

Opis przedmiotu zamówienia

Cel działań:

- I. Budowa wizerunku marki Polska jako kraju-gospodarza Igrzysk Europejskich w 2023 roku – zwiększenie rozpoznawalności i wiedzy o Polsce jako kraju nowoczesnym, kraju rozwijającym się zgodnie z światowymi trendami, kraju w którym zachowana jest harmonia pomiędzy przyrodą a mieszkańcami, kraju otwartych ludzi dbających o środowisko naturalne, kraju ludzi lubiących spędzać czas aktywnie, uprawiających różne dyscypliny sportowe,
- II. Budowa pozytywnego wizerunku Igrzysk Europejskich jako szansy na odbudowę gospodarki regionu-gospodarza wśród jego mieszkańców;
- III. Promocja turystyki krajowej w oparciu o zróżnicowaną ofertę produktów turystycznych również poprzez wykorzystanie rekomendowanych produktów i miejsc turystycznych oraz Polskich Marek Turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki sportowej oraz turystyki aktywnej i specjalistycznej.

Termin realizacji

Przedmiot zamówienia powinien być zrealizowany w terminie od podpisania umowy do dn. **18.11.2022.**

Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja wideo kampanii promocyjnej Polski w kontekście kraju - gospodarza Igrzysk Europejskich 2023.

1. Kampania wideo w mediach społecznościowych

Zadanie 1 – Przygotowanie materiału wideo z gotowych ujęć na potrzeby kampanii.

Zadaniem dla agencji jest przygotowanie czterech wersji filmu promującego turystykę aktywną w Polsce w kontekście Igrzysk Europejskich.

Ze względu na dwie wersje (dłuższa/krótsza) oraz różnicę w perspektywie (kadr horyzontalny vs kadr wertykalny) Zamawiający dopuszcza montaż różnych ujęć w poszczególnych wersjach filmu. Wykonawca zobowiązany jest do zakupu koniecznych ujęć filmowych. Wśród ujęć powinny znaleźć szeroko rozumiane aktywności związane z uprawianiem turystyki aktywnej ze szczególnym uwzględnieniem:

- turystyki rowerowej
- turystyki wodnej, w tym kajakerstwo, wind- i kite- surfing, nurkowanie, morsowanie, wakeboarding i narciarstwo wodne,
- turystyki pieszej – wędrówki górskie i szlakami nizinny (np. w parkach narodowych),
- wspinaczki wysokogórska i skałkowa,

- aktywności ekstremalnych, np. paralotniarstwo, speleologia, kolarstwo górskie, rafting itp.
- innych aktywności zaproponowanych przez Wykonawcę

Wszystkie ujęcia przed zakupem muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego.

Zamawiający może również dodatkowo udostępnić swoje zasoby filmowe na potrzeby montażu.

Specyfikacja materiałów wideo

Film 1 i 2:

Obraz w rozdzielczości 1920 x 1080 px (Full HD):

Proporcje obrazu: 16:9

Klatkowanie – digital 30kl/s

Kodek - H.264/AVC (MPEG-4) lub inny rekomendowany

Gamut kolorów: Rec.709

Dźwięk: minimum stereo 2.0.

Film nr 1: 15 sekund

Film nr 2: 30 sekund.

Film 3 i 4

Obraz w rozdzielczości 1080 x 1920 (Full HD):

Proporcje obrazu: 9:16

Klatkowanie – digital 30kl/s,

Kodek - H.264/AVC (MPEG-4)

Gamut kolorów: Rec.709

Dźwięk: minimum stereo 2.0.

Film nr 3: 15 sekund

Film nr 4: 30 sekund

Materiały wideo powinny uwzględniać:

a) parametry wideo: użycie zakupionych ujęć prezentujących wskazane wyżej rodzaje turystyki aktywnej w tym ujęcia z drona, z prawami do emisji w Internecie i social mediach.

b) parametry dźwięku: pełne udźwiękowanie (zawierające licencje emisyjne)

c) parametry obrazu: koloryzacja filmowa – materiał po obróbce tzw. color grading

d) montaż (łącznie z oprawą graficzną, podkładem dźwiękowym)

Produkt finalny zostanie dostarczony w formatach: MP4, WMV, MOV

Zadanie 2 – kampania wideo w mediach społecznościowych

Kanały komunikacji:

- YouTube
- Facebook
- Instagram
- Tik Tok

Grupy docelowe:

- Polacy
- Rynki zagraniczne – Czechy, Niemcy, Austria, Wielka Brytania
- Osoby zainteresowane turystyką aktywną
- Fani sportu

Minimalny zasięg jaki zobowiązany jest zapewnić Wykonawca w ramach kampanii wideo w mediach społecznościowych

YouTube – 10 000 000 wyświetleń

Facebook – 5 000 000 wyświetleń

Instagram – 10 000 000 wyświetleń

Tik Tok – 5 000 000 wyświetleń

Wykonawca wymaga, aby emisja kampanii w YouTube była przeprowadzona z konta Ads Zamawiającego.

Przekazanie praw autorskich

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego całość autorskich praw majątkowych do utworów powstałych w wyniku realizacji Umowy, bez żadnych ograniczeń czasowych i terytorialnych, na wszelkich znanych w chwili zawarcia Umowy polach eksploatacji, w tym określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2016 r. poz. 666, ze zm.).

Akceptacja

Przez cały okres realizacji zamówienia ostateczna decyzja dotycząca podejmowanych działań leży po stronie Zamawiającego.