



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populațional al infecțiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

Raport de evaluare a impactului achiziției serviciilor de publicitate pentru campania națională de comunicare aferentă proiectului LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populațional al infecțiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D

Institutul Clinic Fundeni cu sediul în municipiul București, Str. Șos. Fundeni nr. 258, Sector 2, județul București, cod poștal 022328, România, având Cod Unic de Identificare 4204003 a atribuit în urma derulării procedurii de achiziție publică - licitație deschisă, contractul nr. 37662 din 24.05.2021 de prestare a următoarelor servicii conform caietului de sarcini:

Servicii de informare, educare și conștientizare a populației/ pacienților/ comunității privind riscul îmbolnăvirii cu virusul hepatitei virale tip B/C/D în cadrul proiectului „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populațional al infecțiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”- POCU/308/4/9/120640

către:

S.C. MESSAGES TO OUT THERE S.R.L, persoană juridică cu sediul în București, Str. Gherghel Vasile nr 53, Ap. 1, Etaj 1, Camera 1, Sector 1, număr de ordine în Registrul Comerțului nr. J40/7160/2014, având Cod Unic de Identificare 33286392.

Durata contractului este de la 24.05.2021 până la finalizarea proiectului, cu începerea producerii efectelor din data de 24.05.2021.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

Prețul convenit pentru îndeplinirea Contractului, respectiv prețul serviciilor prestate este de **1.242.705,39** lei cu TVA, dintre care T.V.A. 198.415,14 lei.

Caracteristicile serviciilor prestate au fost următoarele, conform caietului de sarcini:

- Se vor propune și realiza două spoturi TV în limba română (cu o durată de 20 de secunde), presupunând: elaborare scenariu (trei propuneri de scenariu, din care se vor alege două împreună cu Achizitorul), întâlnire de preproducție (PPM), filmare, post producție, integrarea sunetului, transferul online, transferul drepturilor de autor. Ofertantul va acoperi toate costurile legate de pre-producție, prospecție și post-producție (incluzând costuri de casting și remunerația actorilor), în funcție de scenariul ales.
- Se vor propune și realiza două spoturi radio (cu o durată de 20 de secunde), în limba română, presupunând: elaborare script (trei propuneri de script, din care se vor alege două împreună cu Achizitorul), întâlnire de preproducție (PPM) - înregistrarea vocilor (vocile vor fi propuse de ofertant), post producție - sincronizarea dialogurilor, integrarea efectelor de sunet, transferul online, transferul drepturilor de autor.
- Furnizorul va elabora două propuneri de concept creativ al campaniei publicitare, pentru fiecare concept propus fiind prezentată câte o variantă de creație pentru un banner publicitar online, adaptat pe două dimensiuni.
- Prestatorul va crea o pagină/un cont social media dedicate campaniei, cu scop informativ, care va fi conectata la siteul desemnat de Autoritatea Contractanta. Pagina/contul va beneficia de minim o campanie de promovare în cadrul fiecarui flight, cu obiectivul de a atinge 40.000 de reach/flight.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

- Calendarul livrărilor media online propus de prestator trebuie să aibă în vedere derularea campaniei publicitare pentru perioada noiembrie 2020 - aprilie 2023, și trebuie să garanteze și să asigure o prezenta continuă a mesajelor proiectului pe parcursul celor cinci flighturi ale campaniei.
- Se vor propune și realiza două materiale vizuale pentru publicare outdoor, în limba română, presupunând: elaborare copy (patru propuneri de text, din care se vor alege două împreună cu Achizitorul), elaborare material grafic întâlnire de decizie (PPM). Materialele elaborate vor avea conținut în concordanță cu obiectivul proiectului/ campaniei și vor respecta cerințele Manualului de Identitate Vizuală pentru Instrumente Structurale 2014-2020.
- Fiecare din cele cinci flighturi ale campaniei outdoor va beneficia de afișarea pe un număr minim de 84 de panouri (imprimare policromie), din care:

- 20 panouri (tip constructiv bus shelter, city light, billboard și/sau backlit) în municipiul București, după cum urmează:

- 1) 4 suporturi tip bus shelter și/sau city light (dimensiune minimă 1.9 metri pătrați)
- 2) 4 suporturi tip billboard (dimensiune minimă 12 metri pătrați)
- 3) 12 suporturi tip backlit (dimensiune minimă 7 metri pătrați)

- 64 panouri (tip constructiv bus shelter, city light, billboard, backlit și/sau unipol) la nivel național, din care câte 2 panouri în fiecare reședință de județ și câte un panou pe drumurile naționale din fiecare din cele 18 județe ale zonelor de dezvoltare București-Ilfov, Sud, Sud-Est, Sud-Vest și Nord-Est, și câte un panou (tip constructiv bus shelter, city light, billboard și/sau backlit) în fiecare reședință de



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

judet din cele 16 judete ale zonelor de dezvoltare Centru, Vest și Nord-Vest, după cum urmează:

- 1) 11 suporturi tip bus shelter și/sau city light (dimensiune minimă 1.9 metri pătrați)
- 2) 10 suporturi tip billboard (dimensiune minimă 12 metri pătrați)
- 3) 34 suporturi tip backlit (dimensiune minimă 7 metri pătrați)
- 4) 9 suporturi tip unipol (dimensiune minimă 40 metri pătrați)

Panourile vor fi localizate în zone cu trafic intens și vizibilitate foarte bună;

Graficul gantt de execuție a contractului fost actualizat astfel încât să se respecte toate cerințele caietului de sarcini și să fie îndeplinite țintele propuse, conform Art. 221 alin.(1) lit.e) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice actualizată, modificările nefiind substanțiale și fără modificarea prețului contractului.

Astfel, Serviciile au fost amendate printr-un act adițional pentru a adapta serviciile la un nou calendar, impus de perioada îndelungată care a fost necesară pentru derularea achiziției. A fost actualizat graficul Gantt de execuție a serviciilor cu păstrarea structurii de 5 flight-uri de campanie, modificarea fiind reprezentată de comasarea primelor două flight-uri pentru difuzarea spoturilor radio și TV, precum și pentru campaniile facebook și outdoor.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

Astfel:

- Prestatorul a elaborat scenarii și concepte pentru campania de publicitate, pornind de la trei direcții din care reprezentanții partenerului contractant, sub coordonarea personalului medical au ales scenariul preferat.
- Prestatorul a conceput Campania Națională de Educare, Informare și Conștientizare în jurul a 2 mesaje extrem de importante, primul dintre ele făcând referire la caracterul asimptomatic al hepatitelor virale, al doilea la modalitățile de transmitere, respectiv prin sânge. Primul mesaj - VIRUSUL HEPATITIC E UN UCIGAȘ TĂCUT! Mesajul este unul puternic, care subliniază caracterul asimptomatic al infecțiilor virale cu virusurile hepatitice B și C, 9 din 10 persoane ne prezentând simptome până în stadii avansate ale afectării organismului. Al doilea mesaj - VIRUSUL HEPATITIC SE TRANSMITE PRIN SÂNGE de la mamă la făt sau prin contact sexual neprotejat! Din ambele mesaje rezultă un al treilea, cel mai important, acela de participare la programul de TESTARE, practic singura metodă eficientă și sigură de a afla dacă ești sau nu sănătos.
- Prestatorul a elaborat două spoturi TV conform indicațiilor echipei de comunicare a contractantului, le-a modificat după sugestiile și feedback-ul primit, apoi le-a asigurat difuzarea pe parcursul fiecărui flight în ore de prime time pe două posturi naționale de știri (cu excepția celor sportive sau cu profil de muzică sau filme) conform duratei și numărului de difuzări din caietul de sarcini și a planului de difuzare actualizat.
- Prestatorul a elaborat două spoturi radio conform indicațiilor echipei de comunicare a contractantului, le-a modificat după sugestiile și feedback-ul primit, apoi le-a asigurat difuzarea pe parcursul fiecărui flight în ore de prime



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

time pe două posturi naționale cu profil generalist conform duratei și numărului de difuzări din caietul de sarcini și a planului de difuzare actualizat.

- Prestatorul a elaborat materiale de publicitate online (banner) conform planificării campaniei media și a asigurat publicarea acestora pe durata flighturilor agreeate pe cel puțin 4 site-uri de mare trafic.
- Prestatorul a asigurat comunicare și promovare pe pagina existentă a proiectului conform planificării campaniei media și a asigurat promovare pe platforma Facebook pe durata flighturilor pentru o rată de cel puțin 40000 de vizualizări per flight.
- Prestatorul a asigurat producția materialelor și implementarea campaniei OOH conform cerințelor din caietul de sarcini, a convenit cu experții de implementare poziționarea optimă prin arealul agreeat și a oferit exemple și dovezi ale implementării din teren, exemple verificate și validate de echipa proiectului prin deplasări la fața locului.

Sursele de verificare a veridicității și corectitudinii implementării campaniei

sunt: Procese verbale de predare primire, proiecte, layout-uri și materiale doveditoare din teren privind implementarea OOH, rapoarte de difuzare și rating realizate de prestator. La aceasta se adaugă verificări aleatorii ale difuzărilor, reach-ului online sau panotajului outdoor, realizate de echipa de implementare, respectiv experții contractați pe subactivitatea A3.1 Activități de informare, educare, constientizare a grupului tinta, beneficiar al serviciilor de prevenire, depistare precoce (screening), diagnostic și tratament al hepatitelor virale B/D și C.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

Impactul preconizat și obținut al campaniei a fost de :

- Conștientizarea și informarea grupurilor țintă cu privire la pericolele prezentate de hepatitele virale B/C/D
- Ridicarea profilului campaniei și al proiectului
- Suport indirect pentru campania de comunicare și, implicit, cea de testare a proiectelor de fază 2 LIVE(RO)2-SUD și LIVE(RO)2-EST

Printre indicatorii de măsurare a impactului regăsim:

- Două Clipuri video distribuite în calupuri de 20 de secunde în câte 20 de distribuiri per flight per post tv național. Distribuția a avut loc în prime-time, separat per intervale orare, pentru a maximiza numărul de potențiali privitori. Difuzarea celor două spoturi TV a fost realizată pe stațiile ANTENA 3 și ROMANIA TV (posturi de televiziune cu profil general / de știri, cu acoperire națională).
Ca exemplu, în Martie 2023, spoturile au rulat în intervalul orar 08.00-24.00, de luni până duminică, fiind difuzate un număr de 80 de spoturi (20 de spoturi pe ANTENA 3 și 60 de spoturi pe ROMANIA TV), asigurând astfel minimum de 40 difuzări / flight / 2 posturi, conform cererii din caietul de sarcini. Mai jos avem ca exemplu un calup dintr-un flight, pe unul dintre cele două posturi targetate. Numărul total de difuzări pe durata campaniei a depășit cel minim de 200 de difuzări conform cerinței.
- Două clipuri radio distribuite pe posturi generaliste la nivel național. Ca exemplu, în Martie 2023, spoturile au rulat în intervalul orar 07.00-10.00 (drive time), de luni până duminică, fiind difuzate un număr de 84 de spoturi



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

(42 de spoturi pe RADIO ROMANIA ACTUALITĂȚI și 42 de spoturi pe ANTENA SATELOR), asigurând astfel minimum de 40 difuzări / flight / 2 posturi, conform cererii din caietul de sarcini. Numărul total de difuzări pe durata campaniei a depășit cel minim de 200 de difuzări conform cerinței.

- Campania de publicitate Facebook a avut loc în perioadele prestabilite, depășindu-se prin criteriile de promovare 40000 reach. De exemplu, în Martie 2023, campania promovată pe pagina/contul de FACEBOOK a realizat un număr de 40.160 reach-uri, depășind minimumul de 40.000 reach, conform cererii din caietul de sarcini.
- Campania OOH a avut loc în perioadele prestabilite în condițiile din caietul de sarcini și oferta tehnică. Astfel, la nivelul lunii Martie 2023 promovarea campaniei pe suporturile outdoor se desfășoară pe 84 de suporturi (toate cu imprimare policromică), conform alocării de mai jos:
 - 20 panouri (tip constructiv bus shelter, city light, billboard și/sau backlit) în municipiul București, după cum urmează:
 - 1) 4 suporturi tip bus shelter și/sau city light (dimensiune minimă 1.9 metri pătrați)
 - 2) 4 suporturi tip billboard (dimensiune minimă 12 metri pătrați)
 - 3) 12 suporturi tip backlit (dimensiune minimă 7 metri pătrați)
 - 64 panouri (tip constructiv bus shelter, city light, billboard, backlit și/sau unipol) la nivel național, din care câte 2 panouri în fiecare reședință de județ și câte un panou pe drumurile naționale din fiecare din cele 18 județe ale zonelor de dezvoltare București-Ilfov, Sud, Sud-Est, Sud-Vest și Nord-Est, și câte un panou (tip constructiv bus shelter, city light, billboard și/sau backlit) în fiecare reședință de



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

judet din cele 16 judete ale zonelor de dezvoltare Centru, Vest și Nord-Vest, după cum urmează:

- 1) 11 suporturi tip bus shelter și/sau city light (dimensiune minimă 1.9 metri pătrați)
- 2) 10 suporturi tip billboard (dimensiune minimă 12 metri pătrați)
- 3) 34 suporturi tip backlit (dimensiune minimă 7 metri pătrați)
- 4) 9 suporturi tip unipol (dimensiune minimă 40 metri pătrați)

În consecință, campania de publicitate și-a atins impactul urmărit, prin îndeplinirea tuturor componentelor din caietul de sarcini și din oferta tehnică aferentă acestuia:

- Creșterea gradului de conștientizare asupra problemei hepatitelor virale B/C/D, mesaj destinat populației generale, cu accent pe categoriile de persoane vulnerabile așa cum sunt ele definite în Ghidul Beneficiarului, dar și pe grupul țintă. Grupul țintă al campaniei de educare, informare și conștientizare este reprezentat de persoanele cu vârsta de peste 18 ani, populație urbană și rurală, femei și bărbați, fiind exceptate persoanele lipsite de libertate și femeile însărcinate.
- Campania de Informare, Educare și Conștientizare a avut acoperire națională, fiind destinată populației din cele 8 regiuni de dezvoltare, 41 de județe + Municipiul București.
- Promovarea proiectului și creșterea vizibilității acestuia.
- Susținerea indirectă a campaniei de screening din proiectele de fază 2, conștientizarea importanței testării și schimbarea atitudinii cu privire la



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Prioritatea de investiții 9.iv: Creșterea accesului la servicii accesibile, durabile și de înaltă calitate, inclusiv asistență medicală și servicii sociale de interes general

Beneficiar: INSTITUTUL CLINIC FUNDENI

Titlul proiectului: „LIVE(RO) 1 - Formarea personalului medical din Romania pentru screeningul populational al infectiilor cronice cu virusuri hepatitice B/C/D”

Contract de finanțare nr. POCU/308/4/9/120640

Cod SMIS: 120640

adoptarea metodele de prevenție și detectare precoce a unor afecțiuni care pot fi mortale.

Prezentul Raport de evaluare a impactului achiziției poate fi descărcat de pe pagina de Internet proprie www.icfundeni.ro și din platforma electronică utilizată pentru realizarea achiziției, accesibilă prin Internet, la adresa e-licitatie.ro, CN1024912/30.09.2020, secțiunea procese-verbale, rapoarte.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI