



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



Załącznik nr 1

## Opis przedmiotu zamówienia (OPZ)

### 1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem Zamówienia jest realizacja spotu telewizyjnego dotyczącego 20-lecia Polski w Unii Europejskiej i pokazującego wsparcie dla przedsiębiorców realizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach Funduszy Europejskich. Spot ma za zadanie przedstawiać rozwój firm dzięki dofinansowaniu z Funduszy Europejskich.

Zadaniem Wykonawcy będzie opracowanie kreatywne koncepcji spotu, szczegółowego scenariusza oraz kompleksowa realizacja 30-sekundowego spotu (preprodukcja, produkcja i postprodukcja) wraz z przygotowaniem spotu pod kątem dostępności dla osób z niepełnosprawnościami.

Spot reklamowy w przeważającej mierze realizowany będzie w miejscach, które skorzystały z dofinansowania unijnego. Wykonawca zapewni zgodę Beneficjentów środków unijnych na realizację zdjęć oraz udział osób korzystających z danych obiektów na co dzień lub/oraz udział aktorów reklamowych, lektorów i statystów. PARP zapewni dokument zaświadczający o współpracy z Wykonawcą przy realizacji materiałów promocyjnych dotyczących Funduszy Europejskich.

### 2. Wytyczne ogólne

- 2.1. Termin realizacji: przedmiot umowy zostanie wykonany w okresie do 2 miesięcy od dnia zawarcia umowy, jednak nie dłużej niż do 10 maja 2024 r.
- 2.2. Celem głównym zamówienia jest edukacja i informowanie odbiorców działań PARP o ofercie Agencji, w tym o działaniach statutowych PARP i działaniach wdrażanych przez PARP w ramach programów Funduszy Europejskich (POIR, POPW, POWER, FEPW, FERS i FENG).
- 2.3. Grupy docelowe: ogół społeczeństwa, w tym potencjalni beneficjenci projektów realizowanych przy wsparciu Funduszy Europejskich, a także pracownicy instytucji zaangażowanych w proces realizacji programów operacyjnych Funduszy Europejskich.
- 2.4. W trakcie realizacji zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do:
  - 2.4.1. Przestrzegania i działania zgodnie z zasadami wizualizacji zawartymi w obowiązującym Systemie Identyfikacji Wizualnej PARP (i/lub innym wskazanym

przez Zamawiającego) oraz zgodnie z zasadami wizualizacji Funduszy Europejskich, dostępnymi na stronach [www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl) i [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl).

2.4.2. Realizowania Przedmiotu zamówienia zgodnie z „[Wytycznymi dotyczącymi realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027](#)” w szczególności określonych w Załączniku nr 2 do ww. wytycznych - „[Standardy dostępności dla polityki spójności 2021-2027](#)”.

2.5. Wykonawca odpowiada za wszelkie zobowiązania formalno-prawne wobec podmiotów z nim współpracujących, przy lub na rzecz realizacji niniejszego zamówienia.

### **3. Cechy spotu promocyjnego telewizyjnego**

3.1. Spot telewizyjny zostanie przygotowany w sposób kompleksowy na podstawie ustaleń i informacji od Zamawiającego. Zadanie obejmuje wszystkie etapy produkcji:

3.1.1. Preprodukcja – m.in. przygotowanie produkcji (w tym przeprowadzenie wizji lokalnej), harmonogramu, opracowanie scenariusza, casting, pozyskanie zgód Beneficjentów na realizację zdjęć oraz osób biorących udział w nagraniach (jeśli dotyczy), wybór muzyki, lokalizacji, kostiumów itp.

3.1.2. Produkcja – m.in. organizacja planu zdjęciowego, zapewnienie niezbędnego sprzętu, realizacja nagrań – rejestracja dźwięku i obrazu itp.

3.1.3. Post produkcją – m.in. montaż, animacja 2D, animacja 3D, udźwiękowanie, korekcja barwna, rendering, transfer, przeformatowania itp.

3.2. Spot zostanie opracowany przy wykorzystaniu różnych technik wideo i animacji 2D i/lub 3D z wykorzystaniem najlepszego do tego celu sprzętu filmowego, wspomagającego oraz oprogramowania.

3.3. W zależności od potrzeb Zamawiającego spot może będzie realizowany z adaptacją przekazanych przez Zamawiającego lub stworzonych przez Wykonawcę materiałów (tekstowych, graficznych, map opracowanych w 2D, 3D, infografik, zdjęć, rysunków itp.).

3.4. Spot zostanie zrealizowany z wykorzystaniem niezbędnego sprzętu (m.in. kamera, obiektywy, stabilizatory, oświetlenie, rejestratory dźwięku), dopasowanego do typu nagrania oraz zespołu osób (m.in. kierownik produkcji, scenarzysta, reżyser, aktorzy reklamowi, statyści, osoby użytkujące na co dzień prezentowane projekty, lektorzy, scenograf, operatorzy, oświetleniowcy (w tym gaffer), dźwiękowcy, montażysta obrazu i dźwięku, grafik, animator, stylistka, makijażystka/wizażystka). Zamawiający dopuszcza sytuację, w której poszczególne osoby będą pełniły więcej niż jedną funkcję, ale tylko pod warunkiem, że jakość nagrań nie ucierpi ze względu na łączenie kilku funkcji przez jedną osobę. Wyjątkiem jest funkcja kierownika produkcji.

3.5. Niezbędny sprzęt musi być dopasowany do medium, w którym spot będzie finalnie emitowany. Wykonawca musi posiadać do dyspozycji kamerę z przetwornikami

pełnoklatkowymi, zapewniające zapis w formatach do profesjonalnej postprodukcji, takich jak ProRes, RAW, minimum 10bit obraz 4:2:2, 4K. Preferowane są nie tylko statyczne ujęcia, ale również ujęcia z jazdy operatorskiej, stabilizacja obrazu steady-cam / jazda kamerowa z kranu kamerowego na różnych wysokościach, ze slidera, kamery z gimbałem, drona, itp., zgodnie z koncepcją reżyserską i wymogami scenariuszowymi do poszczególnych produkcji filmowych. Dopuszczalne jest wykorzystanie innych dodatkowych narzędzi, sprzętu i technik.

- 3.6. Zamawiający nie zakłada udziału znanych aktorów telewizyjnych, gwiazd, celebrytów.
- 3.7. Jeżeli tak zakłada konspekt, spot będzie przedstawiał Beneficjentów i/lub odbiorców pośrednich FE (użytkowników danych obiektów) i prezentował rzeczywiste doświadczenia. Zamawiający dopuszcza sytuacje, w których w przypadku odbiorców pośrednich FE historie będą przykładowe i prawdopodobne, a w spocie będą brali udział profesjonalni aktorzy reklamowi/statyści. W każdym przypadku wybór osób występujących w spotach wymaga akceptacji Zamawiającego. Zamawiający przewiduje, że część materiału dźwiękowego nagrana będzie z przestrzeni pozakadrowej (tzw. z off'u – głos zza kadru), ale w zależności od preferencji wybranego beneficjenta i decyzji o realizacji nagrań przed kamerą („na żywo”), Wykonawca musi zapewnić osobom występującym w filmach bezprzewodowe mikrofony.
- 3.8. Spot telewizyjny powinien być:
  - 3.8.1. Atrakcyjny wizualnie i dźwiękowo, co oznacza, że ma przyciągać uwagę i wzbudzać emocje u odbiorcy.
  - 3.8.2. Nowoczesny, czyli wykonany według aktualnych trendów zarówno w technice filmowania, jak i animacji 2D, 3D, wizualizacji, a także montażu (wykorzystanie animacji 2D i 3D nie jest obligatoryjne).
  - 3.8.3. Wyraźnie obrazować cel, dla którego został stworzony.
  - 3.8.4. Przekazać treści w przystępnej, estetycznej formie.
  - 3.8.5. Spot może zakładać realizację zdjęć w kilku lokalizacjach na terenie Polski (dojazd, koszty noclegu i wyżywienia ekipy oraz maksymalnie 3 przedstawicieli Zamawiającego muszą być uwzględnione w koszcie produkcji spotu). Ostateczna decyzja dotycząca udziału przedstawicieli Zamawiającego w nagraniach będzie podejmowana na bieżąco, w trakcie realizacji zamówienia.
  - 3.8.6. Spot może zostać przygotowany przy wykorzystaniu technik dwuwymiarowej (2D) lub trójwymiarowej (3D) animacji komputerowej, jednak nie jest to obligatoryjne. W przypadku realizacji wersji bez animacji 2D i 3D musi być uwzględniona realizacja oprawy graficznej filmów - motion design podstawowy np. logotypy i logo, adres strony internetowej, informacje o projekcie i współfinansowaniu zamówienia, dodatkowe tła, tytuł filmu, belki podpisowe, czołówki, tyłówki itp.

- 3.8.7. W zależności od potrzeb Zamawiającego z wykorzystaniem zdjęć/grafik/ujęć stworzonych przez Zamawiającego lub lub pobranych z banków materiałów audiowizualnych.
- 3.8.8. Spójnie zmontowany z podkładem muzycznym, sprawiający w odbiorze wrażenie zintegrowanej całości.
- 3.8.9. Finalnie zaakceptowany przez Zamawiającego m.in. w zakresie scenariusza, ścieżki dźwiękowej, lokalizacji, ujęć pobranych z banku materiałów audiowizualnych, lektora, aktorów, osób korzystających z projektów na co dzień, kostiumów, techniki materiału audiowizualnego. W czasie realizacji zadania Zamawiający może zgłosić uwagi/ poprawki do wszystkich elementów, które Wykonawca musi uwzględnić (o ile jest to możliwe technicznie).
- 3.8.10. Przygotowany w formie multimedialnej oraz dostarczony Zamawiającemu przez serwer zewnętrzny lub na innym nośniku pamięci zewnętrznej (ostateczny sposób przekazania zostanie uzgodniony po podpisaniu umowy).
- 3.8.11. Dopasowany do wymagań ogólnopolskich stacji telewizyjnych:
  - a) wymagany format plików:  
kontener MXF, kodek XDCAM HD422, strumień 50 Mb/s;
  - b) standard wizji:  
1080i/25, rozdzielczość obrazu 1920x1080 pikseli, format obrazu 16:9, tryb skanowania: z przeplotem, górne pole pierwsze, klatkaż 25 fps;
  - c) standard fonii:  
LPCM 16 lub 24 bity/próbkę, częstotliwość próbkowania 48 kHz, poziom głośności sygnału mierzony od początku do końca nagrania powinien wynosić -23LUFS; maksymalny chwilowy poziom sygnału ("True Peak") nie może przekraczać poziomu -1 dBTP;
  - d) w nagranych materiałach powinna być zachowana prawidłowa synchronizacja obrazu i dźwięku.
- 3.8.12. Przygotowany przez Wykonawcę w formie dostosowanej do emisji w Internecie na stronach www i w mediach społecznościowych:
  - a) YouTube – minimalna rozdzielczość 1920 x 1080 px format obrazu 16:9 - orientacja pozioma, 1080 x 1920 px format obrazu 9:16 – orientacja pionowa, kontener: MOV, MP4,
  - b) Facebook i Instagram – rozdzielczość 1080 x 1080 px - kwadrat 1:1, 1080 x 1920 px format obrazu 16:9 - orientacja pozioma, 9:16 – orientacja pionowa, kontener: MOV, MP4.
- 3.9. Parametry i wytyczne techniczne mogą ulec zmianie, pod warunkiem obustronnego zaakceptowania nowych parametrów na spotkaniu analitycznym. Zmiany te nie wymagają zachowania formy aneksu do umowy.

#### **4. Obowiązkowe oznakowanie spotu**

- 4.1. Spot powinien posiadać odpowiednie oznakowanie zestawieniem znaków wraz z informacją słowną o źródle finansowania (zawierających logo FE, barwy RP oraz flagę UE), zgodnie z wytycznymi Zamawiającego oraz identyfikacją wizualną.
- 4.2. Oznakowanie zostanie umieszczone na początkowej i końcowej planszy spotu. Dodatkowo, informacja o źródle finansowania spotu zostanie odczytana przez lektora w końcowej części materiału.
- 4.3. Logotypy zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego po podpisaniu Umowy.

#### **5. Dostępność spotu - dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami**

- 5.1. Spot telewizyjny powinien być dostępny dla osób z niepełnosprawnościami i powinien zawierać:
  - 5.1.1. Napisy dla niesłyszących w języku polskim. Pliki w dwóch wersjach: napisy wypalone oraz w formacie SRT. Napisy muszą być zintegrowane z wizją i zawierać kody czasu, które umożliwiają wyświetlanie napisów w odpowiednim momencie filmu.
  - 5.1.2. Audiodeskrypcję – informacja czytana przez lektora, jako dodatkowa ścieżka dźwiękowa do filmu. Powinna opisywać szczegóły obrazu i zapewniać informacje o miejscu akcji, postaciach, zmianie scenerii, tekstach widocznych na ekranie i innych treściach wizualnych istotnych dla przekazu spotu. Jeśli to możliwe powinna być czytana w przerwach między dialogami.
- 5.2. Spot będzie dostarczony w następujących wersjach:
  - 5.2.1. Z napisami wypalonymi – telewizja, YouTube, Facebook, Instagram,
  - 5.2.2. Z napisami SRT – YouTube, Facebook,
  - 5.2.3. Z audiodeskrypcją – YouTube.
  - 5.2.4. Z wypalonymi napisami w języku angielskim przygotowanymi przez zawodowego tłumacza/ native speaker.