowe działania

Szczepienia.info prowadzą stałą i regularną komunikację ze społecznością oraz konsekwentne działania długofalowe, które są kluczem do sukcesu kampanii społecznej. Portal Szczepienia.info jest zintegrowany z kanałami społecznościowymi Facebook, Instagram oraz YouTube. Wykorzystanie różnych form przekazu w celu edukacji i popularyzacji szczepień pozwala na osiągnięcie postawionych celów, czyli podniesienie poziomu wiedzy, a w konsekwencji także liczbę zaszczepionych.

W drugiej połowie 2021 roku zrealizowana została kampania społeczna „Ja już Po. A Ty?”, która obejmowała działania komunikacyjno-promocyjne oraz edukacyjno-informacyjne w celu zachęcenia Polaków, szczególnie młodzież i młodych dorosłych, do udziału w programie szczepień przeciwko COVID-19, a także edukację społeczeństwa w zakresie korzyści wynikających ze szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych. Działania te realizowane były poprzez prowadzenie wielotorowych aktywności przy użyciu nowoczesnych środków przekazu m.in. : strona internetowa, social media, współpraca z influencerami, kampania display oraz kampania w mediach tradycyjnych.

3. Planowane działania w roku 2022

Niniejsze zamówienie polega na przygotowaniu założeń i przeprowadzeniu kampanii społecznej na temat szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych z Programu Szczepień Ochronnych (dalej PSO) ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV (wirus brodawczaka ludzkiego) wśród rodziców oraz nastolatków oraz utrzymaniu działalności, modernizacji i promocji portalu Szczepienia.info (<https://szczepienia.pzh.gov.pl>), w tym modernizacji istniejących i wdrożeniu nowych funkcjonalności portalu oraz publikowaniu nowych treści merytorycznych promujących szczepienia w mediach społecznościowych.

3.1. Kampania

Nadrzędnym celem kampanii społecznej będzie wzrost wiedzy oraz zmiana sposobu dotychczasowego myślenia, czy też zachowania wobec określonego problemu społecznego, co jednocześnie zakłada długoterminowe i cykliczne działania. Dodatkowo budowanie trwałych relacji z odbiorcami, przyciąganie i utrzymanie ich uwagi jest kluczowym elementem kampanii społecznej oraz komunikacji w obecnych czasach. Poprzez prowadzenie działań contentowych na wielu obszarach kampania społeczna powinna budować społeczność wokół danego tematu, pozwalać prowadzić dialog poprzez jakościowe i wartościowe treści oraz budować zaangażowanie i bazę wiedzy. Dlatego istotnym jest, aby prowadzić regularne działania promocyjne, zachowując spójność materiałów graficznych i audiowizualnych. Kontynuacja działań pod szyldem „Ja już po. A Ty?” wpłynie na zapamiętanie przekazu przez odbiorców oraz osiągnięcie zamierzonych efektów – edukacji w zakresie tematyki szczepień, popularyzacji szczepień, zachęcenia do zaszczepienia się, wprowadzenia do życia w rozmowach społeczności

hasła „Ja już po. A Ty?”. Kampanie, które trwają dłuższy czas i rozwijają się mają większą siłę oddziaływania, tym samym Instytut chce kontynuować bieżącą Kampanię, z wykorzystaniem motywu przewodniego „Ja już po. A Ty?”

3.2. Portal Szczepienia.info

Jednym z elementów niniejszego Przedmiotu zamówienia jest utrzymanie działalności, modernizacja i promocja Portalu Szczepienia.info (<https://szczepienia.pzh.gov.pl>), w tym rozwój nowych funkcjonalności na portalu, publikowanie nowych treści merytorycznych oraz wzmocnienie atrakcyjnej graficznej formy przekazu na temat szczepień (infografiki, ulotki). Cel będzie realizowany poprzez promowanie portalu jako miejsca wiarygodnych informacji o szczepieniach w Internecie. Szczegółowe działania realizowane w 2022 roku będą koncentrowały się na modernizacji istniejących i wdrożeniu nowych funkcjonalności portalu, publikowaniu nowych treści merytorycznych, w tym szczególnie wzmocnieniu wiarygodnego przekazu eksperckiego, dostosowanego do odbiorcy dotyczącego obowiązkowych i zalecanych szczepień realizowanych w ramach PSO, zgodnie z wymaganiami opisanymi w dalszej części OPZ.

II. Wymagania ogólne dla Kampanii.

Zadaniem Wykonawcy będzie przygotowanie i przeprowadzenie Kampanii ukierunkowanej na popularyzację szczepień nastolatków opartej na budowaniu społecznej świadomości nt. szczepień w szczególności w odniesieniu do pojawiających się tzw. fake news. Kampania będzie aktywnie promowała szczepienia ochronne nastolatków z uwypukleniem poczucia, że wybory dotyczące szczepień jakie dokonujemy teraz mogą mieć wpływ na nasze życie w przyszłości.

W ramach Kampanii będą podkreślane korzyści wynikające ze szczepień, zaangażowane emocjonalnie postawy proszczepienne i promowanie szczepień jako elementu odpowiedzialnego stylu życia. Kampania powinna uwrażliwić odbiorców na zagrożenie dezinformacją oraz ocieplić wizerunek szczepień poprzez kreowanie szczepienia jako powodu do dumy i świadectwa bycia osobą świadomą i nowoczesną.

Kampania będzie pozytywną przeciwwagą do retoryki antyszczepionkowej dzięki wsparciu i uwypukleniu przekazu eksperckiego. Wśród celów szczegółowych należy obalenie mitów (fake newsów) na temat bezpieczeństwa i skuteczności szczepień przeciw HPV poprzez media społecznościowe bezpośrednio do rodziców nastolatków i nastolatków w oparciu o wiarygodny przekaz ekspertów lekarzy.

Działania Wykonawcy rozpoczynają się z dniem zawarcia Umowy i kończą z dniem zaakceptowania przez Zamawiającego końcowego protokołu odbioru, jednak nie później niż do dnia 23.12.2022 r. Realizacja Kampanii będzie odbywała się na zasadach i warunkach opisanych poniżej.

1. Cel Kampanii wśród grupy docelowej (adresatów)

Celem głównym kampanii społecznej jest popularyzacja i promocja szczepień ochronnych obowiązkowych i zalecanych z Programu Szczepień Ochronnych (dalej PSO) ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV (wirus brodawczaka ludzkiego) wśród rodziców oraz nastolatków a także edukacja społeczeństwa w zakresie korzyści wynikających ze szczepień ochronnych.

Działania przewidziane do realizacji nakierowane są na poniższe obszary:

- 1) **edukacyjno-informacyjny:** działania informacyjne w zakresie szczepień ochronnych i szczepionek przeciwko HPV mające na celu dostarczenie zweryfikowanych i wiarygodnych informacji o działaniu szczepień ochronnych przeciwko HPV, ich bezpieczeństwie, jakości i skuteczności. Szczególna uwaga w Kampanii poświęcona będzie weryfikacji najczęściej występujących tzw. "fake newsów" dotyczących szczepionek, w tym przeciwko HPV, systemu szczepień oraz uwypuklenie przekazu eksperckiego,
- 2) **popularyzujący szczepienia**, w tym szczepienia przeciw HPV w kanałach społecznościowych,
- 3) **ochrony zdrowia:** zachęcenie nastolatków m.in. poprzez postawę proszczepionkową ich rodziców do przystąpienia do szczepień przeciw HPV oraz kreowanie szczepienia jako powodu do dumy i świadectwa bycia osobą świadomą i nowoczesną.

Oczekiwany efekt Kampanii jest zwiększenie oraz zbudowanie świadomości na temat korzyści płynących ze szczepień ochronnych oraz promowanie pozytywnego nastawienia do szczepień jako elementu odpowiedzialnego stylu życia, ze szczególnym uwzględnieniem szczepień przeciw HPV.

Celami Kampanii są:

- 1) dostarczenie wiarygodnych, sprawdzonych informacji o szczepieniach przeciw HPV;
- 2) obalenie najczęściej występujących mitów dotyczących szczepień przeciw HPV;
- 3) zachęcenie niezaszczepionej grupy nastolatków do szczepienia przeciw HPV;
- 4) popularyzacja szczepień przeciw HPV wśród rodziców i nastolatków.

Wskaźniki realizacji celów Kampanii

Wykonawca osiągnie w toku realizacji poniższe wskaźniki

Lp.	Wskaźnik	Wymaganie
1.	Liczba influencerów zaangażowanych do Kampanii (grupa docelowa: nastolatki)	Minimum 4
2.	Liczba przeprowadzonych przez influencerów akcji informacyjnych	40
3.	Liczba filmów edukacyjnych z ekspertami (Q&A)	10
4.	Liczba postów na FB oraz Instagramie	40

5.	Liczba nagrań na YT na temat szczepień ochronnych realizowanych w ramach PSO	minimum 10
6.	Wystąpienie ekspertów w telewizji śniadaniowej	3
7.	Audycje radiowe ze ekspertami skierowane do rodziców	5
8.	Podcasty	5

1.1. Okres realizacji Kampanii

Działania Wykonawcy rozpoczynają się z dniem podpisania Umowy i kończą z dniem zaakceptowania raportu końcowego i podpisania końcowego protokołu odbioru.

Wykonawca obowiązany jest do sporządzenia szczegółowego Harmonogramu realizacji Kampanii, w którym uwzględnione zostaną wszystkie etapy jej realizacji.

Harmonogram zostanie sporządzony z uwzględnieniem, że:

- 1) przygotowanie Kampanii i materiałów do emisji w mediach i Internecie (strona internetowa, social media) rozpocznie się niezwłocznie po podpisaniu Umowy a ich realizacja i ostateczna akceptacja przez Zamawiającego zakończy się nie później niż 10 grudnia 2022 roku.
- 2) Kampania w mediach konwencjonalnych (TV, radio) będzie realizowana w terminie nie później niż do 23.12.2022 r.
- 3) Internetowa kampania medialna oraz kampania w social mediach będzie realizowana w terminie nie później niż do 23.12.2022 r.

Wykonawca zaplanuje i przedstawi Zamawiającemu do akceptacji Harmonogram realizacji Kampanii w terminie 3 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy z zastrzeżeniem, że Harmonogram działań na stronie internetowej zostanie uzupełniony przez Wykonawcę w terminie 7 dni kalendarzowych od zawarcia Umowy.

1.2. Język i tonalność przekazu

Wymagania dotyczące stosowanego języka przekazu:

- 1) Dostosowanie języka do kanału komunikacyjnego oraz grupy docelowej.
- 2) Przekaz Kampanii powinien w sposób pozytywny motywować do przystąpienia do szczepień przeciwko HPV.
- 3) Przekaz Kampanii powinien w sposób przystępny dostarczać informacji o systemie szczepień przeciw HPV, a także weryfikować nieprawdziwe informacje i obiekcje wokół szczepień przeciw HPV.
- 4) Nawet rzeczy niewygodne mówimy otwarcie i jasno tak, że trudno zaprzeczyć naszym argumentom.
- 5) Nie zakazujemy/nie nakazujemy/nie oceniamy/nie krytykujemy - jesteśmy po stronie odbiorcy - my jesteśmy odbiorcą.
- 6) Wskazujemy rozwiązania oparte na wynikach badań naukowych.
- 7) Ograniczenia przekazu:

- a) Kampania nie może straszyć śmiercią z powodu niezaszczepienia przeciw HPV lub z powodu jakiegokolwiek innego szczepienia.
- b) Przekaz Kampanii nie może być trywialny.
- c) Przekaz Kampanii nie może generować lęku i obaw.
- d) Kampania nie może wzbudzać agresji i/lub nietolerancji.
- e) Kampania nie może utrwalać wizerunku człowieka niebiorącego udziału w systemie szczepień ochronnych lub niezaszczepionego przeciw HPV jako człowieka nieinteligentnego, aspołecznego.
- f) Kampania nie może dyskredytować, ośmieszać i piętnować.
- g) Kampania nie może stygmatyzować ani obrażać żadnej grupy społecznej, która nie poddała się jeszcze szczepieniom przeciw HPV lub która jest przeciwna obowiązkowym szczepieniom ochronnym, w tym szczepieniom przeciw HPV.
- h) Kampania nie może wykorzystywać przedmiotów czy symboli, które mogą być kojarzone z aktami terroru i przemocy, w tym m.in.: broń palna, nóż, itp.

1.3. Koncepcja kreatywna Kampanii

Wykonawca odpowiedzialny będzie za przygotowanie i przeprowadzenie Kampanii na zasadach i warunkach określonych w niniejszym Opisie Przedmiotu Zamówienia jak też w Umowie.

Do głównych zadań Wykonawcy należy:

- 1) Przygotowanie (na podstawie wstępnej Koncepcji) koncepcji kreatywnej Kampanii, zwanej dalej „Koncepcją”. W przypadku, gdy Wykonawca który zaproponuje wstępną Koncepcję, niemniej jednak w ocenie Zamawiającego nie będzie ona wystarczająco efektywna i będzie wymagała dopracowania - Zamawiający, w przypadku zajścia obiektywnych okoliczności, nieznanych Wykonawcy lub Zamawiającemu na etapie składania ofert, zastrzega sobie prawo żądania modyfikacji/uzupełnienia wstępnej Koncepcji przez Wykonawcę a w konsekwencji Koncepcji Kreatywnej Kampanii bez konieczności zapłaty dodatkowego wynagrodzenia **po zawarciu umowy**.
Wykonawca przygotowuje koncepcję kreatywną Kampanii w terminie określonym w Umowie. Przewidywane jest spotkanie robocze w celu omówienia koncepcji kreatywnej Kampanii.
- 2) Koncepcja bazować będzie na wnioskach wynikających z dostarczonych badań opinii społecznej oraz opracowanych przez ekspertów NIZP PZH – PIB materiałach merytorycznych (np. zestawieniu fake newsów do obalenia, informacjach o szczepieniach przeciw HPV).
- 3) Koncepcja podlega akceptacji Zamawiającego. Przewidywane jest spotkanie robocze w celu przekazania uwag Zamawiającego do Koncepcji nie później niż 3 dni robocze od dnia zawarcia Umowy. Wykonawca obowiązany jest wprowadzić uwagi niezwłocznie, nie później niż 2 dni kalendarzowe od dnia ich przekazania.

- 4) Ze spotkania roboczego, o którym mowa w pkt 1 i 3, Wykonawca sporządzi notatkę, która będzie podlegała akceptacji przez Zamawiającego w terminie 2 dni roboczych od jej dostarczenia.
- 5) Przygotowanie, organizacja i realizacja Kampanii w mediach konwencyjnych (TV, radio), w tym zakup czasu antenowego, przygotowanie media planów i innych działań koniecznych do przeprowadzenia Kampanii w mediach konwencyjnych.
- 6) Opracowanie materiałów do publikacji i emisji: materiałów do TV i radia, postów do mediów społecznościowych, grafik do kampanii display, materiałów graficznych do publikacji na stronie szczepienia.pzh.gov.pl, materiałów video do publikacji na YouTube, podcastów, e-booków.
- 7) Przygotowanie, organizacja i prowadzenie akcji informacyjnej w mediach społecznościowych, z wykorzystaniem kanałów należących do Zamawiającego: profil Facebook, Instagram, kanał YouTube.
- 8) Przygotowanie, organizacja i prowadzenie kampanii display w Internecie, w tym przygotowanie materiałów do wykorzystania w kampanii display.
- 9) Przygotowanie, organizacja i nadzór nad współpracą z influencerami zaangażowanymi do wsparcia Kampanii.
- 10) W ramach koncepcji kreatywnej Kampanii Wykonawca opracuje key visual Kampanii z uwzględnieniem wytycznych Zamawiającego oraz w oparciu o logotyp kampanii „Ja już po. A Ty?”, który zostanie przekazany Wykonawcy po zawarciu Umowy w nieprzekraczalnym terminie 3 dni roboczych. Wykonawca może zapoznać się z logo Kampanii w mediach społecznościowych FB oraz w materiałach umieszczonych na stronie <https://szczepienia.pzh.gov.pl>.
- 11) Wykonawca odpowiada za przygotowanie koncepcji graficznej Kampanii. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu 2 projekty koncepcji graficznej Kampanii w terminie 7 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy. Ostateczny wybór projektu należy do Zamawiającego.
- 12) Wszelkie materiały muszą być odpowiednio obrandowane (logotyp Ministerstwa Zdrowia, Narodowego Programu Zdrowia, Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH – PIB, które dostarczy Zamawiający) oraz uwzględniać informację dotyczącą finansowania projektu w pełnym brzmieniu „Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia”.
- 13) Treści merytoryczne materiałów edukacyjno-informacyjnych opracowywanych przez Wykonawcę, Wykonawca przedłoży Zamawiającemu w celu uzyskania akceptacji. Przekazywanie i ustalanie materiałów będzie odbywać się w trybie roboczym w trakcie realizacji zamówienia.
- 14) Wszystkie działania prowadzone w ramach Kampanii powinny być spójne oraz stanowić integralną całość, wykazującą synergię poszczególnych działań.
- 15) Stały monitoring i raportowanie o postępach Kampanii.

1.4. Kampania w mediach konwencjonalnych

- 1) Wykonawca odpowiada za opracowanie działań w mediach konwencjonalnych (TV i radio), w tym przygotowanie, organizacja i realizacja Kampanii w mediach konwencjonalnych, w tym zakup czasu antenowego, przygotowanie media planów i innych działań koniecznych do przeprowadzenia Kampanii w mediach konwencjonalnych. Działania, o których mowa w zdaniu poprzednim, powinny zostać przygotowane w oparciu o założenia Kampanii. Ponadto powinny uwzględniać media i kanały, propozycję media planu, propozycję czasów emisji, zakup czasu antenowego oraz pozostałe działania niezbędne do realizacji Kampanii w mediach konwencjonalnych.
- 2) Wykonawca zorganizuje i zrealizuje zatwierdzone przez Zamawiającego działania w mediach konwencjonalnych zgodnie z Harmonogramem realizacji Kampanii.

1.5. Opracowanie materiałów do publikacji i emisji

- 1) Wykonawca odpowiada za całościową produkcję wszystkich materiałów do publikacji i emisji, w tym w szczególności za opracowanie materiałów do publikacji i emisji: materiałów do TV, radio, postów do mediów społecznościowych, grafik do kampanii display, materiałów graficznych do publikacji na stronie szczepienia.pzh.gov.pl oraz w mediach społecznościowych, materiałów video do publikacji na YouTube, filmów edukacyjnych z ekspertami (podcastów).
- 2) Materiały opracowane na potrzeby Kampanii będą realizować cele Kampanii i będą zgodne z koncepcją kreatywną Kampanii i jej ogólnym przekazem.
- 3) Materiały do publikacji będą uwzględniać wymogi informacyjne wynikające z realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych. Dotyczy to informowania o źródle finansowania oraz projekcie, w ramach którego realizowana jest Kampania.
- 4) Wykonawca przed przystąpieniem do realizacji działań w poszczególnych kanałach będzie przedstawiał i omawiał plan działań i planowane materiały z Zamawiającym.

1.6. Akcja informacyjna w mediach społecznościowych Szczepienia.info

- 1) Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania, organizacji i prowadzenia akcji informacyjnej w mediach społecznościowych, z wykorzystaniem kanałów należących do Zamawiającego:
 - a. Facebook: <https://www.facebook.com/Szczepienia.info>
 - b. Instagram: <https://www.instagram.com/szczepienia.info/>
 - c. Kanał YouTube: <https://www.youtube.com/szczepienia.info>
- 2) Wykonawca będzie prowadził działania przez cały okres realizacji Umowy.
- 3) W ramach kampanii informacyjnej Wykonawca będzie zarządzał profilami Zamawiającego na FB, Instagram i YouTube, w tym odpowiadał za publikowanie i tworzenie treści i grafik na profilach, moderowanie dyskusji, odpowiadanie na wiadomości prywatne i monitoring aktywności na profilach

- 4) Wykonawca zaplanuje dedykowaną kampanię informacyjną do realizacji w mediach społecznościowych i na YouTube opartą na serii podcastów, w których eksperci wyjaśniają rodzicom nastolatków oraz nastolatkom wszystkie aspekty związane z korzyściami ze szczepień ochronnych.

1.7. Strategia działań w mediach społecznościowych

- 1) Wykonawca zrealizuje strategię działań w oparciu o:
 - a. mierzalne cele działań w social media, grupy docelowe, częstotliwość publikacji treści na istniejących profilach Zamawiającego, zasięg działań w każdym kanale komunikacyjnym (na podstawie analizy grup docelowych), koncepcję promocji materiałów opracowanych w ramach kampanii,
 - b. dokładny harmonogram działań w każdym kanale komunikacyjnym na podstawie analizy grup docelowych, w tym w obszarze promocji szczepień przeciw HPV spójnie z materiałami publikowanymi na stronie internetowej <https://szczepienia.pzh.gov.pl>,
 - c. komunikaty (treści), które Zamawiający chce przekazać odbiorcom Kampanii,
 - d. materiały dostarczone przez Zamawiającego oraz treści opublikowane na stronie <https://szczepienia.pzh.gov.pl> i przygotowane bazy tematów i treści dotyczących tematyki szczepień przeciw HPV i systemu szczepień ochronnych do publikacji w kanałach social media,
 - e. działania zaradcze i zasady reagowania na fake news i nieprawdziwe informacje dotyczące szczepień ochronnych popularyzowane w mediach,
 - f. zasady moderowania profili Zamawiającego na FB i Instagramie (czas reakcji na komentarz, formę reakcji na komentarze, zasady postępowania wobec negatywnych komentarzy, listę odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, zasady odpowiadania na wiadomości od użytkowników, sposoby angażowania obserwujących i budowania zasięgów),
 - g. zasady komunikacji kryzysowej w mediach społecznościowych.

1.8. Zamieszczanie treści w mediach społecznościowych

- 1) Materiały do publikacji dostosowane będą formą i treścią do poszczególnych mediów społecznościowych, różnych nośników (urządzeń mobilnych, komputerów stacjonarnych) oraz grup docelowych Kampanii,
- 2) Materiały będą angażujące i zróżnicowane pod względem audiowizualnym i graficznym (infografiki, wypowiedzi ekspertów, krótkie filmy edukacyjne i inne),
- 3) Wszystkie materiały wizualne powinny zawierać informacje opisane w części 1.3., pkt 12 OPZ i link do strony internetowej <https://szczepienia.pzh.gov.pl>,
- 4) Wykonawca będzie odpowiadał za planowanie, przygotowanie i zamieszczanie w czasie Kampanii:

- a. materiałów merytorycznych i graficznych w mediach społecznościowych,
- b. materiałów dotyczących planowanych i prowadzonych działań w ramach prowadzonej Kampanii,
- c. pozostałych materiałów i treści na profilach Zamawiającego (np. cover photo, zdjęcie w tle).

1.9. Kampania display w Internecie

- 1) Wykonawca przygotowuje i po akceptacji Zamawiającego zrealizuje kampanię display skierowaną do rodziców nastolatków i nastolatków, ze szczególnym uwzględnieniem osób mających wątpliwości w zakresie bezpieczeństwa, skuteczności i jakości szczepień przeciw HPV.
- 2) Wykonawca przygotowuje w tym celu materiały do wykorzystania w kampanii display. Wszystkie materiały powinny zawierać informacje opisane w części 1.3., pkt 12 OPZ i link do strony internetowej <https://szczepienia.pzh.gov.pl>.
- 2) Kampania będzie promować stronę <https://szczepienia.pzh.gov.pl> jako wiarygodne źródło potwierdzonych, opartych na badaniach naukowych danych o szczepieniach ochronnych, szczególnie szczepieniach przeciw HPV.

1.10. Współpraca z kreatorami przekazu

- 1) Wykonawca nawiąże współpracę z kreatorami przekazu (influencerami, blogerami, vlogerami) w celu popularyzacji szczepień przeciwko HPV, ze szczególnym uwzględnieniem grup docelowych: rodziców nastolatków oraz nastolatków.
- 2) Do przeprowadzenia Kampanii skierowanej do grup docelowych: rodziców nastolatków oraz nastolatków zaangażowanych zostanie po minimum czterech kreatorów przekazu. Zadaniem każdego z nich będzie realizacja co najmniej 10 akcji informacyjnych .
- 3) Celem działań kreatorów przekazu ma być popularyzacja szczepień ochronnych, szczególnie przeciw HPV, zachęcenie do szczepień przeciwko HPV, wstępna weryfikacja wybranych fake newsów dotyczących szczepień i przekierowanie do strony szczepienia.pzh.gov.pl jako wiarygodnego źródła informacji o szczepieniach ochronnych, w tym przeciw HPV.
- 4) Proponowani kreatorzy przekazu biorący udział w Kampanii muszą na dzień wszczęcia niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia generować łącznie zasięg minimum 100 000 usersów. Wszyscy wybrani kreatorzy przekazu Kampanii muszą być osobami wiarygodnymi w kontekście Kampanii. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia dokumentacji na temat wskazanych w Kampanii kreatorzy przekazu w celu potwierdzenia ich wiarygodności poprzez obecność w mediach niekonwencjonalnych, tj. Internet, social media. Weryfikacja nastąpi w oparciu o przedstawione wraz z ofertą Wykonawcy dane Google Analytics potwierdzające zasięgi i portfolio kreatorów przekazu.

- 5) Konceptcje merytoryczne publikowane przez współpracujących influencerów w mediach społecznościowych zostaną przekazane przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego najpóźniej do 14.11.2022 r.

1.11. Filmy edukacyjne i podcasty

- 1) Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 10 filmów edukacyjnych oraz 5 podcastów w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze. Działania będą realizowane w dwóch etapach:
 - a. Etap 1: opracowanie koncepcji kreatywnej, w tym: przygotowanie scenariuszy filmów edukacyjnych i podcastów przez Wykonawcę (przedstawienie propozycji materiałów dźwiękowych, animacji itp.);
 - b. Etap 2: produkcja i przekazanie gotowych filmów edukacyjnych i podcastów.
- 2) Zamawiający przekaże Wykonawcy propozycję tematów, w oparciu o które Wykonawca przygotuje koncepcję kreatywną filmów oraz podcastów. Tematy zostaną przekazane Wykonawcy na spotkaniu roboczym, o którym mowa w części 1.3., pkt. 1.
- 3) Wykonawca przygotowuje, w ciągu 5 dni kalendarzowych od daty przekazania przez Zamawiającego tematów, co najmniej dwie koncepcje serii filmów i podcastów (tematu) do wyboru i akceptacji Zamawiającego. Zamawiający wybierze jedną koncepcję, na podstawie której Wykonawca nakręci filmy i podcasty.
- 4) Koncepcje serii filmów i podcastów w każdej z wersji podlegają akceptacji Zamawiającego. Wraz z koncepcją Wykonawca przedstawi elementy animacji do akceptacji Zamawiającego. Zamawiający w terminie 3 dni kalendarzowych może zgłosić uwagi do przedstawionych propozycji. Wykonawca w terminie 3 dni kalendarzowych powinien uwzględnić uwagi Zamawiającego, procedura akceptacji będzie powtarzana, aż do ostatecznej zgody Zamawiającego.
- 5) Wykonawca zapewni Zamawiającemu udział w pracach nad filmami i podcastami w celu umożliwienia merytorycznego nadzoru. W ramach przygotowań filmów i podcastów Zamawiający przewiduje bieżącą współpracę z Wykonawcą, gdzie będzie informowany o postępie prac w nagraniu filmów i podcastów.
- 6) Wymagania dotyczące filmów i podcastów:
 - a. Długość filmów i podcastów nie może być krótsza niż 2 minuty i nie dłuższa niż 5 minut.
 - b. Filmy i podcasty muszą być przygotowane zgodnie z wymogami WCAG 2.1.
 - c. Filmy i podcasty zostaną przygotowane w odpowiednich formatach, zgodnie z wymogami dostosowanymi do wymagań YouTube i Facebook.
 - d. Na zakończenie każdego filmu i podcastu pojawi się informacja o źródle finansowania: „Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia” oraz do zamieszczenia logotypów Narodowego Programu Zdrowia - NPZ, Ministerstwa Zdrowia – MZ oraz NIZP PZH - PIB.
 - e. Zamawiający nie dopuszcza, by filmy i podcasty zawierały logo Wykonawcy.

- f. Produkcja filmów i podcastów będzie się odbywać z wykorzystaniem wysokiej jakości profesjonalnego sprzętu, a w ramach wykonywanej usługi Wykonawca zapewni: montaż, profesjonalne oświetlenie, udźwiękowanie, efekty specjalne, opracowanie graficzne, transport i inne działania niezbędne do uzyskania odpowiedniego efektu.
- g. Wykonawca odpowiada za zapewnienie aktorów, statystów, plenerów, scenografii itd. niezbędnych do uzyskania odpowiedniego efektu, przy czym lokalizacja planu zdjęciowego nie może być dalsza niż 25 km od granic Warszawy.
- h. Wykonawca odpowiedzialny będzie za umieszczenie filmów i podcastów na stronie internetowej wskazanej przez Zamawiającego oraz na wskazanym kanale.
- i. Przygotowany materiał zostanie przekazany Zamawiającemu przez Wykonawcę na pendrive. Format pliku powinien umożliwiać proste odtworzenie na komputerach PC i Mac każdego typu.
- j. Termin przekazania filmów i podcastów według harmonogramu Kampanii uzgodnionego z Zamawiającym.

Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego finalne scenariusze do materiałów filmowych i podcastów do dnia 10.11.2022 r. Materiały filmowe i podcasty opracowane w ramach Kampanii do dnia 28.11.2022r.

1.12. Współpraca z Zamawiającym. Monitoring i raportowanie.

- 1) Działania Kampanii określone powyżej, w tym przygotowywane materiały i treści powinny spełniać wymagania opisane w OPZ, powinny uwzględniać wnioski z badań opinii społecznej, informacje z dostępnych materiałów merytorycznych znajdujących się na obecnej stronie internetowej <https://szczepienia.pzh.gov.pl> oraz wiedzę ekspertów zapewnionych przez Zamawiającego.
- 2) Działania i materiały powinny być zaakceptowane przez Zamawiającego.
- 3) Wykonawca ma obowiązek przekazać do akceptacji Zamawiającego wszelkie materiały dotyczące Kampanii. Tam gdzie nie jest to inaczej opisane, materiały będą podlegały następującej procedurze akceptacji:
 - a. Wykonawca przedstawia projekt/założenia/koncepcję,
 - b. Zamawiający przekazuje uwagi w terminie 3 dni kalendarzowych,
 - c. Wykonawca wprowadza uwagi w terminie 3 dni kalendarzowych,
 - d. Zamawiający akceptuje materiał lub przedstawia uwagi, o ile poprzednie nie zostały wprowadzone lub zostały wprowadzone wadliwie,
 - e. Procedura podlega powtórzeniu do czasu ostatecznej akceptacji Zamawiającego.
- 4) W okresie realizacji Umowy będą odbywały się spotkania online, na których Wykonawca będzie informował Zamawiającego o postępie prac, ewentualnych problemach i zagrożeniach. Harmonogram spotkań zostanie ustalony na pierwszym spotkaniu organizacyjnym. Wykonawca jest zobligowany do stawiennictwa na

spotkaniu wyznaczonym przez Zamawiającego. Po każdym spotkaniu Wykonawca sporządzi notatkę i prześle ją do akceptacji Zamawiającego w przeciągu 2 dni roboczych od jej dostarczenia.

- 5) Wykonawca obowiązany jest do przedstawiania raportów z realizacji Przedmiotu Umowy:
 - a. Raport miesięczny,
 - b. Raport potwierdzający zakup mediów konwencjonalnych (radio i telewizja),
 - c. Projekt raportu końcowego,
 - d. Raport końcowy.
- 6) Na koniec każdego miesiąca począwszy od miesiąca, w którym została zawarta Umowa Wykonawca przedstawi Zamawiającemu pisemny raport z postępów realizacji prac. W raportach muszą być zawarte wskaźniki realizacji Kampanii dla każdego z wymienionych mediów: Internet (strona), media społecznościowe, współpraca z influencerami, realizacja filmów edukacyjnych, obecność ekspertów TV, obecność ekspertów w radiu.
- 7) Raporty, o których mowa w pkt. 5 powinny zawierać:
 - a. analizę jakościową,
 - b. analizę ilościową,
 - c. dodatkowe wytyczne.
- 8) Na żądanie Zamawiającego w czasie trwania Umowy Wykonawca jest zobowiązany do dostarczenia pełnych statystyk prowadzonych profili społecznościowych.
- 9) Raport potwierdzający zakup mediów konwencjonalnych musi zawierać potwierdzenie rezerwacji czasu antenowego (TV i radio).
- 10) Projekt raportu końcowego z realizacji Kampanii zostanie przedstawiony Zamawiającemu przez Wykonawcę dnia 10.12.2022 r.
- 11) Projekt raportu, o którym mowa w pkt. 10 powinien zawierać: wyniki audytu i opis zrealizowanych działań na stronie internetowej <https://szczepienia.pzh.gov.pl>, osiągnięte wskaźniki opisane w OPZ, listę blogerów/vlogerów, którzy wykonywali działania, oraz udokumentowane podsumowanie wszystkich przeprowadzonych działań w mediach konwencjonalnych i Internecie (wraz z social mediami) wraz z dokładnym opisem, zasięgami i załączonymi zdjęciami oraz linkami do każdego z działań promocyjnych oraz print screenami z działań blogerów/vlogerów.
- 12) Zamawiający przekaze uwagi do projektu raportu w terminie 3 dni roboczych .
- 13) Raport końcowy musi zostać przekazany Zamawiającemu do 15.12.2022 r. Zamawiający zaakceptuje raport lub wnieśnie do niego uwagi w terminie 3 dni roboczych. Wykonawca nanosi uwagi i przekazuje raport końcowy w nieprzekraczalnym terminie do 23.12.2022r.
- 14) Raport miesięczny i końcowy zostanie przygotowany w języku polskim w formie elektronicznej i pisemnej.
- 15) Wykonawca zobowiązuje się wraz z raportem końcowym do przekazania Zamawiającemu wszystkich materiałów wytworzonych w ramach realizacji zamówienia, w tym w plikach otwartych (.EPS, .PSD, .INDD)

- 16) Raporty wymagają pisemnej akceptacji Zamawiającego.
- 17) Wykonawca po wprowadzeniu modernizacji strony przeprowadzi audyt bezpieczeństwa strony lub zadeklaruje to pisemnie oraz przeprowadzi audyt WCAG 2.1. i przygotuje deklarację dostępności.

2. Strona internetowa <https://szczepienia.pzh.gov.pl>. Wymagania ogólne.

Audyt UX, UI, modernizacja, optymalizacja, aktualizacja, wdrożenie nowych funkcjonalności i utrzymanie strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl>

2.1. Funkcjonalność i strona techniczna strony

- 1) Zamawiający przekaze Wykonawcy niezbędne dostępy do istniejącej strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl>,
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do wykonania audytu UX oraz UI strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl> pod kątem użyteczności, dostępności materiałów, intuicyjności, możliwych usprawnień użytkownika strony, dopasowania jej treści i funkcjonalności do różnych nośników (responsywność), aktualizacji do najnowszych rozwiązań rynkowych i najlepszych praktyk rynkowych. Wyniki oceny powinny być przekazane Zamawiającemu jako kierunki do modernizacji strony w celu zmniejszenia współczynnika odrzuceń, uatrakcyjnienia podstron dla określonych grup odbiorców (rodzica dziecka szczepionego zgodnie z PSO, dorosłych zainteresowanych szczepieniami, profesjonalistów medycznych) i umożliwienia poprawy wskaźników zaangażowania użytkowników (raport z oceny przekazany w ciągu 7 dni kalendarzowych od zawarcia Umowy).
- 3) Wykonawca na podstawie wyników audytu oraz najnowszych praktyk rynkowych dotyczących struktury i funkcjonalności stron internetowych zaproponuje, opracuje Harmonogram działań na stronie internetowej i przeprowadzi czynności modernizacyjne na stronie <https://szczepienia.pzh.gov.pl>, których celem będzie optymalizacja strony pod kątem użyteczności, wykorzystania najnowszych środków przekazu, wyświetlania na różnych nośnikach.
- 4) Wykonawca odpowiada za monitorowanie efektów oglądalności strony z wykorzystaniem narzędzia Google Analytics. Wykonawca przekaze comiesięczne raporty oglądalności strony oraz raport końcowy uwzględniający ocenę efektywności działań na stronie <https://szczepienia.pzh.gov.pl> oraz rekomendacje na przyszłość.

2.2. Usprawnienie dotychczasowych i rozwój nowych funkcjonalności strony

- 1) Uaktualnienie interaktywnego kalendarza szczepień obowiązkowych (zwanego dalej „Kalendarzem”) zgodnego z Programem Szczepień Ochronnych, pozwalającego na sprawdzenie swojego potencjalnego stanu zaszczepienia. Poprawienie funkcji suwaka, w tym w wersji mobilnej. Kalendarz powinien wyświetlić proponowany harmonogram szczepień obowiązkowych (ze wskazaniem dat lub zakresów dat), umożliwiać pobranie Kalendarza w wersji elektronicznej w formacie iCAL, możliwość wydruku w

atrakcyjnej formie. Opracowanie interaktywnej funkcjonalności, na wzór „Getting Your COVID-19 Booster” na stronie CDC (<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/vaccines/booster-shot.html>) do oceny realizacji schematu szczepień. Narzędzie obejmuje zadanie kilku prostych pytań, dotyczących wieku, zaburzeń odporności, liczby i rodzaju poprzednich dawek szczepionek oraz tego, jak dawno temu osoba otrzymała ostatnią dawkę. Finalnie uzyskujemy odpowiedź jak dalej realizować określony schemat szczepienia. Zamawiający wymaga wdrożenia powyższego rozwiązania dla szczepień przeciw COVID-19, szczepień przeciw odrze oraz szczepień przeciw wzw B. Opracowanie ilustracji graficznej występowania chorób zakaźnych, którym można zapobiegać drogą szczepień, w nawiązaniu do aktualnej sytuacji epidemiologicznej.

- 2) Modernizacja Kalendarza realizacji szczepień (<https://szczepienia.pzh.gov.pl/realizacja-szczepien-obowiazkowych/>).
- 3) Uaktualnienie na stronie wykresów epidemiologii chorób zakaźnych, którym można zapobiegać drogą szczepień.
- 4) Modernizacja podstrony „Dla lekarzy”, która ma być bazą wiedzy dla lekarzy na temat szczepień (na podstawie wkładu merytorycznego Zamawiającego).
- 5) Opracowanie funkcjonalności newslettera.
- 6) Obsługa graficzna działań, w tym graficzne opracowanie materiałów edukacyjnych na podstawie wkładu merytorycznego Zamawiającego, w tym: infografik (co najmniej 40), które będą wykorzystywane w przekazie informacji na stronie <https://szczepienia.pzh.gov.pl>.
- 7) Dostosowanie zawartości podstrony „Dla lekarzy” jako bazy wiedzy na temat szczepień (na podstawie wkładu merytorycznego Zamawiającego).

2.3. Aktualizacja, publikowanie i optymalizacja treści

- 1) W trakcie trwania umowy Wykonawca odpowiadać będzie za utrzymanie, bezpieczeństwo i obsługę informatyczną strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl>, obsługę redakcyjną oraz graficzną działań, w tym modyfikację dotychczasowego systemu w zakresie zmian funkcjonalnych, wizualnych/ graficznych oraz programistycznych na podstawie potrzeb z dotychczasowej działalności.
- 2) W trakcie realizacji Kampanii Wykonawca dokona optymalizacji treści dotyczących Kampanii opublikowanych na stronie pod kątem SEO (Search Engine Optimization).
- 3) Wykonawca przeprowadzi działania zapewniające bezpieczeństwo strony, poprzez instalację oraz konfigurację wtyczki wzmacniającej bezpieczeństwo, w celu zminimalizowania ryzyka i wielu typów ataków.
- 4) Wykonawca na podstawie raportu przekazanego przez Zamawiającego zaproponuje i zrealizuje strategię dotyczącą promowania i pozycjonowania strony z użyciem narzędzi SEO (Search Engine Optimization) i SEM (Search Engine Marketing).

- 5) Wykonawca odpowiadać będzie za umieszczanie treści w zakresie funkcjonalności strony w oparciu o materiały przekazane przez Zamawiającego oraz materiały opracowane w związku z realizacją Przedmiotu umowy.
- 6) Wykonawca przeprowadzi modernizację działania dotychczasowych funkcjonalności strony z uwzględnieniem poprawnego realizowania założonych funkcjonalności dla przeglądark tableków i telefonów komórkowych instalowanych na najpopularniejszych urządzeniach mobilnych (Apple iPad i iPhone, tablety i telefony z systemem Android oraz IOS) zgodnie z zasadami elastycznego projektowania (Responsive Web Design).
- 7) Wykonawca dostosuje stronę pod kątem zgodności z wymaganiami opisanymi w „Ustawie z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. 2019 r., poz. 848).”
- 8) Strona musi być aktywna przez cały okres realizacji Umowy. Wskaźnik odwiedzin strony w okresie realizacji Umowy – średnio 700 000 odwiedzin strony/miesiąc.

2.4. Gwarancja

- 1) Wykonawca będzie świadczył gwarancję (usługi gwarancyjne) od dnia podpisania Protokołu odbioru końcowego do dnia 30 kwietnia 2023 roku. Za usługi gwarancyjne Wykonawcy nie należy się odrębne wynagrodzenie.
- 2) W ramach gwarancji Wykonawca będzie dokonywał rozwiązań zgłoszonych błędów według następujących okresów:

Rodzaj błędu	Czas reakcji od chwili zgłoszenia błędu	Czas naprawy lub zastosowania obejścia od chwili zgłoszenia błędu
Krytyczny	2 godziny Dni Robocze w godzinach 7.00- 17.00; Dni wolne w godzinach 7.00-17.00.	4 godziny Dni Robocze w godzinach 7.00- 17.00; Dni wolne w godzinach 7.00- 17.00.
Standardowy	12 godzin Dni Robocze w godzinach 7.00- 17.00	24 godziny Dni Robocze w godzinach 7.00- 17.00

- 3) Poprzez Obejście Błędu Zamawiający rozumie zastosowanie innych ścieżek bądź mechanizmów, które pozwolą na realizowanie funkcjonalności strony.
- 4) Docelowa Naprawa musi zostać dostarczona w terminie wskazanym poniżej, liczonym od dostarczenia Obejścia:

Rodzaj błędu	Czas Naprawy od dostarczenia Obejścia
Krytyczny	Do 2 dni roboczych
Standardowy	Do 6 dni roboczych

- 5) Naprawa Błędu musi najpierw zostać wprowadzona i przetestowana na środowisku testowym Wykonawcy.
- 6) Lista wprowadzonych zmian musi być przekazana Zamawiającemu.
- 7) Zamawiający uzna Błędy za naprawione, jeśli rozwiązany problem zostanie wgrany na środowisko produkcyjne i efekt tej operacji będzie zatwierdzony.
- 8) Określone terminy na Naprawę rozpoczynają swój bieg od momentu dokonania Zgłoszenia w systemie wspomagającym zgłoszenie błędów.
- 9) Wykonawca zobowiązany jest realizować obowiązki gwaranta, jeżeli żądanie ich realizacji zostało zgłoszone przed zakończeniem terminu obowiązywania gwarancji.
- 10) Wykonawca zobowiązany jest do wykonania świadczeń gwarancyjnych, w tym usuwania Błędów, na środowisku udostępnionym w tym celu przez Zamawiającego.
- 11) Wykonawca nie będzie zobowiązany do usunięcia Błędów w okresie gwarancji, jeżeli wykaże, że zaistniałe nieprawidłowości wynikają z zawinionych działań Zamawiającego lub podmiotów, za które Zamawiający ponosi odpowiedzialność.
- 12) Wykonawca zobowiązuje się do świadczenia usług gwarancyjnych w sposób zapobiegający utracie danych Zamawiającego, w tym także tych, do których będzie miał dostęp w trakcie wykonywania napraw. W przypadku, gdy usunięcie Błędu wiąże się z ryzykiem utraty danych, Wykonawca zobowiązany jest poinformować o tym Zamawiającego przed przystąpieniem do usuwania Błędu oraz wykonać przy współdziałaniu Zamawiającego kopie zapasowe danych.
- 13) Gwarancja obejmuje:
 - a. usługi usuwania Błędów zgłoszonych w okresie świadczenia gwarancji,
 - b. zapewnienie w okresie świadczenia gwarancji gwarantowanego poziomu strony internetowej, w tym w szczególności monitorowanie wdrożonych elementów strony internetowej w zakresie stanu i wydajności oraz monitorowanie zarejestrowanych Zgłoszeń.
- 14) Wykonawca zobowiązuje się, że:
 - a. Strona <https://szczepienia.pzh.gov.pl> będzie działać w sposób stabilny i zapewniający osiągnięcie celów Zamawiającego określonych w Umowie;
 - b. Strona <https://szczepienia.pzh.gov.pl> będzie wolna od Błędów, a stwierdzone Błędy będą usuwane na zasadach opisanych Umową;
 - c. Strona <https://szczepienia.pzh.gov.pl> będzie wolna od Wad Prawnych i zgodna z obowiązującym prawem polskim.
- 15) Wykonawca zobowiązany jest do świadczenia gwarancji w miejscu aktualnej lokalizacji strony [Szczepienia.info](https://szczepienia.info), jak również w innych środowiskach udostępnionych przez Zamawiającego, jeżeli będzie

to konieczne dla realizacji ww. świadczeń Wykonawcy. Wykonawca może wykonywać powyższe świadczenia przez zdalny dostęp do strony, zgodnie z ustaleniami Stron.

- 16) W przypadku, gdy Wykonawca pomimo dodatkowego wezwania i wyznaczenia terminu nie krótszego niż 2 dni robocze dla Błędu Krytycznego i 6 dni robocze dla Błędu Standardowego, nie usunie Błędów zgłoszonych przez Zamawiającego w terminach przewidzianych Umową, Zamawiającemu - niezależnie od innych uprawnień – przysługuje prawo zlecenia wykonywania prac podmiotom trzecim na koszt i ryzyko Wykonawcy, bez konieczności uzyskania jego zgody.
- 17) Wykonawca zobowiązany jest zapewnić, żeby strona <https://szczepienia.pzh.gov.pl> zawsze dawała możliwość wycofania wprowadzonych zmian na środowisku Zamawiającego.
- 18) Wykonawca poprzez zdalny dostęp do sieci Zamawiającego będzie realizować tylko drobne prace konfiguracyjne, chyba że Strony ustalą inaczej.
- 19) W przypadku wymaganych przez Wykonawcę specjalnych ustawień, Wykonawca zobowiązany jest do stworzenia odpowiednich procedur instalacji i konfiguracji, w celu zachowania jej zgodności ze środowiskiem Zamawiającego.
- 20) Wszelkie zmiany wprowadzone na stronie [Szczepienia.info](https://szczepienia.info), szczególnie dotyczące polityki bezpieczeństwa i polityki danych osobowych, jak też baz danych powinny być wcześniej konsultowane i akceptowane przez Zamawiającego.

2.5. Procedura Zgłaszania Błędów

- 1) Zamawiający zgłaszając Błąd określił jego rodzaj zgodnie z definicjami zawartymi w Umowie.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do analizy Błędów oraz Naprawy Błędów zgłoszonych za pośrednictwem e-mail, w wyznaczonym dla danego rodzaju Błędu Czasie Naprawy, opisanym w tabelach powyżej.
- 3) Jeżeli Wykonawca stwierdzi, iż nieprawidłowe działanie strony [Szczepienia.info](https://szczepienia.info) objęte zgłoszeniem nie jest spowodowane Błędem, a okolicznościami leżącymi poza środowiskiem, Wykonawca jest zobowiązany:
 - a. w terminie przewidzianym dla Naprawy danego rodzaju błędu, zgłoszonego przez Zamawiającego, wskazać przyczynę nieprawidłowego działania strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl> poprzez wskazanie elementu, który jest powodem nieprawidłowego działania.
 - b. w razie zgłoszenia takiej potrzeby przez Zamawiającego - wsparcia Zamawiającego przy odzyskiwaniu danych oraz programów utraconych lub uszkodzonych w wyniku wystąpienia nieprawidłowości, jak również do wsparcia przy odtworzeniu strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl>.
- 4) Jeżeli Wykonawca stwierdzi, że wskazany rodzaj Błędu jest inny niż nadany przez Zamawiającego, zobowiązany jest wykazać niespełnienie przez dany Błąd zdefiniowanych Umową przesłanek i

przypisanie Błędu do danego rodzaju. W razie braku porozumienia co do klasyfikacji Błędu, będzie on przyjmowany do realizacji przez Wykonawcę jako Błąd wskazany przez Zamawiającego, do momentu wspólnego uzgodnienia jego rodzaju. W celu uniknięcia wątpliwości Strony potwierdzają, że ustalenia w sprawie prawidłowości nadania rodzaju Błędu przez Zamawiającego nie wpływają na obowiązek Naprawy w terminie przewidzianym dla tego rodzaju Błędu zgodnie ze Zgłoszeniem Zamawiającego (w szczególności nie zawieszają terminu), z zastrzeżeniem, że jeżeli Strony dojdą do porozumienia w zakresie zamiany rodzaju Błędu, Naprawa w terminie przewidzianym dla tego rodzaju Błędu będzie uznana za należyte wykonanie Umowy i nie będzie stanowić podstawy do naliczenia kar umownych za niewykonanie Naprawy w terminie właściwym dla rodzaju wskazanego pierwotnie przez Zamawiającego.

- 5) Wykonawca umożliwi Zamawiającemu kontrolę realizacji zgłoszonych Błędów.
- 6) Zgłoszenie Błędu dla strony <https://szczepienia.pzh.gov.pl> powinno zawierać co najmniej:
 - a. temat – krótki, jednozdaniowy opis określający zgłaszany problem;
 - b. imię i nazwisko osoby zgłaszającej Błąd ze strony Zamawiającego, jej numer telefonu oraz adres e-mail;
 - c. rodzaj Błędu;
 - d. Zgłaszanie Błędów Zamawiający będzie dokonywał drogą mailową na adres wskazany przez Wykonawcę.
- 7) Zamawiający do Zgłoszenia będzie mógł:
 - a. dołączać załączniki,
 - b. dodawać komentarze i załączniki w trakcie obsługi Błędu;
 - c. uzupełniać Zgłoszenia o Błędach w trakcie obsługi,
 - d. przypisywać Zgłoszeniom statusy identyfikujące etap obsługi Zgłoszenia Błędu;
- 8) Po Zgłoszeniu Błędu:
 - a. Zamawiający może reklamować (zwracać z powrotem) do Wykonawcy nieprawidłową Naprawę Błędu lub Obejście;
 - b. Wykonawca będzie dokonywał śledzenia i zliczania łącznego czasu Obejścia i łącznego czasu Naprawy zgłoszonych Błędów;
 - c. Wykonawca będzie raportować comiesięcznie o zgłoszonych Błędach, gdzie raport będzie zawierać kryteria: zakres dat, produkt, rodzaj Błędu, status Błędu, temat, osoba zgłaszająca oraz informacje umożliwiające identyfikację przebiegu obsługi Zgłoszeń Błędów, osoby biorące udział w obsłudze Zgłoszenia, czasy poszczególnych aktywności oraz łączny czas dostarczenia Obejścia oraz łączny czas Naprawy, jak też listę Błędów.
- 9) W wypadku, w którym informacje dotyczące Błędu nie pozwalają Wykonawcy na przygotowanie Obejścia lub naprawy, Wykonawca jest uprawniony do żądania od Zamawiającego dostarczenia

dodatkowych informacji. Wykonawca nie może wstrzymać usuwania Błędu z powodu braku informacji innych niż wymienione powyżej. Jeżeli Wykonawca zgłosi żądanie dostarczenia dodatkowych informacji o Błędzie, to jest zobowiązany do udzielenia pomocy Zamawiającemu w uzyskaniu tych informacji (przekazania instrukcji, komend, narzędzi wymaganych do odczytu tych informacji).

10) Wskaźniki realizacji celów zadania związanego z modernizacją i utrzymaniem strony Szczepienia.info

Wykonawca osiągnie w toku realizacji działań poniższe wskaźniki:

Lp.	Wskaźniki	Wymaganie
1.	Liczba odsłon strony internetowej	średnio 700 000 odwiedzin strony/ miesiąc
2.	Liczba infografik	40
3.	Liczba odsłon zakładki Baza wiedzy (Dla lekarza)	10.000 miesięcznie