



Unia Europejska



SAMORZĄD
Województwa Opolskiego



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Załącznik 1 do Uchwały
Zarządu Województwa Opolskiego
Nr 7100 / 2022
z dnia 23 maja 2022 r.

Opis przedmiotu zamówienia

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

I. 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 przygotowuje 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 wypowiedzianych 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 przygotowuje:
 - a) 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 (bezszerifowy 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 rozбивać 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);
 - b) 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).

II. Założenia strategiczne

1. Cele i idea spotu:

- a) pokazanie obszarów wiejskich Opolszczyzny jako atrakcyjnego kierunku podróży, regionu wielokulturowego, z bogatą tradycją, nowoczesnego, otwartego i posiadającego ofertę miejsc do aktywnego odpoczynku;
- b) 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;
- c) prezentacja treści dotyczących m.in.: oferty usługowej opolskich gospodarstw agroturystycznych, przedsiębiorców w zakresie turystyki, sportu i rekreacji działających na obszarach wiejskich województwa opolskiego;
- d) przedstawienie opolskiej wsi poprzez ukazanie jej jako zadbanego miejsca do życia i rozwoju zawodowego z bazą do aktywnego wypoczynku;
- e) upowszechnienie dorobku wsi opolskiej i jej wpływu na wiele gałęzi gospodarki;
- f) wzbudzenie pozytywnych emocji u odbiorcy, zachęcenie go do odwiedzenia tych samych miejsc oraz skorzystania z tych samych aktywności jak bohater w spocie.

2. 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.



3. 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.

4. 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 .

III. 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:
 - a) Góra Świętej Anny – komponowany krajobraz kulturowo – przyrodniczy(w tym możliwości aktywnego wypoczynku w okolicy – np. zjeżdżalnia grawitacyjna),
 - b) Ozimek – żelazny łańcuchowy most wiszący na rzece Mała Panew (w tym możliwości aktywnego wypoczynku w okolicy – np. Jurapark w Krasiejowie),
 - c) Olesno – kościół odpustowy pod wezwaniem św. Anny.
- 2) Przedstawienie / zawarcie scen „oczami turysty” co najmniej trzech z następujących zamków lub pałaców istniejących w regionie :
 - a) Zamek Moszna,
 - b) Pałac Jakubus,
 - c) Zamek Książęcy Niemodlin,
 - d) Zamek w Otmuchowie,
 - e) Pałac Pawłowice,
 - f) Zamek Rogów Opolski,
 - g) Pałac Sulisław.
- 3) Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” uwzględniającej ofertę regionalnych przysmaków - <https://dziedzictwokulinarne.opolskie.pl/>);
- 4) Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” uwzględniającej możliwości aktywnego wypoczynku nad jednym z następujących jezior Opolszczyzny:
 - a) Jezioro Turawskie,
 - b) Jezioro Nyskie,
 - c) Zalew Paczkowski,



- d) Zalew Kluczborski.
- 5) Przedstawienie / zawarcie sceny „oczami turysty” ukazującej możliwości aktywnego wypoczynku w Górach Opawskich (w tym np.: Kopa Biskupia, Góra Parkowa – single track, Pokrzywna, Jarnońtówek, Głuchołazy – szlak złotych górników);
- 6) 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 otoczenie pokoju) i np.: zamyka oczy by rozpocząć kolejny dzień lub przejeżdża na rowerze obok zamku.

Głównym tłem filmu będzie muzyka i wypowiedane 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 nieznanymi, 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.).

2. 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.

3. Hasło przewodnie

Spoty powinny zawierać opracowane przez Wykonawcę hasło wzywające do działania oraz hasło podsumowujące cel przyjazdu do województwa opolskiego. Hasła (wypowiedane 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).

4. 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).



Unia Europejska



SAMORZĄD
Województwa Opolskiego



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

5. Oprawa graficzna

W spotach Wykonawca wyodrębni czołówkę, w której wyraźnie wybrzmiały 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 wypowiedzianych przez głównego bohatera tak, aby w spotach nie było efektu przeładowania (sposób prezentacji haseł zależy 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 stosuje 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/) :
<http://bip.opolskie.pl/2016/09/dzialania-informacyjne-prow-2014-2020/> ;
- 2) Systemem Identyfikacji Wizualnej (SIW) Województwa Opolskiego, dostępnym na stronie [www](https://www.opolskie.pl/logo-wojewodztwa-i-zasady-jego-wykorzystywania/):
<https://www.opolskie.pl/logo-wojewodztwa-i-zasady-jego-wykorzystywania/> ;
- 3) Logotypami UE, KSOW, PROW 2014-2020 do pobrania ze strony [www](http://bip.opolskie.pl/2016/09/dzialania-informacyjne-prow-2014-2020/):
<http://bip.opolskie.pl/2016/09/dzialania-informacyjne-prow-2014-2020/> ;
- 4) 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/):
<http://www.opolskie.pl/wzory-graficzne-i-informacje-dla-beneficjentow-zadan-finansowanych-i-wspolfinansowanych-przez-samorzad-wojewodztwa-opolskiego/>

6. 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 wypowiedziane w spotach przez głównego bohatera w języku polskim, a w wersji angielskiej prezentowane w formie napisów (ewentualnie wypowiedziane – przez tego samego co w wersji polskiej bohatera spotu – w zależności od zaproponowanej przez Wykonawcę koncepcji kreatywnej scenariusza).

7. 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.

IV. Specyfikacja techniczna i obróbka materiału

1. 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.
2. 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.
3. Standard dźwięku na poziomie profesjonalnego studia dźwiękowego z zastosowaniem narzędzi typu: pojemnościowy mikrofon kierunkowy, mikroporty, procesor dźwięku kamery.
4. Wymagania emisyjne dotyczące obrazu (co najmniej):
 - a) rozdzielczość: [4K] 3996 X 2160 aspekt obrazu 1,85
 - b) prędkość: 25 fps
 - c) skanowanie: progresywne
 - d) aspekt piksela: kwadratowy, 1x1
 - e) kolory: liniowa przestrzeń RGB
 - f) bitrate: 100 Mbps
5. Wymagania emisyjne dotyczące dźwięku (co najmniej):
 - a) parametry pliku audio: .wav, 24bit, 48kHz
 - b) ścieżki dźwiękowe: .wav [2.0 / 5.1]
 - c) rozkład kanałów w wielokanałowym pliku .wav - dźwięk stereofoniczny 2.0 [1-L, 2-R]
 - d) poziom głośności jak do wersji do kina 82db Leq(m) oraz wersja pozwalająca na emisję telewizyjną – 23 LUFS
 - e) synchronizacja i czas trwania ścieżki dźwiękowej powinny być dopasowane do pliku z którym ma zostać wyemitowana.

V. Pozostałe obowiązki wykonawcy

1. Praca przy produkcji musi odbywać się przy udziale ekipy realizacyjnej mającej doświadczenie w realizacji produkcji filmowych o charakterze promocyjnym i / lub reklamowym.
2. Praca przy dostosowaniu filmów do zagranicznego odbiorcy musi odbywać się z udziałem profesjonalnego tłumacza audiowizualnego na j. angielski.
3. 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.
4. 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.



5. Po stronie Wykonawcy pozostaje pokrycie zobowiązań cywilnoprawnych związanych z utrwaleniem, wykorzystaniem i upowszechnianiem wizerunku osób występujących w spocie;
6. Po stronie Wykonawcy pozostaje pokrycie zobowiązań cywilnoprawnych związanych z udźwiękowieniem każdej z wersji spotu.
7. Po stronie Wykonawcy pozostaje uzyskanie zgód od właścicieli/zarządców na nagranie scen w miejscach, w których taka zgoda jest wymagana.
8. 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.;
9. Pozostawanie w stałym kontakcie z Zamawiającym (udział w spotkaniach – maksymalnie 3 – w siedzibie Zamawiającego lub w formie telekonferencji, kontakt telefoniczny, e-mailowy);
10. Wyznaczenie osoby do kontaktów roboczych;
11. Konsultowanie merytorycznej i graficznej strony realizowanego zadania z Zamawiającym;
12. 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;
13. 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.
14. Wybrane przez Zamawiającego ujęcia z materiału surowego Wykonawca dostarczy w formie osobnego źródła.

VI. 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.

VII. Dodatkowe informacje

1. 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.
2. Wykonawca może powierzyć wykonanie czynności wynikających z realizacji poszczególnych działań osobom trzecim (podwykonawcom), ponosząc odpowiedzialność za ich pracę.