



## Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

**Przedmiotem zamówienia jest: produkcja spotu i skrótu spotu promującego województwo warmińsko-mazurskie nawiązujących do „Strategii Marki Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2021+” i haseł „Swoboda tworzenia” oraz „#genWarmiiMazur”.**

### I. Założenia:

Spot powinien przedstawiać region Warmii i Mazur jako przestrzeń, której łagodność i piękno wyzwalają kreatywność i pozwalają wydobyć z siebie jak najwięcej potencjału. Panują tu idealne warunki, aby odpocząć, żyć w zgodzie ze sobą i z naturą, kreować w harmonii z przestrzenią. Warmia i Mazury to „Swoboda tworzenia”. Warmia i Mazury to region, który ma potencjał, aby przyciągać innych i sprawić, że szybko poczują się tu jak u siebie. Warmia i Mazury to region, który zaprasza każdego do znalezienia pomysłu na siebie i jego realizacji, nie wyklucza i nie ocenia, łączy, a nie dzieli, jest otwarty i dostępny. Społeczności lokalne na Warmii i Mazurach są mniejsze przez co łatwiej tu nawiązać kontakty i budować relacje, jeżeli tego chcemy.

#### CEL KOMUNIKACYJNY

Nadać nową perspektywę przyszłości, tworząc i wzmacniając wizerunek regionu, w którym ceni się śmiałe pomysły i działanie oraz praktykę tworzenia w zgodzie z wyjątkową przyrodą i krajobrazem Warmii i Mazur.

Warmińsko-mazurskie to świetne miejsce do życia, które daje przestrzeń do samorealizacji, tworzenia własnych biznesów, gdzie znajduje się czas na rozwój, gdzie żyje się w równowadze między pracą a życiem prywatnym, z „mikrourlopami” każdego dnia. Tu żyje się lepiej, pełniej, spokojniej, bliżej siebie i ciekawiej.

#### GRUPY DOCELOWE KOMUNIKACJI

Mieszkańcy obecni i potencjalni, kreatorzy/twórcy/innovatorzy/naukowcy/artysty, przedsiębiorcy lokalni i inwestorzy, zwolennicy pracy zdalnej lub hybrydowej, cyfrowi nomadzi, poszukujący zmiany w życiu.

Skrót spotu ma stanowić skondensowaną wersję spotu właściwego, do wykorzystania tam, gdzie niezbędna jest krótsza forma.

### II. Do zadań Wykonawcy będzie należało:

1. Przygotowanie i montaż łącznie 2 spotów.
2. Wykonawca wykona usługę na terenie województwa warmińsko-mazurskiego.
3. Pierwsza wersja spotu (rozbudowana) trwać będzie od 30 do 60 sekund i opatrzona będzie narracją lektorską. Zamawiający otrzyma od Wykonawcy do wyboru minimum 5 propozycji lektora z których wybierze jedną.
4. Wersja druga (krótsza) nie dłuższa niż 15 sekund; stanowiąca swoisty skrót wersji pierwszej (rozbudowanej); również opatrzona narracją lektorską, w wykonaniu tego samego lektora, którego Zamawiający wybierze do wersji rozbudowanej.
5. Spoty (rozbudowany i krótszy) w sposób atrakcyjny, prosty i zwięzły przedstawiać będą założenia i cel komunikacyjny.
6. W spotach powinien znaleźć się wątek regionu Warmii i Mazur jako miejsca przyjaznego do życia, wypoczynku, a także do prowadzenia własnego biznesu, rozwoju swoich pomysłów

i pasji. Całość materiału powinna nawiązywać i odzwierciedlać główną ideę marki, którą jest „Swoboda tworzenia”.

7. W spotach powinny znaleźć się m. in. ujęcia w biurze, w przestrzeni miejskiej, drogi, inwestycje zlokalizowane przy głównych trasach, nad jeziorem, na terenie rekreacji sportowej, skateparku, wakeparku, na wodzie, infrastruktura nad wodą, ujęcia przyrody, natury, ujęcia z lotu ptaka, ujęcia z udziałem aktorów para – młody mężczyzna i młoda kobieta o różnej narodowości, odważnych, pewnych siebie, którzy czują, że mogą na Warmii i Mazurach stworzyć coś wyjątkowego, odkryć i realizować swoją pasję.
8. W spotach wystąpią profesjonalni aktorzy.
9. Materiał powinien być zmontowany w sposób nowoczesny, dynamiczny i ciekawy, z zachowaniem jasności i przejrzystości przekazu.
10. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji scenariusze spotów. Scenariusze będą zawierały, m.in. koncepcję realizacji materiału video, opisy scen, komentarze z off'u. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić w scenariuszach zmiany zasugerowane przez Zamawiającego. Materiał audio-video powstanie na podstawie scenariuszy zaakceptowanych przez Zamawiającego.
11. Montaż materiałów uwzględniać będzie m.in.:
  - 1) wspólne i spójne graficznie komponenty początkowe (czołówka) i końcowe (tyłówka) w obydwu spotach;
  - 2) licencjonowane podkłady muzyczne;
  - 3) transkrypcje spotów na potrzeby widzów niesłyszących i słabosłyszących oraz audiodeskrypcje dla nagrań video;
  - 4) kolaudacje materiałów z możliwością wprowadzenia zmian przez Zamawiającego.
12. Wykonawca zapewni odpowiednie formaty emisyjne spotów w formie plików w jakości FULL HD (przygotowane w formatach umożliwiających m.in. udostępnienie w serwisach społecznościowych, na stronach internetowych, emisję w telewizji, emisje na wielkoformatowych ekranach), pliki zostaną przekazane Zamawiającemu poprzez narzędzie File Station tj. narzędzie UMWWM służące przesyłaniu i udostępnianiu plików w Internecie przy użyciu przeglądarki internetowej, niezależnie od ich wielkości, zgodnie z instrukcją przekazaną mu przez Zamawiającego po zawarciu umowy.
13. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia uwag i sugestii zmian (drogą e-mail) dotyczących realizowanych spotów w terminie 5 dni roboczych od dnia otrzymania od Wykonawcy każdego ze spotów, Wykonawca ma max. do 5 dni kalendarzowych od dnia otrzymania ww. uwag i sugestii na ich uwzględnienie, a następnie ponowne przesłanie do akceptacji Zamawiającego – ten etap zakończy się uzyskaniem ostatecznej akceptacji.
14. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu spoty w ich ostatecznych i zaakceptowanych formach do dnia **2 grudnia 2024 r.**

### **III. Obowiązki Wykonawcy:**

1. Materiały video muszą zawierać niezbędne oznakowanie zgodne z zasadami z Księgi Identyfikacji Wizualnej Województwa Warmińsko-Mazurskiego, która jest dostępne pod linkiem: <https://warmia.mazury.pl/turystyka-i-promocja/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>
2. Materiały video muszą nawiązywać do Strategii Marki Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2021+, która jest dostępna pod linkiem: [https://warmia.mazury.pl/images/Dep\\_Koordinacji\\_Promocji/1r%C3%B3wne\\_dokumenty/strategia\\_marki\\_WiM\\_2021.pdf](https://warmia.mazury.pl/images/Dep_Koordinacji_Promocji/1r%C3%B3wne_dokumenty/strategia_marki_WiM_2021.pdf).
3. Materiały video muszą spełniać wymogi dostępności dla osób z niepełnosprawnościami: nie mogą posiadać poruszających się tekstów, agresywnych i szybko animowanych grafik.
4. Wykonawca prześle Zamawiającemu wszelkie materiały produkcyjne powstałe w trakcie realizacji umowy. Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiających ich późniejszą edycję i emisję.

5. Akceptacja przekazanych materiałów będzie podstawą do wystawienia protokołu zdawczo-odbiorczego.
6. Wykonawca zrealizuje przedmiot zamówienia przy udziale osób, w tym reżysera, wskazanych w wykazie osób skierowanych przez Wykonawcę do realizacji zamówienia, złożonym w toku postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.
7. Zmiana osób wskazanych w wykazie nastąpić może jedynie za zgodą Zamawiającego, przy czym Wykonawca zobowiązany jest do przedłożenia Zamawiającemu informacji o kwalifikacjach proponowanych osób, nie niższych niż kwalifikacje osób zastępowanych.

#### **IV. Inne:**

1. Spełnienie obowiązków i wymogów formalnych wynikających z RODO leży po stronie Wykonawcy.
2. Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji umowy przed rozpoczęciem produkcji wymagają konsultacji oraz akceptacji Zamawiającego. W przypadku uwag Zamawiającego do materiału, Wykonawca jest zobowiązany do ich uwzględniania, aż do uzyskania ostatecznej akceptacji.
3. Już w trakcie realizacji zamówienia Zamawiający będzie miał prawo wykorzystywania wszystkich powstałych w ramach umowy utworów i będzie mu przysługiwała pełnia praw z tego tytułu.