Załącznik do Uchwały Zarządu Województwa Opolskiego

Załącznik nr 1 do SWZ Nr postępowania: DOA-ZP.272.12.2022

**Opis przedmiotu zamówienia**

**„#PodrozujPoO!polsku - usługa kompleksowego wykonania spotów video promujących turystykę wiejską Opolszczyzny wraz z tłumaczeniami i dostosowaniem do potrzeb osób z dysfunkcją narządu wzroku i słuchu”**

1. **Ilościowy zakres zadań dla Wykonawcy:**

**ETAP I – Kompleksowa produkcja spotu video w wersji polskiej o długości 90 sek. oraz jego skróconej wersji o długości 30 sek. przeznaczonych do Internetu i wykonanych w jakości i specyfikacji technicznej pozwalającej na ewentualną późniejszą emisję w telewizji i kinie.**

Kompleksowa produkcja spotu video obejmuje w szczególności:

* + - 1. Wykonanie zaakceptowanego przez Zamawiającego scenariusza spotu, uwzględniającego zapisy wskazane w niniejszym Opisie Przedmiotu Zamówienia, w oparciu o koncepcję spotu, która zostanie złożona wraz z ofertą (w koncepcji powinny być zawarte proponowane hasła promocyjne oraz uwzględniona promocja obszarów wiejskich województwa opolskiego, miejsca kojarzące się z regionem oraz istniejące w regionie);
			2. Wykonanie spotu promocyjnego na podstawie zaakceptowanego przez Zamawiającego scenariusza o długości 90 sek. oraz jego skróconej wersji o długości 30 sek.;
			3. Udźwiękowienie obydwu wersji spotu (90 sek. i skróconej wersji 30 sek.) poprzez stworzenie oryginalnej kompozycji muzycznej składającej się z tematu muzycznego i dźwięków efektowych, które jako całość będą stanowić odrębne dzieło dopasowane do tematyki spotu;
			4. Edycję materiału filmowego / postprodukcję, m.in. montaż, tworzenie efektów wizualnych oraz „czyszczenie” obrazu np. z nazw własnych prywatnych podmiotów, śmieci itp., wstawienie grafik, udźwiękowienie/”obróbkę” dźwięku, korektę barw itp.;
			5. Dostarczenie ostatecznej wersji spotu wraz z jego skróconą wersją do siedziby Zamawiającego (Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Opole, siedziba Departamentu Kultury, Sportu i Turystyki ul. Żeromskiego 3, piętro 3), na nośniku cyfrowym w rozszerzeniu umożliwiającym umieszczenie oraz odtwarzanie ich w serwisach internetowych, ogólnopolskiej telewizji, kinie oraz na telebimach;
			6. Dostarczenie dodatkowych wybranych przez Zamawiającego ujęć z materiału surowego w formie osobnego źródła.

**Etap II - Kompleksowe tłumaczenia audiowizualne spotu video o długości 90 sek. oraz jego skróconej wersji o długości 30 sek. przeznaczonych do Internetu i wykonanych w jakości i specyfikacji technicznej pozwalającej na ewentualną późniejszą emisję w telewizji i kinie.**

W ramach tego etapu Wykonawca przygotuje następujące wersje spotów:

1. Wersja nr 1 (dla osób pełnosprawnych) z angielską postprodukcją i angielskimi napisami (naniesionymi na stałe) do spotu 90 sek. i 30 sek.
2. Wersja nr 2 (dla osób z dysfunkcją narządu słuchu) z polskimi i angielskimi napisami (naniesionymi na stałe) do spotu 90 sek. i 30 sek.
3. Wersja nr 3 (dla osób z dysfunkcją narządu wzroku) z polską i angielską audiodeskrypcją do spotu 90 sek. i 30 sek.

Kompleksowe tłumaczenie audiowizualne spotów obejmuje w szczególności:

1. Dostosowanie spotów do wersji dla pełnosprawnych obcokrajowców poprzez tłumaczenie na język angielski wypowiadanych przez głównego bohatera tekstów, tłumaczenie naniesionych na spotach nazw logotypów oraz podpisów (np. haseł promocyjnych i nazw lokacji), końcowej tablicy informacyjnej o finansowaniu spotów ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Schematu II Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 i stanowiącego realizację Planu Działania Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. Plan operacyjny na lata 2022 – 2023.
2. Dostosowanie polskiej i angielskiej wersji spotów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (dysfunkcją narządu słuchu oraz dysfunkcją narządu wzroku). W tym celu do spotów Wykonawca przygotuje:
3. napisy w języku polskim i angielskim, które będą zsynchronizowane z nagraniem (napisy rozszerzone przygotowane w pliku srt.) według poniższej specyfikacji:
* napisy zamieszczone w dolnej części ekranu,
* czcionka wykonanych napisów musi być czytelna (bezszeryfowy font, zawsze ten sam),
* zachowany musi być odpowiedni kontrast napisów (napisy w kolorze białym) do tła (czarne tło, jasny font),
* napisy nie mogą zasłaniać innych elementów obrazu,
* wyświetlanie tekstu powinno trwać min. 3 sekundy i powinno być zsynchronizowane z obrazem (Zamawiający dopuszcza żeby pojedynczy napis wyświetlany był nie krócej niż 2 sekundy i nie dłużej niż 7 sekund. Czas wyświetlania powinien być dopasowany do długości tekstu i pozwalać na wygodne odczytanie),
* długie napisy muszą być wyświetlane w formacie dwuwiersza, przy czym jeden wiersz nie powinien mieć więcej niż 40 znaków,
* napisy powinny składać się ze zdań pojedynczych, jedna myśl w jednym zdaniu, nie należy rozbijać związków międzywyrazowych,
* napisy rozszerzone zawierają wszystkie wypowiedzi ustne oraz informacje o dźwiękach istotnych dla zrozumienia treści,
* kwestie dialogowe poprzedzane są myślnikiem. Jeżeli z obrazu nie da się wywnioskować, kto wypowiada daną kwestię, osobę oznacza się odpowiadającym mu kolorem lub identyfikuje w inny sposób (imię, pseudonim, postać);
1. transkrypcję w języku polskim i angielskim według poniższej specyfikacji:
* transkrypcja powinna być zapisana i przekazana w pliku tekstowym,
* powinna zawierać informacje, kto w danym momencie się wypowiada,
* istotne informacje powinny być w nawiasie, np.: „Lubię podróżować! [krzyknął]”,

c) audiodeskrypcję w języku polskim i angielskim według poniższej specyfikacji:

* lektor opisuje to, co widać, bez interpretacji, chyba że okaże się to niezbędne dla zrozumienia treści,
* wypowiedzi lektora umieszczane są na ścieżce dźwiękowej w taki sposób, by nie przeszkadzały słuchaniu wypowiedzi na głównej ścieżce,
* głos lektora nie powinien być znacząco głośniejszy ani cichszy od podstawowej ścieżki dźwiękowej,
* jeżeli w nagraniu znajdują się napisy, powinny być one odczytane przez lektora;
* wersje spotów z audiodeskrypcją powinny być opatrzone symbolem osób niedowidzących, tj. symbolem przekreślonego oka.

W etapie II wszystkie wersje spotów muszą być poddane udźwiękowieniu i procesowi postprodukcji na zasadach z Etapu I.

Łączna liczba wersji montażowych spotu video: **12** ( **6 w języku polskim i 6 w języku angielskim** w podziale na wersje: z audiodeskrypcją, bez audiodeskrypcji oraz bez audiodeskrypcji z naniesionymi na stałe napisami).

1. **Założenia strategiczne**
2. **Cele i idea spotu:**
3. pokazanie obszarów wiejskich Opolszczyzny jako atrakcyjnego kierunku podróży, regionu wielokulturowego, z bogatą tradycją, nowoczesnego, otwartego i posiadającego ofertę miejsc do aktywnego odpoczynku;
4. dostarczenie informacji na temat miejsc atrakcyjnych do uprawiania turystyki w pięknych okolicznościach przyrody wsi opolskiej, przy jednoczesnej możliwości odwiedzenia zamków, pałaców i innych skarbów dziedzictwa wiejskiego Śląska Opolskiego;
5. prezentacja treści dotyczących m.in.: oferty usługowej opolskich gospodarstw agroturystycznych, przedsiębiorców w zakresie turystyki, sportu i rekreacji działających na obszarach wiejskich województwa opolskiego;
6. przedstawienie opolskiej wsi poprzez ukazanie jej jako zadbanego miejsca do życia i rozwoju zawodowego z bazą do aktywnego wypoczynku;
7. upowszechnienie dorobku wsi opolskiej i jej wpływu na wiele gałęzi gospodarki;
8. wzbudzenie pozytywnych emocji u odbiorcy, zachęcenie go do odwiedzenia tych samych miejsc oraz skorzystania z tych samych aktywności jak bohater w spocie.
9. **Grupa docelowa**

Ogół społeczeństwa, potencjalni turyści z rynku krajowego i zagranicznego (z krajów partnerskich Województwa Opolskiego) odwiedzający portale i kanały internetowe Województwa Opolskiego, ciekawi świata, otwarci, wybierający niestandardowe destynacje do spędzenia wolnego czasu w pobliżu oraz poza miejscem zamieszkania. Odbiorcami będą osoby zainteresowane poszukiwaniem ofert opolskich gospodarstw agroturystycznych oraz usług oferowanych przez przedsiębiorców z terenów wiejskich województwa opolskiego w zakresie turystyki, krajoznawstwa, rekreacji oraz innych pozwalających na rozwój gospodarczy terenów wiejskich Opolszczyzny. Z uwagi na powszechny dostęp do ww. portali internetowych, spoty będą skierowane do nieograniczonej liczby osób w każdym wieku.

1. **Zasięg**

Spoty będą używane przez Zamawiającego do promocji regionu opolskiego on line oraz na krajowych i zagranicznych targach turystycznych, konferencjach oraz innych wydarzeniach promocyjnych w regionie, kraju i za granicą, na stronach www, na profilach social media, w kampanii internetowej itd**.**

1. **Czas trwania**

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe i pokrewne oraz zezwoli na wykonywanie praw zależnych na rzecz Zamawiającego wraz z prawami zależnymi bez ograniczeń czasowych i terytorialnych, a także upoważni Zamawiającego do wykonywania autorskich praw osobistych .

1. **Elementy wstępnej koncepcji spotu video**

(wzór opisu koncepcji składanej w formie pisemnej wraz z ofertą stanowi załącznik do SWZ, Zamawiający nie dopuszcza składania koncepcji wariantowych)

1. **Scenariusz**

Wykonawca we wstępnej koncepcji kreatywnej scenariusza spotu video musi uwzględnić wskazaną poniżej tematykę scen oraz przedstawić własne pomysły na minimum 2 dodatkowe sceny:

1. Przedstawienie / zawarcie scen „oczami turysty” uwzględniających co najmniej jeden z następujących pomników historii na terenie województwa opolskiego:
2. Góra Świętej Anny – komponowany krajobraz kulturowo – przyrodniczy( w tym możliwości aktywnego wypoczynku w okolicy – np. zjeżdżalnia grawitacyjna),
3. Ozimek – żelazny łańcuchowy most wiszący na rzece Mała Panew (w tym możliwości aktywnego wypoczynku w okolicy – np. Jurapark w Krasiejowie),
4. Olesno – kościół odpustowy pod wezwaniem św. Anny.
5. Przedstawienie / zawarcie scen „oczami turysty” co najmniej trzech z następujących zamków lub pałaców istniejących w regionie :
6. Zamek Moszna,
7. Pałac Jakubus,
8. Zamek Książęcy Niemodlin,
9. Zamek w Otmuchowie,
10. Pałac Pawłowice,
11. Zamek Rogów Opolski,
12. Pałac Sulisław.
13. Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” uwzględniającej ofertę regionalnych przysmaków - https://dziedzictwokulinarne.opolskie.pl/);
14. Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” uwzględniającej możliwości aktywnego wypoczynku nad jednym z następujących jezior Opolszczyzny:
15. Jezioro Turawskie,
16. Jezioro Nyskie,
17. Zalew Paczkowski,
18. Zalew Kluczborski.
19. Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” ukazującej możliwości aktywnego wypoczynku w Górach Opawskich (w tym np.: Kopa Biskupia, Góra Parkowa – single track, Pokrzywna, Jarnołtówek, Głuchołazy – szlak złotych górników);
20. Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” ukazującej możliwości aktywnego wypoczynku w ośrodku sportowym Opolszczyzny oferującym uprawianie sportu na świeżym powietrzu (w tym np.: pole golfowe w Kamieniu Śląskim wraz z torem wyścigowym i ogrodem ks. Sebastiana Kneippa oraz sanatorium z ogrodami pałacowymi).

Kolejność prezentowanych scen pozostaje do zaproponowania przez Wykonawcę w załączonej do oferty koncepcji spotu. Wykonawca w ramach koncepcji scenariusza może wykorzystać propozycje przedstawienia dodatkowych scen wskazanych poniżej rozszerzając je / zmieniając je lub zaproponować własne:

1. Bohater jedzie na rowerze w słoneczny dzień, trzyma kierownicę, rozgląda się i pokazuje jedną z atrakcji turystycznych, przed bohaterem może ktoś inny jechać na rowerze, np.: kobieta lub kobieta i dziecko lub znajomi/rodzice w kaskach, okularach i strojach rowerowych.
2. Bohater znajduje się w pobliżu zamku charakterystycznego dla regionu Opolskiego (w regionie znajduje się zamek, w którym znajduje się także hotel) może wejść do środka obiektu, wejść do pokoju, położyć się na łóżku (bohater widzi swoje rozprostowane nogi i otocznie pokoju) i np.: zamyka oczy by rozpocząć kolejny dzień lub przejeżdża na rowerze obok zamku.

Głównym tłem filmu będzie muzyka i wypowiadane przez bohatera hasła promocyjne, w niektórych scenach bohater może wydać z siebie odgłosy np.: śmiech, okrzyk euforii itp.

Wykonawca opisując własne propozycje scen w koncepcji scenariusza musi uwzględnić miejsca charakterystyczne dla regionu opolskiego, kojarzące się z regionem oraz istniejące w regionie.

Wykonawca musi w koncepcji scenariusza wskazać odpowiednie przejścia / łączenia pomiędzy scenami. Ujęcia w scenach powinny być dynamiczne i trwające ok. 1-3 sek.

Koncepcja scenariusza spotu musi uwzględniać sceny charakterystyczne dla wszystkich pór roku. Sceny w spocie muszą być przedstawione chronologicznie według pór dnia.

Wykonawca w koncepcji scenariusza musi uwzględnić w wybranych scenach, oprócz bohatera, także udział osób trzecich. Zamawiający pragnie pokazać w spocie, że w województwie opolskim można spędzić miło czas samemu, z przyjaciółmi i / lub z przyjaciółką i / lub z przyjacielem oraz z rodziną. Dodatkowe postacie mogą być związane z bohaterem lub być nieznajomymi, których bohater poznał / spotkał podczas podróży.

Wykonawca w koncepcji scenariusza musi uwzględnić także opis rekwizytów, scenografii, kostiumów. Po stronie Wykonawcy leżą wszelkie koszty związane z realizacją spotu i postprodukcji spotu, w tym koszty związane z dojazdem do miejsc, noclegiem i wyżywieniem ekipy filmowej i aktorskiej, zakupem biletów wstępu, wynajęciem osób / statystów, wynajęciem np.: balonu, roweru, jachtu, zapewnieniem odpowiedniej scenografii, kostiumów, rekwizytów, oświetlenia itp.

W scenariuszu musi także zostać zawarta końcowa tablica z logotypami o finansowaniu projektu ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Schematu II Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 i stanowiącego realizację Planu Działania Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. Plan operacyjny na lata 2022 – 2023.

Zamawiający nie dopuszcza, aby w spocie używać wulgaryzmów oraz zamieszczać sceny nieprzyzwoite i / lub gorszące (np. ukazujące seks, przemoc, promujących popełnianie przestępstw czy zażywanie nielegalnych substancji w tym także alkoholu i papierosów), a także sceny, które mogłyby być obraźliwe dla wybranych osób lub grup społecznych (np. takich, w których występowałyby słowa / obrazy poniżające i / lub upokarzające wobec osób o określonej płci, wieku, stanie zdrowia, pochodzeniu etnicznym itp.).

1. **Główny bohater spotu**

Turysta - kobieta lub mężczyzna o miłej aparycji i szczupłej sylwetce, wiek ok. 21-48 lat.

W celu silniejszego oddziaływania na odbiorców Zamawiający wymaga zaangażowania do udziału w spocie osoby rozpoznawalnej na skalę ogólnopolską (min. 3 tys. obserwujących tę osobę w mediach społecznościowych, która finalnie zamieści post promujący link do spotów Województwa Opolskiego), cieszącej się uznaniem i zapewniającej wiarygodność w przekazywaniu haseł przewodnich spotu. Wiarygodność głównego bohatera Zamawiający rozumie jako osobę kojarzoną poprzez swoją dotychczasową działalność z aktywnym i zdrowym trybem życia.

Wyboru bohatera dokona Zamawiający z co najmniej trzech propozycji przedstawionych przez Wykonawcę z uwzględnieniem spełnienia przez bohatera ww. parametrów.

1. **Hasło przewodnie**

Spoty powinny zawierać opracowane przez Wykonawcę hasło wzywające do działania oraz hasło podsumowujące cel przyjazdu do województwa opolskiego. Hasła (wypowiadane przez bohatera spotu wprost do kamery i/lub z OFFu) powinny być płynnie wplecione w fabułę spotów i nawiązywać do nich poprzez kontekst wizualny i dźwiękowy. Hasła mają zawierać zaproszenie do odwiedzenia opolskich miejscowości i uprawiania turystyki wiejskiej, ale równocześnie muszą być adoptowalne dla innych filmów produkowanych w przyszłości (m.in. poświęconych turystyce aktywnej oraz proekologicznej).

1. **Oprawa tekstowa**

Wykonawca opracuje do akceptacji Zamawiającego następujące teksty w języku polskim:

1. hasła promocyjne prezentowane przez głównego bohatera spotu;
2. teksty napisów (transkrypcji padających słów i opis dźwięków) dla osób z dysfunkcją narządu słuchu;
3. teksty audiodeskrypcji odczytywane przez lektora dla osób z dysfunkcją narządu wzroku;

Ważne: Wykonawca zobowiązany jest do konsultacji tekstów z podmiotem reprezentującym osoby głuche i niewidome pod kątem dostosowania treści dla osób z ww. dysfunkcjami oraz wprowadzenie zmian w tekstach zgodnie z ich sugestiami, potwierdzone oświadczeniem Wykonawcy.

Po akceptacji przez Zamawiającego ww. tekstów w języku polskim Wykonawca opracuje tłumaczenia audiowizualne w języku angielskim i przedstawi do akceptacji Zamawiającego przed przystąpieniem do montażu polskiej i angielskiej wersji dla każdej z poszczególnych grup odbiorców (pełnosprawnych oraz oddzielnych dla osób z dysfunkcją narządu słuchu i oddzielnych dla osób z dysfunkcją narządu wzroku).

1. **Oprawa graficzna**

W spotach Wykonawca wyodrębni czołówkę, w której wyraźnie wybrzmią hasła mówiące o tym, że to spoty o turystyce wiejskiej województwa opolskiego. Miejsca ukazane w spotach powinny być podpisane dyskretnie, jednolitą czcionką w prawym lub dolnym rogu o kolorystyce umożliwiającej odczytanie. Natomiast hasła promocyjne należy zaprezentować w formie napisów w centralnym miejscu lub zredukować jedynie do wypowiadanych przez głównego bohatera tak, aby w spotach nie było efektu przeładowania (sposób prezentacji haseł zależny od przyjętej koncepcji kreatywnej scenariusza). Jako uzupełnienie możliwe jest również zastosowanie postprodukcji graficznej pokazującej prezentowane w spotach miejsca np. jako obraz z satelity.

W spotach Wykonawca zastosuje oznaczenia promocyjne, które muszą być zamieszczone zgodnie z:

1. Księgą wizualizacji znaku PROW 2014-2020 do pobrania ze strony www :

 <http://bip.opolskie.pl/2016/09/dzialania-informacyjne-prow-2014-2020/> ;

1. Systemem Identyfikacji Wizualnej (SIW) Województwa Opolskiego, dostępnym na stronie www: <https://www.opolskie.pl/logo-wojewodztwa-i-zasady-jego-wykorzystywania/> ;
2. Logotypami UE, KSOW, PROW 2014-2020 do pobrania ze strony www:

<http://bip.opolskie.pl/2016/09/dzialania-informacyjne-prow-2014-2020/> ;

1. Logotypami Samorządu Województwa Opolskiego do pobrania ze strony www:

 <http://www.opolskie.pl/wzory-graficzne-i-informacje-dla-beneficjentow-zadan-finansowanych-i-wspolfinansowanych-przez-samorzad-wojewodztwa-opolskiego/>

1. **Oprawa dźwiękowa i lektorska**

Spoty mają zapewnić nowoczesny przekaz wsparty udźwiękowieniem rozumianym jako oryginalna kompozycja muzyczna dopasowana na potrzeby spotów w niniejszym zamówieniu. Profesjonalna postprodukcja dźwiękowa i ilustracja muzyczna spotów powinna zostać wykonana przez reżysera dźwięku z udokumentowanym portfolio w udźwiękowieniu filmów pod kątem tła muzycznego, dźwięków efektowych i nagrań aktorów. Udźwiękowienie obejmować będzie obydwie wersje spotu (90 sek. i skróconej wersji 30 sek.) poprzez stworzenie oryginalnej kompozycji muzycznej dopasowanej do tematyki spotu i zaakceptowanej przez Zamawiającego przed zmontowaniem przez Wykonawcę w polskich i angielskich wersjach spotów (dla osób pełnosprawnych oraz oddzielnych dla osób z dysfunkcją narządu słuchu i oddzielnych dla osób z dysfunkcją narządu wzroku). Zamawiający wymaga lektora w wersji polskiej z audiodeskrypcją (dla osób z dysfunkcją narządu wzroku) oraz lektora w wersji angielskiej z audiodeskrypcją (dla osób z dysfunkcją narządu wzroku). Teksty wypowiadane w spotach przez głównego bohatera w języku polskim, a w wersji angielskiej prezentowane w formie napisów (ewentualnie wypowiadane – przez tego samego co w wersji polskiej bohatera spotu – w zależności od zaproponowanej przez Wykonawcę koncepcji kreatywnej scenariusza).

1. **Tonacja i stylistyka**

Bliska i zrozumiała dla szerokiej grupy odbiorców, dynamiczna, nowoczesna, radosna, pozytywna, ciepła, zachęcająca, emocjonalna, ukazująca piękno obszarów wiejskich Opolszczyzny, jej walory turystyczne, przyjaźnie nastawionych do turystów Opolan. Język przekazu w spotach ma być zrozumiały, prosty i łatwy do zapamiętania, jednoznaczny, perswazyjny a zarazem refleksyjny.

W dużej mierze tonacja uzależniona będzie od koncepcji kreatywnej scenariusza zaproponowanego przez Wykonawcę i zaakceptowanego przez Zamawiającego.

1. **Specyfikacja techniczna i obróbka materiału**
2. Do produkcji filmów Wykonawca będzie zobowiązany wykorzystać profesjonalny sprzęt dostosowany do niżej wymienionych wymagań emisyjnych oraz umożliwiający zebranie materiału do filmu (zarówno z powietrza jak i tradycyjnie) o najwyższej jakości dźwięku i wierności odwzorowania obrazu, zapewniający najwyższe walory artystyczne i estetyczne, przy wykorzystaniu nowych i popularnych trendów stosowanych przy produkcji tego rodzaju treści.
3. Standard wizji z zastosowaniem stabilizatorów obrazu i oświetlenia z modyfikatorami światła, jak również możliwościami wykonania ujęć techniką timelapse, hyperlapse, slow motion, oraz z perspektywy kierującego rowerem.
4. Standard dźwięku na poziomie profesjonalnego studia dźwiękowego z zastosowaniem narzędzi typu: pojemnościowy mikrofon kierunkowy, mikroporty, procesor dźwięku kamery.
5. Wymagania emisyjne dotyczące obrazu (co najmniej):
6. rozdzielczość: [4K] 3996 X 2160 aspekt obrazu 1,85
7. prędkość: 25 fps
8. skanowanie: progresywne
9. aspekt piksela: kwadratowy, 1x1
10. kolory: liniowa przestrzeń RGB
11. bitrate: 100 Mbps
12. Wymagania emisyjne dotyczące dźwięku (co najmniej):
13. parametry pliku audio: .wav, 24bit, 48kHz
14. ścieżki dźwiękowe: .wav [2.0 / 5.1]
15. rozkład kanałów w wielokanałowym pliku .wav - dźwięk stereofoniczny 2.0 [1-L, 2-R]
16. poziom głośności jak do wersji do kina 82db Leq(m) oraz wersja pozwalająca na emisję telewizyjną – 23 LUFS
17. synchronizacja i czas trwania ścieżki dźwiękowej powinny być dopasowane do pliku z którym ma zostać wyemitowana.
18. **Pozostałe obowiązki wykonawcy**
19. Praca przy produkcji musi odbywać się przy udziale ekipy realizacyjnej mającej doświadczenie w realizacji produkcji filmowych o charakterze promocyjnym i / lub reklamowym.
20. Praca przy dostosowaniu filmów do zagranicznego odbiorcy musi odbywać się z udziałem profesjonalnego tłumacza audiowizualnego na j. angielski.
21. Praca przy dostosowaniu filmów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami musi odbywać się przy konsultacji tekstów z podmiotem reprezentującym osoby głuche i niewidome pod kątem dostosowania treści dla osób z ww. dysfunkcjami oraz wprowadzenie zmian w tekstach zgodnie z ich sugestiami, potwierdzone oświadczeniem Wykonawcy.
22. Praca przy postprodukcji musi odbywać się w profesjonalnym studio z użyciem profesjonalnego sprzętu, a także osób mających doświadczenie przy postprodukcji filmów o charakterze promocyjnym i / lub reklamowym.
23. Po stronie Wykonawcy pozostaje pokrycie zobowiązań cywilnoprawnych związanych z utrwaleniem, wykorzystaniem i upowszechnianiem wizerunku osób występujących w spocie;
24. Po stronie Wykonawcy pozostaje pokrycie zobowiązań cywilnoprawnych związanych z udźwiękowieniem każdej z wersji spotu.
25. Po stronie Wykonawcy pozostaje uzyskanie zgód od właścicieli/zarządców na nagranie scen w miejscach, w których taka zgoda jest wymagana.
26. Po stronie Wykonawcy pozostaje pokrycie kosztów np.: transportu i pobytu w regionie ekipy filmowej, osób / statystów, zakup biletów wstępu, wynajęcia atrakcji np.: balonu, roweru, kajaka, żaglówki, itp. oraz zapewnienie odpowiedniej scenografii, kostiumów, rekwizytów, oświetlenia itp.;
27. Pozostawanie w stałym kontakcie z Zamawiającym (udział w spotkaniach – maksymalnie 3 – w siedzibie Zamawiającego lub w formie telekonferencji, kontakt telefoniczny, e-mailowy);
28. Wyznaczenie osoby do kontaktów roboczych;
29. Konsultowanie merytorycznej i graficznej strony realizowanego zadania z Zamawiającym;
30. Wykonawca przekaże Zamawiającemu finalny spot promocyjny wraz z jego wszystkimi finalnymi wersjami na nośniku cyfrowym w rozszerzeniu, umożliwiającym umieszczenie oraz odtwarzanie ich w serwisach internetowych , ogólnopolskiej telewizji oraz na telebimach;
31. Wykonawca dostarczy otwarty projekt filmu wraz z projektami towarzyszącymi oraz pełnym footagem z uwzględnieniem rozwarstwionych plików typu .psd, .ai, plików video, plików audio oraz sekwencji klatek. Wszystko podlinkowane oraz posegregowane w hierarchii folderów. Pliki projektu wraz ze źródłem dostarczone na osobnym dysku twardym.
32. Wybrane przez Zamawiającego ujęcia z materiału surowego Wykonawca dostarczy w formie osobnego źródła.
33. **Termin realizacji przedmiotu zamówienia**

Wykonawca wykona cały Przedmiot Umowy w następujący sposób licząc od dnia zawarcia Umowy:

1)Etap I – maksymalnie 7 tygodni od dnia zawarcia Umowy,

2) Etap II – nie później niż 5 tygodni od dnia prawidłowego wykonania i oddania Etapu I Przedmiotu Umowy zakończonego podpisaniem bez uwag Częściowego Protokołu Zdawczo – Odbiorczego przez każdą ze Stron.

1. **Dodatkowe informacje**
2. Ostateczna cena brutto całej usługi obejmuje wszystkie wymienione w Opisie Przedmiotu Zamówienia elementy konieczne do realizacji zamówienia, w tym przygotowania projektów spotów, poprawek do projektów oraz dostarczenia przedmiotu zamówienia na nośniku cyfrowym w rozszerzeniu, umożliwiającym umieszczenie oraz odtwarzanie spotów w serwisach internetowych, telewizyjnych oraz na telebimach i innych nośnikach obrazu.
3. Wykonawca może powierzyć wykonanie czynności wynikających z realizacji poszczególnych działań osobom trzecim (podwykonawcom), ponosząc odpowiedzialność za ich pracę.