

<b>SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA</b>	
INFORMACJE OGÓLNE	
Nazwa działania	<b>Kampania promująca turystykę dla osób z niepełnosprawnościami w polskich atrakcjach turystycznych.</b>
Rynek	Polska
Tło działania	<p>Badania przeprowadzone na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki w 2019 r. dowodzą, że główną barierą podróżowania osób niepełnosprawnych są trudności organizacyjne, obawy przed podróżowaniem, brak akceptacji społeczeństwa oraz brak ofert biur podróży skierowanych do osób z niepełnosprawnościami. Istnieje zatem realna potrzeba zwiększenia świadomości osób z niepełnosprawnościami na temat dostępności różnych form uczestnictwa w turystyce.</p> <p>Turystyka dla osób z niepełnosprawnościami to nie tylko jedna z form rehabilitacji, ale także okazja do integracji społecznej, odpoczynku i relaks poza miejscem zamieszkania.</p> <p>W związku z powyższym istnieje potrzeba przeprowadzenia działań, których celem jest promowanie turystyki wśród osób niepełnosprawnych oraz zapewnienie osobom z różnymi rodzajami niepełnosprawności możliwości udziału w wypoczynku i rekreacji na zasadzie równości z innymi osobami.</p>
Produkt	Promocja atrakcji turystycznych znajdujących się w Polsce, dostępnych dla osób niepełnosprawnych.
Opis działań	<p>Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie Kampanii Promocyjnej.</p> <p>Wykonawca zrealizuje następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaangażowanie min. trzech niepełnosprawnych influencerów będących bohaterami kampanii (przedstawienie Zamawiającemu min. 5 kandydatów do wyboru),</li> <li>- przygotowanie materiału wideo zgodnie z wytycznymi Zamawiającego</li> <li>- przeprowadzenie kampanii promocyjnej materiału wideo w mediach społecznościowych.</li> </ul>
Zadanie dla wykonawcy na etapie przygotowania oferty podlegającej ocenie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykonawca zrealizuje film wideo, będący elementem projektu „Polska Bez Barrier” z takim samym sloganem oraz przeprowadzi promocję w mediach społecznościowych.</li> <li>• Film musi być zrealizowany z udziałem niepełnosprawnych influencerów, którzy będą zachęcać inne osoby niepełnosprawne do podróży po Polsce.</li> <li>• Film pokazywał będzie w sposób widoczny różne typy niepełnosprawności (niepełnosprawność ruchowa, głuchoniemy, niewidomy itp.).</li> <li>• Film musi koncentrować się na zmysłach i pokazywaniu pozytywnych emocji oraz zachęcać niepełnosprawnych do odwiedzenia przedstawianych miejsc. W przypadku prezentacji w filmie osoby niewidomej sugerowany będzie narrator lub/i konwersacja tych osób tak aby dotrzeć do odbiorcy z podobną niepełnosprawnością.</li> <li>• Film ma za zadanie ukazywać atrakcyjność i zróżnicowanie Polski i jej bogatą ofertę turystyczną dla amatorów turystyki aktywnej wśród osób niepełnosprawnych.</li> <li>• Koncepcja scenariusza filmu powinna być autorskim i oryginalnym pomysłem Wykonawcy.</li> </ul>

	<p>Szczegółowe zadania Wykonawcy obejmują opracowanie koncepcyjne, sfilmowanie, montaż i profesjonalną post-produkcję materiału filmowego do wykorzystania w promocji turystyki dla osób niepełnosprawnych, a na etapie przygotowania oferty jest to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opracowanie koncepcji filmu w wersji podstawowej, o długości ok. 3 min. oraz wykonania 3 wersji skróconych przedstawiających najciekawsze ujęcia-30 sek., każdy z 3 skróconych filmów ma uwypuklać inną niepełnosprawność. Film przedstawiać ma polskie atrakcje turystyczne (morze, jeziora, rzeki, góry, miasta, lasy itp.)</li> <li>2. Przygotowanie szczegółowego scenariusza i możliwie precyzyjnie oddającego charakter następujących po sobie scen;</li> <li>3. Uwzględnienie w scenariuszu miejsc przystosowanych dla osób niepełnosprawnych oraz wskazanie konkretnych lokalizacji. Kolejność pojawiania się w filmie miejsc do zaproponowania przez Wykonawcę, w zależności od pomysłu kreatywnego.</li> <li>4. Koncepcją kreatywną filmu powinno być pokazanie zróżnicowania geograficznego Polski.</li> </ol>
<p>Zadanie dla wykonawcy na etapie realizacji umowy</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Opracowanie szczegółowego harmonogramu zdjęć. Nakręcenie materiału filmowego.</li> <li>6. W cenie usługi Wykonawca zapewni: udział niepełnosprawnych influencerów (aktorów), profesjonalny sprzęt, transport, zakwaterowanie oraz wyżywienie ekipy, niezbędne ubezpieczenia, pokrycie kosztów wynajęcia obiektów, ich ewentualnej adaptacji, a także koszt wynajmu lub zakupu rekwizytów oraz koszt uzyskania pozwoleń na realizację zdjęć, montaż, profesjonalne oświetlenie, udźwiękowanie, opracowanie graficzne, transport, nośniki, digitalizację;</li> <li>7. Przygotowanie wersji podstawowej 1 filmu wideo o długości ok. 3 min. oraz 3 skróconych wersji emisyjnych do długości ok. 30 s. uwypuklając w każdym skrócie inną niepełnosprawność ;</li> <li>8. Przygotowanie tekstu dla lektora i nagranie VO w wersji polskiej oraz języka migowego (jeśli jest taki przewidziany);</li> <li>9. Przygotowanie materiału filmowego zgodnie ze specyfikacją</li> <li>10. Udźwiękowanie, w tym przedstawienie do wcześniejszej akceptacji Zamawiającego minimum 3 różnych propozycji muzyki do filmu;</li> </ol>
<b>ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE</b>	
<p>Cele marketingowe</p>	<p>Celem filmu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokazanie miejsc i polskich atrakcjach turystycznych przystosowanych do przyjmowania osób niepełnosprawnych oraz zachęcanie ich do podróży.</li> <li>• Wspieranie tworzenia i rozwoju produktów (poprzez dostosowywanie ich do szczególnych potrzeb osób z niepełnosprawnościami) oraz promocja turystyki dla wszystkich grup społecznych, również dla osób z niepełnosprawnościami i rodzin z dziećmi, a także pokazanie możliwości podróżowania po Polsce.</li> <li>• Promocja na rynku krajowym, możliwości uprawiania turystyki aktywnej zwłaszcza przez osoby z niepełnosprawnościami w Polsce oraz przedstawienie różnorodności oferty krajowej.</li> <li>• Promocja miejsc i obiektów przystosowanych dla niepełnosprawnych turystów.</li> <li>• Pokazanie Polski jako zróżnicowanego i atrakcyjnego kierunku podróży, w tym zwrócenie szczególnej uwagi na walory przyrodnicze i kulturowe.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokazanie bogatej i różnorodnej oferty turystycznej Polski.</li> </ul>
Grupa docelowa	<p>Osoby zainteresowane turystyką aktywną, w tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Osoby z niepełnosprawnościami, osoby starsze.</li> <li>• Biura podróży (organizatorzy turystyki i agenci turystyczni).</li> <li>• Osoby z ograniczeniami szukające ciekawych miejsc i sposobu na spędzenie wakacji.</li> </ul>
Zasięg	<p>Film (wersje skrócone) będą używane przez POT do promocji na targach turystycznych, konferencjach oraz innych wydarzeniach promocyjnych w kraju, na stronie WWW, na profilach social media, w kampaniach internetowych, oficjalnym kanale YouTube POT, itd.</p> <p>Przygotowany materiał będzie używany do szeroko rozumianej promocji Polski prowadzonej przez POT różnymi kanałami transmisji i będzie skierowany do różnych grup odbiorców w kraju, a w szczególności do osób niepełnosprawnych..</p>
Prawa autorskie	Wykonawca przeniesie majątkowe prawa autorskie na POT bez ograniczeń czasowych i terytorialnych.
<b>ELEMENTY PRZEKAZU/WSKAZÓWKI</b>	
Oprawa tekstowa	Wykonawca opracuje teksty lektora w języku polskim oraz w języku migowym – po akceptacji tekstu przez POT.
Oprawa graficzna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- podpisanie miejsc;</li> <li>- umieszczenie sloganu „Polska bez barier” na początku każdego z filmów</li> <li>- plansza końcowa z logotypem POT, adresem <a href="http://www.poland.travel">www.poland.travel</a> + #visitpoland</li> </ul>
Oprawa dźwiękowa	Muzyka dostosowana do charakteru filmu. Dopuszczalna jest zarówno muzyka specjalnie komponowana, jak i zakup praw do istniejących utworów. Charakter muzyki w dużej mierze uzależniony jest od koncepcji kreatywnej zaproponowanej przez Wykonawcę.
<b>SPECYFIKACJA TECHNICZNA</b>	
<p><b>FILM</b></p> <p>Obraz w rozdzielczości 1920x1080 px Full HD  Proporcje obrazu: 16:9  Klatkowanie – digital 30kl/s,  Kodek - H.264/AVC (MPEG-4)  Gamut kolorów: Rec.709  Dźwięk: minimum stereo 2.0.  Długość gotowych materiałów filmowych:  - materiał ogólny; 1 film ok. 3 min oraz do niego 3 wersje skrócone: 30 s, każda z wersji skróconych skupić ma się na innej niepełnosprawności.  Produkt finalny zostanie dostarczony w formatach: MP4, WMV, MOV.  Dodatkowo Wykonawca przekaże Zamawiającemu materiały źródłowe (tzw. surówkę).  Realizacja zgodnie z nowoczesnymi technikami operatorskimi. Sposób nakręcenia filmu oraz realizacja zdjęć powinny być ujęte w opisie koncepcji.</p>	

DEADLINE	
Do 6 tygodni od dnia podpisania Umowy.	
INNE	
Uwagi	Zabroniony jest „product placement” w przypadku pokazanych produktów spożywczych (np. wody) oraz ubrań, obuwia czy sprzętu, itp. Koncentrujemy się na pokazaniu pozytywnych emocji.
PROMOCJA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH	
Zadania dla Wykonawcy po przygotowaniu materiału wideo.	<p>W ramach działań promocyjnych Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia kampanii promocyjnej powstałych w ramach umowy materiałów filmowych, m.in. w kanałach społecznościowych niepełnosprawnych influencerów zaangażowanych do projektu.</p> <p>W ramach ww. działań Wykonawca powinien zapewnić minimum:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 relacji/rolek promujących materiał filmowy na profilach zaangażowanych influencerów z niepełnosprawnościami w ich kanałach na Facebooku, Instagramie, TikToku, (treści do akceptacji Zamawiającego)</li> <li>• 3 posty promujące materiał filmowy na profilach zaangażowanych influencerów z niepełnosprawnościami w ich kanałach na Facebooku, Instagramie, TikToku, (treści do akceptacji Zamawiającego).</li> <li>• Osiągnięcia min. 10 tys. wyświetleń każdego z filmów na kanale Youtube Zamawiającego (poland.travel).</li> <li>• Ogół działań w mediach społecznościowych (materiały opublikowane przez influencerów na wybranych przez nich platformach oraz ewentualne dodatkowe materiały opublikowane przez Wykonawcę, jeżeli takie zostaną zaproponowane) powinny osiągnąć zasięg minimum 30 tys. unikalnych użytkowników.</li> </ul>