



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

27 Decembrie 2023

**Raport de evaluare a impactului achiziției serviciilor de campanii de publicitate
județene aferente proiectului**

***LIVE(RO)2-SUD: Program regional de prevenire, screening și diagnostic al
pacienților cu boli hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri
hepatice B/D și C, ID MySMIS 136208***

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. 69609/10.11.2021 de prestare a următoarelor servicii conform caietului de sarcini:

Servicii de campanii de publicitate județene în cadrul proiectului „LIVE(RO)2-SUD: Program regional de prevenire, screening și diagnostic al pacienților cu boli hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatice B/D și C, Cod SMIS 136208”.

către:

SC Godmother SRL, în calitate de Prestator, persoană juridică română, cu sediul în București, număr de înregistrare J40/9233/1997, cod fiscal/cod unic de înregistrare 2611165.

Durata contractului a fost de 26 de luni, începând cu data de 10.11.2021 până cu începerea producerii efectelor din data de 31.12.2023.

Prețul convenit pentru îndeplinirea Contractului, respectiv prețul serviciilor prestate este de de 1,454,337.08 lei, din care T.V.A. 232,205.08 lei.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Obiectul achiziției îl reprezintă organizarea campaniilor locale județene de informare și publicitate, educare, conștientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/D și C din regiunile de dezvoltare Sud Muntenia și Sud-Vest Oltenia, respectiv din județele Argeș (AG), Calărași (CL), Dâmbovița (DB), Giurgiu (GR), Ialomița (IL), Prahova (PH), Teleorman (TR), Dolj (DJ), Gorj (GJ), Mehedinți (MH), Olt (OT) și Vâlcea (VL).

Scopul achiziției - informarea cetățenilor despre desfășurarea în cele 12 județe menționate a screeningului referitor la bolile hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/D și C și importanța lui pentru populație, creșterea ponderii cetățenilor aparținând grupurilor vulnerabile care beneficiază de servicii de asistență medicală, promovarea programului "Live(RO) 2-SUD: Program regional de prevenire, screening și diagnostic al pacienților cu boli hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatice B/D și C, Cod SMIS 136208".

Grup țintă campanie - populație urbană și rurală, femei și bărbați, cu vârsta de peste 18 ani care nu sunt persoane gravide și/ sau persoane lipsite de libertate și care au domiciliul într-unul din județele Argeș (AG), Călărași (CL), Dâmbovița (DB), Giurgiu (GR), Ialomița (IL), Prahova (PH), Teleorman (TR), Dolj (DJ), Gorj (GJ), Mehedinți (MH), Olt (OT) sau Vâlcea (VL), integrate regiunilor de dezvoltare Sud Muntenia și Sud- Vest Oltenia.

Serviciile prestate au fost următoarele, conform caietului de sarcini:

- **BRANDING**
- **CONFERINTA DE ÎNCHIDERE A CAMPANIEI DE INFORMARE**
- **CONFERINTE DE LANSARE CAMPANII LOCALE (județene) + WORKSHOPURI (1/jud, total 10 conferințe)**
- **PRODUCTIE SPOT VIDEO ȘI VARIANTE PERSOANALIZATE PENTRU CELE 12 JUDEȚE**



Membră a Coaliției
Internationale SIDA



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- **PRODUCTIE SPOT VIDEO COMUNICARE REZULTATE**
- **PRODUCTIE SPOT RADIO ȘI VARIANTE PERSOANALIZATE PENTRU CELE 12 JUDEȚE**
- **DIFUZARE SPOTURI RADIO**
- **REALIZARE SI EDITARE MATERIAL FOTO/VIDEO DESPRE PROGRAMUL DE SCREENING**
- **CAMPANIE PROMOVARE FACEBOOK (1/jud, total 12)**
- **CAMPANIE ONLINE (1/jud, total 12)**
- **PRODUCTIE ȘI LIVRARE MATERIALE TIPARITE PERSONALIZATE**

Graficul gantt de execuție a contractului a 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 prin 2 acte adiționale pentru a adapta serviciile la un nou calendar, impus de perioada îndelungată care a fost necesară pentru derularea achiziției și de necesitățile identificate pe parcursul impelmentării.

Grafic gantt actualizat:

	2021						2022						2023																
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. BRANDING																													
2. Conferinta de lansare/inchidere campanie																													
3. Conferinte judetene+workshop uri (1 pe judet, total 10)																													
4. Productie spoturi video si radio																													
6. Difuzare spot radio																													
7. Campanie promovare Facebook (1 pe judet, total 12)																													
8. Campanie online (1 pe judet, total 12)																													
9. Productie si livrare materiale tiparite personalizate																													

Obiectivul urmărit, organizarea campaniilor locale județene pentru educarea, conștientizarea și informarea grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/D și C din regiunile de dezvoltare Sud Muntenia și Sud-Vest Oltenia, a fost atins în proporție de 100% în urma derulării Contractului de servicii de campanii de publicitate județene.

Astfel:

- Prestatorul a realizat propus și realizat **conceptul creativ al campaniei** (vizual cheie, mesaje; inclusiv preluare feedback Beneficiar, revizuirii, actualizări, personalizări)
- Prestatorul a propus **scenarii și servicii de creație pt materiale** (pt spoturi video, radio, bannere online, FB ads, macheta materiale promotionale etc; inclusiv preluare feedback Beneficiar, revizii și aprobări).
- Prestatorul a elaborat **planul de implementare a campaniei**. La nivelul planului a stat obiectivul campaniei, definit in mod clar si orientat catre



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

complanța populației din zonele Sud Muntenia și Sud-Vest Oltenia cu screening-ul, stadializarea și tratamentul hepatitelor virale B/C/D. Campaniile județene/locale au contribuit activ la crearea unei comunități sanatoase prin constientizarea importanței proprii stări de sănătate, primul pas fiind acela de a efectua controale preventive periodice.

- **Conceputul Campaniei de Educare, Informare și Conștientizare** a fost dezvoltat în jurul mesajului HEPATITELE POT FI ACOLO CHIAR DACĂ NU AI SIMPTOME. Mesaje secundare (Imposibil, mă simt bine! Dar dacă ficatul tău îți ascunde ceva? Diagnosticate la timp nu duc la complicații grave! Participă la programul de testare derulat în Regiunile Sud Muntenia și Sud Vest Oltenia) au accentuat caracterul ascuns al acestor afecțiuni, importanța testării și a participării la programul de screening chiar dacă aparent starea de sănătate este una bună.
- Prestatorul a **propus 2 scenarii pentru elaborarea spotului video și a produs un spot video** conform indicațiilor echipei de comunicare a contractantului, le-a modificat după sugestiile și feedback-ul primit, apoi le-a asigurat variantele personalizate pentru fiecare dintre cele 12 județe în care s-a realizat screeningul. În ceea ce privește scenariul video, acesta a fost deja realizat ca parte integrantă din activitatea de branding, cu respectarea cerințelor documentației de atribuire: realizat în limba română, cu posibilitatea fracționării spotului într-un spot de 10 secunde. Pentru realizarea și alegerea scenariului final, Godmother a realizat 3 propuneri de scenariu, din care Achizitorul a realizat selecția finală. Scenariile au fost declinate din conceptul creativ, cu mesaj adresat publicului țintă și au conținut în concordanță cu obiectivul proiectului/campaniilor de informare, educare, constientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatice B/ D și C.
- Prestatorul a propus **2 scenarii pentru elaborarea spotului radio și a produs un spot radio** conform indicațiilor echipei de comunicare a contractantului, le-a modificat după sugestiile și feedback-ul primit, apoi le-a asigurat variantele personalizate pentru fiecare dintre cele 12 județe în care s-a



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

realizat screeningul. În ceea ce privește scriptul radio, acesta a fost deja realizat ca parte integrantă din activitatea de branding, cu respectarea cerințelor documentației de atribuire: realizat în limba română, cu posibilitatea fracționării spotului într-un spot de 10 secunde, presupunând și elaborare a 3 propuneri de scenariu, din care Achizitorul l-a selectat pe cel final. Scenariile sunt declinate din conceptul creativ, cu mesaj adresat publicului țintă și au conținut în concordanță cu obiectivul proiectului/campaniilor de informare, educare, constientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/ D și C. Conceptul creativ este integrat și cumulează scenariul pentru spotul radio.

- A fost realizat **un spot audio de minim 20 de secunde** pentru difuzare radio și canale multimedia, în limba română, durată: minim 20-maxim 30 de secunde. Spotul a fost realizat în limba română, presupunând: elaborare script, întâlnire de preproducție (PPM) - înregistrarea vocilor (vocale vor fi propuse de ofertant), post producție - sincronizarea dialogurilor, integrarea efectelor de sunet, transferul online, transferul drepturilor de autor. Informațiile necesare realizării conținutului spotului radio au fost furnizate de Achizitor. Furnizorul a fost responsabil cu transmiterea spoturilor agreeate cu Achizitorul către stațiile radio propuse în oferta tehnică. A fost furnizată coloana sonoră, împreună cu drepturile de utilizare aferente. Calitatea spoturilor radio a fost în conformitate cu tehnologia folosită de stațiile radio. Prestatorul s-a asigurat că produsele finale respectă toate specificațiile tehnice, sunet stereo, inserție de grafică și text, muzică (dacă este cazul) cu drepturi de autor.
- **Difuzarea spoturilor radio.** Prestatorul a asigurat difuzarea spoturilor radio pe postul de radio **KISS FM**, care face parte dintre posturile auditate de Asociația pentru Radio Audiență conform Studiului de audiență radio Valul de toamnă 2020 (publicat pe site ului <http://www.audienta-radio.ro> KISS FM deține stații locale cu acoperire în județele vizate de campania locală.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Spoturile radio au fost difuzate doar pe stațiile locale din regiunile Sud Vest Oltenia și Sud Muntenia, respectiv:

- **AG: Kiss FM Pitesti**
 - **DJ: Kiss FM Craiova**
 - **DB: Kiss FM Targoviste**
 - **OT: Kiss FM Slatina**
 - **TR: Kiss FM Alexandria**
 - **MH: Kiss FM Drobeta Tr. Severin**
 - **PH: Kiss FM Ploiesti**
 - **VL: Kiss FM Rm. Valcea**
 - **GR: Kiss FM Giurgiu**
 - **GJ: Kiss FM Tg. Jiu**
 - **CL: Kiss FM Calarasi**
 - **IL: Kiss FM Slobozia**
- Prestatorul a asigurat spațiul de difuzare pentru minim 100 de inserții radio per campanie locala judeteana. Perioada de difuzare de minim 90 zile pe fiecare campanie locală județeană. Intervalul orar de difuzare 07.00-21.00, de luni până duminică. Prestatorul a realizat difuzările conform graficului Gantt de prestare a serviciilor. Calendarul livrărilor media Radio atestă derularea campaniei publicitare pentru perioada februarie 2022 - iunie 2023, asigurându-se o prezență continuă a mesajelor proiectului pe perioada desfășurării campaniilor locale.
- Au fost organizate **10 conferințe de lansare a campaniilor locale - județene și 10 workshopurilor de pregătire** a lansării programului de testare cu medicii de familie afiliați în fiecare județ. Conferințele au avut loc în lunile ianuarie 2022, martie 2022, septembrie 2022, ianuarie 2023 și martie 2023.
- Prestatorul a organizat o **conferință de închidere** (conform graficului gantt) a campaniei de informare, educare, conștientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/ D și C. Conferința a fost organizată în București în data



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

pentru a asigura participarea tuturor entităților cu rol decizional în domeniu, respectiv Ministerul Sănătății, Casa Națională de Asigurări de Sănătate, Institutul Național de Sănătate Publică, Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, reprezentanți ai Organizației Mondiale a Sănătății, ai organizațiilor de pacienți, precum și participarea reprezentanților presei, cu respectarea tuturor cerințelor tehnice și logistice de la nivelul documentației de atribuire. Conferința a fost înregistrat și transmisă live pe canalele social media.

- **Campanie promovare Facebook.** În vederea implementării acesteia activități (derulare campanie de promovare pe Facebook) a fost realizată creația și grafica materialelor (tip facebook ads), pornind de la conceptul creativ al contractului și urmărind mesajele adresate publicului țintă; având în vedere inclusiv preluarea de feedback din partea AC, revizia aferentă și obținerea aprobării AC pentru difuzare. În continuare, s-a ținut cont de structura campaniilor conform calendarului livrarilor media pe facebook integrat și la nivelul planului de implementare, iar forma finală a acestuia a fost stabilită după obținerea și integrarea feedbackului din partea AC. În implementare s-a ținut cont de structura celor 12 campanii locale și derularea campaniilor locale pentru perioada februarie 2022 - iunie 2023. Durata unei campanii Facebook/județ a fost de 90 de zile, respectiv 3 luni calendaristice.
- **Campanie online.** Pentru derularea și implementarea campaniei online, câte o campanie pe fiecare județ dintre cele 12, au fost realizate activități în pași procedurali constând în creația și grafică materialelor (bannere online) incluzând preluarea și integrarea feedbackului de la AC pentru obținerea aprobarilor finale; a fost realizat calendarul media online (inclusiv cu preluarea feedback AC, revizii și aprobare finală), inclus și în planul de implementare al campaniei. A fost realizată implementarea efectivă a campaniilor cu respectarea specificațiilor tehnice din caietul de sarcini, cât și monitorizarea și raportarea campaniilor. Expunerea bannerelor online s-a făcut pentru fiecare din cele 12 campanii județene și au fost adaptate fiecărei campanii/regiuni de dezvoltare. Astfel s-a asigurat producția/realizarea a două bannere online pe baza variantelor de creație agreeate de Achizitor,



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

animat, cu poziționare statică, adaptat pe următoarele două dimensiuni standard sau cât mai apropiate de acestea: minim 728x90 pixeli sau minim 300x250 pixeli. În ceea ce privește derularea campaniei publicitare, aceasta s-a desfășurat concomitent cu campania Facebook în perioada februarie 2022 - iunie 2023, garantându-se și asigurându-se o prezentă continuă a mesajelor proiectului pe parcursul celor 12 campanii locale, respectiv 90 de zile per campanie. Fiecare flight și-a atins obiectivul, minim 800.000 de vizualizări/flight.

- Producție **spot video comunicare rezultate**. Realizarea producției spotului video de comunicare rezultate a decurs în 2 etape : realizarea scenariului video și în producția propriu-zisă. În ceea ce privește scenariul video, acesta a fost realizat în limba română: elaborare propuneri de scenariu rezultatele programului de screening, respectiv impactul acestuia. Scenariile au fost declinate din conceptul creativ, cu mesaj adresat publicului țintă și a avut conținut în concordanță cu obiectivul proiectului/campaniilor de informare, educare, constientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/ D și C. Scenariile au fost înaintate către Beneficiar pentru preluare feedback, revizuite și supuse aprobării finale.
- Realizare și editare **material foto-video despre programul de screening**. În cadrul acestei activități s-a realizat un set de materiale cu scop informativ, acestea conțin date despre proiect în baza informațiilor furnizate de Beneficiar cu privire la modalitatea de testare, echipele din centrul de prevenție, orice altă informație relevantă despre activitatea din proiect. Materialul este sub forma unui slide-show și are o durată de 15 minute. Colajul foto/video va fi difuzat pe ecranele TV achiziționate în cadrul proiectului și expuse în cele 3 centre de prevenție.
- **Producție materiale tipărite personalizate**. Creația și grafica materialelor constând în realizarea declinărilor pentru toate materialele tipărite și promoționale, acestea fiind în tema campaniei. Pe toate materialele la loc vizibilă a fost adăugat textul „Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Programul Operațional Capital Uman”. Materialele tipărite au fost - pliante A4 trifold, flyere A5, afișe A4 și A3, autocolante A4, autocolante pentru podea, display de plastic pentru pliante A4 și A5, pixuri, agende, mape prezentare, memory stickuri, halate pentru personalul medical, carnet reșete medicale, carnet schemă de tratament, ștampile, cărți de vizită și bannere de perete.

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, rapoarte de difuzare realizate de prestator. La acestea se adaugă verificări aleatorii ale difuzărilor, reach-ului online sau panotajului outdoor, realizate de echipa de implementare, respectiv experții contractați pe subactivitatea A2.1 Activități de informare, educare, conștientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/ D și C.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Vizual cheie al campaniei realizate:



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

„Nu toate bolile se văd!”

„Dar dacă?”

„Imposibil, mă simt bine!”

HEPATITELE pot fi acolo chiar dacă nu ai simptome

*Diagnosticate la timp, nu duc la complicații grave.
Sună la 0751.120.945 și testează-te gratuit!*

LIVE(RO)2-SUD: Program regional de prevenire, screening și diagnostic al pacienților cu boli hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatice B/D și C - Cod MySMIS 136208

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



LIVE(RO)



ASOCIATIA ROMANA ANTI-SIDA
Membră a Coaliției
Internationale SIDA

Impactul preconizat și obținut al campaniei a fost de :

- Conștientizarea și informarea grupurilor țintă cu privire la riscul infecțiilor cu virusurile hepatitice B/C/D
- Informarea populației cu privire la modalitățile de transmitere a infecțiilor virale, diagnostic și tratament, stil de viață sănătos.
- Promovarea campaniei de testare și a proiectului LIVE(RO)2-SUD
- Call to action, creșterea gradului de complianță a grupului țintă la programul de testare.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



LIVE(RO)



ASOCIATIA ROMANA ANTI-SIDA
Membră a Coaliției
Internationale SIDA



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Printre indicatorii de măsurare a impactului regăsim:

- clip video cu rol de conștientizare, cu variante personalizate pentru cele 12 campanii județene
- spot audio cu rol de conștientizare, cu variante personalizate pentru cele 12 campanii județene
- Video comunicare rezultate ale programului de screening
- Colaj foto-video al programului de screening
- 12 campanii județene de informare realizate atât prin campanie radio cât și prin campanie online și facebook, dar și afisaj stradal și în instituțiile publice locale.

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

- Organizarea celor 12 campanii locale județene de informare și publicitate, educare, conștientizare a grupului țintă privind screeningul în cazul bolilor hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/D și C din regiunile de dezvoltare Sud Muntenia și Sud-Vest Oltenia, respectiv din județele Argeș (AG), Calărași (CL), Dâmbovița (DB), Giurgiu (GR), Ialomița (IL), Prahova (PH), Teleorman (TR), Dolj (DJ), Gorj (GJ), Mehedinți (MH), Olt (OT) și Vâlcea (VL)
- 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.
- Informarea cetățenilor despre desfășurarea în cele 12 județe menționate a screeningului referitor la bolile hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatitice B/D și C și importanța lui pentru populație, creșterea



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

ponderii cetățenilor aparținând grupurilor vulnerabile care beneficiază de servicii de asistență medicală, promovarea programului "Live(RO) 2-SUD: Program regional de prevenire, screening și diagnostic al pacienților cu boli hepatice cronice secundare infecțiilor virale cu virusuri hepatice B/D și C, Cod SMIS 136208".

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, CN1032878/13.07.2021, secțiunea procese-verbale, rapoarte.



INSTITUTUL CLINIC
FUNDENI



LIVE(RO)



ASOCIAȚIA ROMÂNĂ ANTI-SIDA

Membră a Coaliției
Internationale SIDA

