*Załącznik nr 1*

**Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (Szopz)**

Przedmiotem zamówienia jest zapewnienie, opracowanie i publikacja tekstów prasowych o charakterze artykułów sponsorowanych w mediach:

część 2 - Tygodniki i miesięczniki o tematyce lifestyle, poruszające zagadnienia zdrowia i urody

w ramach realizacji *Narodowego Programu Zwalczania Chorób Nowotworowych zadanie Promocja zdrowia i profilaktyka nowotworów*

**Cel zamówienia/Tematyka:**

* Pożądane postawy prozdrowotne, możliwości przeciwdziałania i zapobiegania zachorowaniu na choroby nowotworowe
* Kto może skorzystać z badań profilaktycznych, w tym zwłaszcza:
* badań w kierunku raka szyjki macicy kobiet w wieku 25-59 lat w publicznych placówkach zdrowia
* badań w kierunku raka piersi kobiet w wieku 50-69 w publicznych placówkach zdrowia
* badań w kierunku raka jelita grubego w zależności od stosowanego systemu przeprowadzania badań
* Profilaktyczne badania onkologiczne są bezpieczne i wykonywane są w specjalistycznych ośrodkach przez wykwalifikowaną kadrę medyczną
* Zwiększenie świadomości konsekwencji chorób nowotworowych w społeczeństwie, grup ryzyka oraz potencjalnych objawów
* Wskazanie roli publicznych placówek zdrowia w procesie przeciwdziałania nowotworom, w szczególności raka szyjki macicy (cytologia), raka piersi (mammografia), raka płuca
* Przedstawienie procesu diagnostyki oraz leczenia nowotworów
* Wskazanie korzyści udziału w badaniach profilaktycznych oraz korzyści z wczesnego wykrycia nowotworu
* Szkodliwość palenia tytoniu jako czynnika ryzyka choroby nowotworowej - szkodliwości palenia tytoniu i metod zmierzających do uwolnienia się z nałogu
* Czynniki ryzyka i wczesne objawy nowotworów złośliwych skóry, w szczególności czerniaka złośliwego
* Czynniki rakotwórcze w środowisku naturalnym, miejscu zamieszkania i pracy
* Karmienie piersią jako czynnik zmniejszający ryzyko zachorowania na raka piersi
* Opis kampanii „Planuję długie życie”
* Korzyści związanych z aktywnością fizyczną i przestrzeganiem prawidłowej diety oraz przeciwdziałaniem otyłości
* Szkodliwości promieniowania ultrafioletowego i metod zapobiegania skutkom działania w/w czynnika
* Korzyści związanych z uczestniczeniem w badaniach przesiewowych i zasad udziału w skrynigu raka piersi, raka szyjki macicy oraz raka jelita grubego
* Możliwości społeczeństwa w zakresie odpowiedniego postępowania w przypadku występowania tzw. objawów potencjalnie mogących mieć związek z nowotworami

**II. Przedmiot zamówienia**

Opracowanie i publikacja tekstów (artykułów) prasowych.

Treść artykułów Wykonawca przekaże w formacie MS Word Zamawiającemu w ciągu 14 dni przed publikacją do weryfikacji merytorycznej, tj. sprawdzenia zgodności tekstu z aktualną wiedzą medyczną.

Przygotowanie wersji elektronicznej artykułów, pliki powinny być gotowe do zamieszczenia na stronie internetowej oraz na profilach społecznościowych.

Publikacja artykułu musi zostać uzupełniona odpowiednimi logotypami (Ministerstwa Zdrowia oraz Kampanii „Planuję długie życie”), zgodnie z księgami znaku przekazanymi w dniu podpisania umowy.

Do zadań Wykonawcy należeć będzie:

* pozyskanie informacji oraz napisanie artykułów prasowych
* pozyskanie wypowiedzi ekspertów
* opracowanie graficzne i edytorskie
* korekta tekstu
* publikacja w wydaniach papierowych i/lub elektronicznych
* zapewnienie poprawności tekstów pod względem gramatycznym, ortograficznym, interpunkcyjnym itd. (zgodnie z normami słownikowymi). Za błędy powstałe w druku materiałów (różne od wersji zaakceptowanej przez Zamawiającego) wyłączną odpowiedzialność ponosi Wykonawca. Obowiązkiem Wykonawcy będzie przygotowanie sprawozdania - raportu z realizacji zamówienia. Powinno być dostarczone przez Wykonawcę najpóźniej na tydzień przed zakończeniem okresu realizacji umowy.
* Język komunikacji musi być prosty i zrozumiały, tj. przy tworzeniu tekstu należy unikać specjalistycznego, przez co niezrozumiałego języka.
* W komunikacji należy unikać:

1. zbyt górnolotnego języka
2. abstrakcyjnych przykładów, nie związanych z dziedzinami medycznymi, profilaktycznymi
3. stosowania treści, które mogą dyskryminować płeć oraz określone grupy społeczne pod względem: wyznawanej religii, poglądów politycznych itp.
4. przekazywania treści mających charakter przemocy, agresji itp.

* Wykonawca musi zapoznać się z raportem dotyczącym [*Badania postaw wobec zachowań zdrowotnych w zakresie profilaktyki nowotworowej wśród mieszkańców Polski ze szczególnym uwzględnieniem postaw Polek wobec raka szyjki macicy i raka piersi,*](https://www.gov.pl/documents/292343/436711/KMB_Ministerstwo+Zdrowia_Raport_23.06.2017_.pdf/8c5a3f30-3122-43f3-3915-aa3c960b6f12) który znajduje się na stronie internetowej Ministerstwa Zdrowia: <https://www.gov.pl/zdrowie/badanie-postaw-w-zakresie-profilaktyki-nowotworowej-wsrod-mieszkancow-polski> w celu uwzględnienia w artykułach prasowych najważniejszych wniosków z badania.
* Wykonawca uzupełni teksty infografikami, wykresami lub zdjęciami opracowanymi wg przygotowanego przez siebie projektu, uprzednio zaakceptowanego przez Zamawiającego.
* Artykuły prasowe muszą być w pełni dostępne dla osób niepełnosprawnych.

Język prosty do zrozumienia, w tekście zaspawane powinny być większe nagłówki

ZASADY DLA STRON INTERNETOWYCH:

Artykuły powinny być zamieszczone w oparciu o standardy WCAG (Web Content Accessibility Guidelines).

Np.

* W artykułach powinny być używany tekst alternatywny, dzięki któremu wszelkie elementy nietekstowe, umieszczone na stronie internetowej, takie jak: zdjęcia, obrazki, ikony, wykresy, tabele itp. będą mogły być przetworzone przez oprogramowanie użytkownika i dostarczyć wszystkie konieczne informacje, jakie ze sobą niosą.
* W atrybucie powinien znaleźć się krótki opis szczegółów, jakie przedstawia ilustracja w zależności od kontekstu.
* Załączniki w formacie „pdf” muszą być rozpoznawalne przez syntezator mowy.
* Musi być możliwość powiększenia tekstu, nie tracąc przy tym na jej funkcjonalności i przejrzystości
* Wykonawca w terminie uzgodnionym z Zamawiającym przekaże harmonogram publikacji ogłoszeń.
* Wszystkie teksty, infografiki, zdjęcia itp., które Wykonawca wykona w ramach realizacji umowy Zamawiający będzie mógł wykorzystać, m.in. w celu publikowania ich w swoich serwisach internetowych oraz mediach społecznościowych.
* Artykuły muszą zostać opublikowane w pełnym nakładzie gazet i czasopism wskazanych przez Wykonawcę.
* Każdy artykuł musi zawierać minimum następujące informacje:

1. Treść artykułu
2. logotyp kampanii „Planuję długie życie” i Ministerstwa Zdrowia
3. napis: Artykuł współfinansowany przez Narodowy Program Zwalczania Chorób Nowotworowych, zadanie: Promocja zdrowia i profilaktyka nowotworów
4. napis: [www.gov.pl/zdrowie](http://www.gov.pl/zdrowie) [www.planujedlugiezycie.pl](http://www.planujedlugiezycie.pl)
5. Chyba, że Zmawiający stwierdzi inaczej

* Wykonawca zobowiązany jest do każdorazowej autoryzacji wypowiedzi osób, które udzielą wywiadów na potrzeby artykułów, a także uzyskania zgody rozmówców na wykorzystanie zdjęć, wizualizacji i grafik - przy założeniu,  że Wykonawca wykorzysta ww. elementy w artykułach;
* Wykonawca zobowiązany jest do zawarcia umowy z osobami, których wizerunek zostanie utrwalony w artykułach, na podstawie której Wykonawca będzie dysponował prawem do wizerunku tych osób. Wykonawca przekaże umowy Zamawiającemu przed publikacją pierwszego artykułu;
* Zamawiający może udostępnić Wykonawcy kontakty do osób bezpośrednio zajmujących się realizacją poszczególnych tematów.
* Każdy z zamieszczanych artykułów będzie inny od pozostałych.
* Jeżeli tytuł prasowy posiada stronę internetową, serwis internetowy i/lub konta w kanałach społecznościowych, powstające teksty prasowe muszą być również opublikowane w tych kanałach internetowych. Wykonawca przygotuje wpisy (2 posty) wraz z grafiką na media społecznościowe zaoferowanej gazety. Wpis będzie dotyczył najważniejszych informacji z każdego artykułu prasowego.
* Wykonawca przygotuje i opublikuje artykuł na portalach zaproponowanej gazety, jeśli tytułu takowe posiadają. Zamawiający dopuszcza, by w Internecie ukazały się te same artykuły, co w wydaniach papierowych. Wykonawca przygotuje ilustracje do poszczególnych artykułów w postaci zdjęć, infografik, wykresów itp.
* Zamawiający zastrzega możliwość spersonalizowanych komunikatów z treściami z artykułów prasowych, które zostaną opublikowane w gazetach, do wyselekcjonowanych grup odbiorców.
* Zamawiający zastrzega możliwość do zamieszczenia artykułów na swoich stronach, m.in. [www.planujedlugiezycie.pl](http://www.planujedlugiezycie.pl) oraz na profilach społecznościowych.
* Artykuły muszą być napisane w sposób ciekawy. W przynajmniej w połowie artykułów muszą być wywiady z ekspertami lub human story (opisane muszą być tylko prawdziwie osoby).
* Zamawiającemu należy przekazać przy rozliczeniu poszczególnych publikacji:
  + wszystkie gazet z wydrukowanymi artykułami
  + zestawienie wszystkich linków do stron i mediów społecznościowych z print screenami i informacją o okresie wyświetlania (od…do...).
* najpóźniej w dniu publikacji każdego artykułu Wykonawca musi przekazać Zamawiającemu: infografiki i linki do publikacji w sieci (w tym m.in. na Twittera).
* Wszystkie artykuły muszą być sprawdzone przez osobę z co najmniej tytułem doktora onkologa. Zamawiający dopuszcza podpisywaniem artykułów nazwiskiem eksperta.

**III.    Wymagania Zamawiającego dotyczące zapewnienia powierzchni do publikacji artykułów.**

1. Zamawiający nie dopuszcza możliwości publikacji artykułów prasowych w oddzielnym dodatku tematycznym bądź branżowym (opublikowanym do całego nakładu tygodnika lub miesięcznika w dniu publikacji ogłoszenia).
2. Zamawiający nie dopuszcza publikacji artykułów na stronach ogłoszeniowych, stronach z komunikatami i nekrologami, repertuarami, informacjami na temat przetargów, stronach miejskich (dodatki miejskie w tygodnikach lub miesięcznikach), stronach regionalnych (dodatki regionalne w tygodnikach lub miesięcznikach), stronach motoryzacyjnych, sportowych oraz kulturalnych.
3. Zamawiający zastrzega, aby w dniu publikacji artykułu prasowego na stronach sąsiadujących tzn. obok siebie, nie były publikowane inne treści o charakterze sensacyjnym, deprecjonujące obszar ochrony zdrowia, reklam firm farmaceutycznych lub z branży medycznej ani suplementów diety.
4. Format artykułów w formie drukowanej: minimum ½ strony, maksimum 2 strony tygodnika lub miesięcznika
5. Liczba znaków artykułów w formie drukowanej: minimum 4 000 (ze spacjami)
6. Każdy artykuł prasowy musi zostać opublikowany w pełnym nakładzie czasopisma.
7. Format artykułów i depesz agencyjnych w formie elektronicznej: minimum 2500 znaków.
8. Zamawiający będzie mierzyć efektywność publikacji w prasie poprzez nakład oraz numery strony.

**IV.    Wymagania Zamawiającego dotyczące publikacji artykułów prasowych:**

1. Zamawiający wymaga, aby:
2. ukazywał się w postaci drukowanej
3. był płatny
4. obejmował swoim zasięgiem obszar całego kraju
5. ukazywał się regularnie
6. prezentował tematykę związaną z ochroną zdrowia lub posiadał stały dodatek poświęcony ww. tematyce
7. miał charakter opiniotwórczy
8. miał średni nakład jednorazowy wydań drukowanych w 2017 r. na poziomie co najmniej 40 000 egzemplarzy (źródło danych: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy).

**V.    Wymagania dotyczące współpracy Zamawiającego z Wykonawcą**

1. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej współpracy z Zamawiającym w celu należytej realizacji zamówienia. Wykonawca zapewni osobę do kontaktów dyspozycyjną telefonicznie, mailowo lub do spotkań roboczych w siedzibie Zamawiającego (ul. Miodowa 15, 00-952 Warszawa) po wcześniejszym uzgodnieniu terminu (poniedziałek - piątek w godz. 8.15 - 16.15).
2. Wszystkie logotypy, tj. Ministerstwa Zdrowia, kampanii „Planuję długie życie” zostaną przekazane Wykonawcy po zawarciu umowy.
3. Wszystkie projekty artykułów prasowych będą przekazywane drogą elektroniczną. W tej samej formie będzie odbywało się dokonywanie akceptacji, a także zgłaszanie uwag przez Zamawiającego.
4. Wykonawca będzie dysponował w trakcie realizacji zamówienia sprzętem oraz aktualnym i legalnym oprogramowaniem niezbędnym do należytego i terminowego wykonywania zamówienia.
5. Brak akceptacji Zmawiającego w przypadku publikacji artykułów będzie skutkowało publikacją na koszt Wykonawcy.
6. **Harmonogram realizacji zamówienia**
7. Przedmiot umowy realizowany będzie do 5 grudnia 2018 roku od dnia zawarcia umowy. W tym terminie Wykonawca jest zobowiązany do:

* przedstawienia Zamawiającemu projektów artykułów prasowych
* uzyskania akceptacji Zamawiającego w zakresie ostatecznej wersji artykułów prasowych

1. Zamawiający zakłada publikację artykułów prasowych od momentu podpisania umowy do 5 grudnia 2018 roku w następującej ilości:
   1. od 10 do 15 w tygodnikach i miesięczniki o tematyce lifestyle, poruszające zagadnienia zdrowia i urody w każdym z tych tygodników lub miesięczniku (część II)

    Jednocześnie zastrzega się, iż terminy oraz liczba publikacji ogłoszeń mogą ulec zmianie

1. Minimum 14 dni przed publikacją Wykonawca przekaże Zamawiającemu drogą elektroniczną artykuł prasowy planowany do publikacji celem jego akceptacji lub zgłoszenia ewentualnych uwag. Termin ten nie dotyczy artykułów przygotowywanych przez agencje prasowe.
2. Zamawiający zastrzega możliwość zgłaszania uwag do każdego artykułu prasowego (maksymalnie do 3 dni roboczych od dnia otrzymania projektu) z zastrzeżeniem, iż powtórzenie uwag przez Zamawiającego z powodu ich uprzedniego nieuwzględnienia przez Wykonawcę nie jest traktowane jako zgłoszenie uwag.
3. Jeśli Wykonawca nie uwzględni dwukrotnie tych samych uwag zgłoszonych przez Zamawiającego do projektów, Zamawiający zastrzega sobie prawo odstąpienia od Umowy ze skutkiem natychmiastowym, bez konieczności wyznaczania Wykonawcy dodatkowego terminu na jej wykonanie.
4. Brak uwzględnienia przez Wykonawcę wszystkich uwag Zamawiającego nie wstrzymuje biegu terminu realizacji zamówienia.
5. Wykonawca ma obowiązek uwzględniać i wprowadzać wszystkie uwagi Zamawiającego do projektów artykułów prasowych.
6. Wykonawca ma obowiązek przedstawienia Zamawiającemu projektów artykułów prasowych rozumianych w każdym przypadku jako tekst w wersji ostatecznej (z korektą i adjustacją tekstów).
7. Maksymalnie na 3 dni przed datą publikacji każdego artykułu prasowego Wykonawca jest zobowiązany do uzyskania akceptacji Zamawiającego dla danego ogłoszenia prasowego w wersji ostatecznej. Termin ten nie dotyczy artykułów przygotowywanych przez agencje prasowe.
8. Wersja ostateczna artykułu prasowego, która uzyskała akceptację Zamawiającego zapisywana jest formacie .pdf i przekazywana Zamawiającemu drogą elektroniczną.
9. Wykonawca bezpłatnie dostarczy Zamawiającemu jedno papierowe wydanie każdego czasopisma, w którym opublikowany zostanie artykuł prasowy w terminie do 14 dni od daty publikacji ogłoszenia prasowego lub plik z zapisem tekstu opublikowanego na portalu lub z zapisem depeszy udostępnionej innym mediom.