

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

„Realizacja filmu promocyjnego: "Wielkopolska - Europejski Region Aktywnych Ludzi".

I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest realizacja filmu promocyjnego pod hasłem: Wielkopolska - Europejski Region Aktywnych Ludzi.

Film promujący Wielkopolskę jako Europejski Region Aktywnych Ludzi ma być ściśle powiązany z działaniami Samorządu Województwa Wielkopolskiego, który od wielu lat umacnia krajową i europejską pozycję Wielkopolski na mapie regionów Unii Europejskiej, rozwija jej potencjał społeczny i gospodarczy, podnosi poziom życia mieszkańców oraz dba o środowisko przyrodnicze i dziedzictwo kulturowe regionu dla dobra jego obecnych i przyszłych pokoleń.

Wielkopolska jest regionem o silnej gospodarce i wszechstronnie rozwiniętym społeczeństwie. Ma do dyspozycji znaczące atuty, takie jak: wysoka kultura przedsiębiorczości i tradycje pracy organicznej, rozwinięta infrastruktura społeczna i techniczna. To miejsce, które zapewnia dobre warunki życia, nauki, rozwoju i pracy. Zmienia się i nadal będzie zmieniać się dzięki innowacjom, ale nie tylko cyfrowym czy technologicznym, lecz również społecznym. Dzięki wykorzystaniu atutów płynących z osiągnięć naukowych i technicznych, rozwój gospodarki Wielkopolski i poprawa warunków życia odbywają się w warunkach bardziej zrównoważonego - przyjaznego dla środowiska i niskoemisyjnego - rozwoju.

Budowanie, pozycjonowanie i promowanie działań Samorządu Województwa Wielkopolskiego ma szczególną wartość dla wizerunku Wielkopolski na tle Polski, a także bezpośrednio łączy się z procesem budowania tożsamości regionalnej i dumy lokalnej. Film promocyjny „Wielkopolska - Europejski Region Aktywnych Ludzi” ma podstawowe znaczenie dla skutecznego budowania renomy Wielkopolski, zarówno na poziomie samego regionu, jak i kraju. Jego zadaniem będzie identyfikacja sposobu komunikowania tzw. mocnych stron i unikalnych cech regionu oraz budowaniu jego przewagi konkurencyjnej. Pośrednimi efektami tych działań będzie wzrost atrakcyjności społecznej, komunikacyjnej, ekonomicznej, kulturalnej, edukacyjnej, przyrodniczej oraz turystycznej Wielkopolski, jako całości.

Ze względu na swój interdyscyplinarny charakter, film promujący Wielkopolskę bezpośrednio i pośrednio wpłynie także na promowanie inicjatyw lokalnych. A także da impuls do pozytywnej zmiany, zgodnie ze Strategią Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2030 roku i w kolejnej perspektywie czasowej.

Założenia strategii kreacji działań Samorządu Województwa Wielkopolskiego, które należy wziąć pod uwagę przy przygotowaniu koncepcji kampanii promującej Wielkopolskę

Przedmiot niniejszego zamówienia wpisuje się w strategię prezentowania działań Samorządu Województwa Wielkopolskiego, której celem jest budowanie, pozycjonowanie i kreowanie

pozytywnego wizerunku regionu w kolejnych latach. Regionu nowoczesnego, europejskiego, którego potencjałem są aktywni mieszkańcy, napędzający swoimi działaniami rozwój Wielkopolski i zmieniający ją na lepsze.

Budowanie wizerunku Samorządu Województwa Wielkopolskiego – w oparciu o Strategię Rozwoju Województwa Wielkopolskiego (dostępna pod adresem: https://bip.umwww.pl/292---k_91---k_207---strategia-rozwoju-wojewodztwa-wielkopolskiego-do-2030) – to inwestycja o znaczeniu strategicznym. Działania wizerunkowe mogą skutecznie wesprzeć procesy inwestycyjne w regionie, także te z wykorzystaniem funduszy unijnych, przekonać społeczności lokalne do pozytywnej z nim identyfikacji, powiększyć wiedzę o atrakcjach turystycznych oraz ofercie kulturalnej i edukacyjnej województwa (co w konsekwencji zwiększyć może ruch turystyczny w regionie), pozytywnie wpłynąć na procesy demograficzne i politykę społeczną, wreszcie pośrednio wpłynąć na jakość życia.

Dlatego zgodnie z przyjętą strategią:

- Wielkopolska – to region przodujący w kraju i liczący się w Europie
- Wielkopolska – to region silny nowoczesną gospodarką i wiedzą swoich mieszkańców
- Wielkopolska – to region dostępny komunikacyjnie
- Wielkopolska – to region inwestujący – z sukcesem! – w kapitał ludzki
- Wielkopolska – to region świadomy dziedzictwa kulturowego i cywilizacyjnego
- Wielkopolska – to region zapewniający dobry poziom życia mieszkańcom
- Wielkopolska – to region świadomy dziedzictwa przyrodniczego
- Wielkopolska – to region zrównoważony i spójny terytorialnie

Ideą, na której opiera się strategia kreowania wizerunku Wielkopolski – poprzez działania Samorządu Województwa Wielkopolskiego – jest połączenie tradycji pracy organicznej z nowoczesnością. Kierunek strategiczny tych działań w nowoczesny sposób wykorzystuje dziedzictwo historyczne regionu, równocześnie wyznaczając nowe i przyszłościowe kierunki rozwojowe dla Wielkopolski.

Zamawiający wymaga, aby zaproponowana koncepcja filmu i wykorzystane w niej grafiki były zgodne z aktualną identyfikacją wizualną Wielkopolski oraz Samorządu Województwa Wielkopolskiego. A w szczególności z oryginalnym w formie i nowatorskim w przekazie logotypie „Wielkopolska”. Symbolizuje on gen zwycięstwa, który określa siłę naszego regionu. Regionu mocnego potencjałem swoich mieszkańców. Ich pracowitością, gospodarnością i zaangażowaniem w rozwój. Wielkopolanie w poszukiwaniu innowacyjnych rozwiązań, mających na celu poprawę warunków życia w regionie, nie zapominają o tradycyjnych wartościach. Pamiętają, że tu – na tej ziemi – kształtowało się państwo polskie. Pielęgnują pamięć o bohaterskich przodkach – Powstańcach Wielkopolskich, których zwycięski zryw przyniósł upragnioną wolność. Jako spadkobiercy idei pracy organicznej i jej kontynuatorzy w nowoczesnym wydaniu nie zapominają o inwestowaniu w kulturę i edukację. Dbają o przyrodę i wprowadzają nowoczesne rozwiązania związane z ochroną środowiska.

Logotyp „Wielkopolska” to dwie kolorowe litery V (oznaczające Victorię – zwycięstwo) składające się w literę W. Zawarte w nim kolory symbolizują cechy Wielkopolski: regionu i jego mieszkańców. Kolor pomarańczowy oddaje kreatywość, innowacyjność i nowatorstwo, czerwony to zwycięstwo, sukces i energia do działania. W zielonym kryje się optymizm, świeżość spojrzenia, świeżość idei i rozwiązań oraz harmonia, natomiast kolor niebieski pokazuje nowoczesne społeczeństwo i dobrą komunikację.

Biorąc pod uwagę wszystkie te kryteria, rekomendujemy wybór następujących wartości dla działań polegających na kreowaniu wizerunku Wielkopolski jako Europejskiego Regionu Aktywnych Ludzi:

- Otwartość – nie zamykam się na to co nowe, nieznane i zaskakujące
- Odwaga – nie boję się podejmować nowych prób i zaczynać od nowa
- Efektywność – w swoim życiu szukam sposobów jak najbardziej efektywnego wykorzystania zasobów własnych i otoczenia oraz rozwiązywania problemów
- Użyteczność – interesuje mnie to jak funkcjonuje moje otoczenie i służy dobru ogółu
- Wyobraźnia – dzięki wyobraźni szukam nowych sposobów odpowiedzi na problemy i rozwiązywania trudnych sytuacji
- Wiedza – mam wiedzę o tym „jak” i „dlaczego”
- Determinacja – koncentruję się na podejmowaniu wyzwań i rozwiązywaniu problemów
- Rozwój – chcę iść do przodu

II. Cel zamówienia

Celem jest stworzenie filmu promocyjnego Wielkopolska – Europejski Region Aktywnych Ludzi, zrealizowanego w stylistyce zgodnej ze sztuką marketingu, reklamy i najnowszymi trendami. Dzięki nowatorskiej koncepcji scenariusza ma pokazać w jaki sposób został wykorzystany potencjał rozwojowy regionu oraz zmiany, jakie zaszły w Wielkopolsce. Film ma zawierać fabułę opowiedzianą w sposób łatwy do zapamiętania, atrakcyjny dla odbiorców, która jednocześnie przez swoją autentyczność ma wpływać na emocje odbiorcy: radość, wzruszenie, dumę z bycia Wielkopolaninem, mieszkańcem regionu.

Ponadto, film ma:

- Zwiększyć rozpoznawalność Samorządu Województwa Wielkopolskiego i promocję jego działań poprzez identyfikację regionu z nowym logotypem „Wielkopolska”.
- Zbudować jeszcze większą świadomość przynależności do wielkopolskiej społeczności regionalnej wraz z jej wielowiekową tożsamością kulturową.
- Zwrócić uwagi odbiorców na walory Wielkopolski: regionu europejskiego, nowoczesnego, gospodarnego, otwartego na innowacje, pielęgnującego tradycje i wartości historyczne. Dbającego o edukację, kulturę i środowisko. Stawiającego na mieszkańców i ich rozwój.
- Podnieść świadomości mieszkańców województwa wielkopolskiego na temat osobistych korzyści płynących z Funduszy Europejskich oraz roli i wartości dodanej wsparcia Unii Europejskiej i wartościach reprezentowanych przez Politykę Spójności, a także eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu.

III. Grupy docelowe

Zaproponowana koncepcja scenariusza ma być dostosowana do następujących grup docelowych:

- mieszkańcy Wielkopolski dumni ze swojego regionu, jego systematycznego rozwoju i zmian, jakie się w nim dokonują. To oni są w głównej mierze obserwatorami i adresatami efektów realizowanych projektów oraz społeczno-gospodarczych inwestycji Samorządu Województwa Wielkopolskiego;

- wóldarze samorządów gminnych, powiatowych i województwa. Wójtowie, starostowie, burmistrzowie i prezydenci miast z regionu, którzy od chwili powstania Samorządu Województwa Wielkopolskiego budowali jego silną pozycję w poszczególnych subregionach Wielkopolski;
- obecni oraz potencjalni beneficjenci programów unijnych - osoby i organizacje, które korzystają z Funduszy Europejskich i realizują różnorodne projekty;
- mieszkańcy Polski/Europy, którzy chcieliby poznać Wielkopolskę jako region przyjazny do życia, pracy, rozwoju. Bogaty historycznie, kulturowo, przyrodniczo i turystycznie.

IV. Wytyczne dotyczące filmu, na potrzeby którego tworzone są: koncepcja i scenariusz

Scenariusz filmu powinien w sposób nowoczesny, dynamiczny, nowatorski, interesujący dla widza uwzględnić wpływ działalności Samorządu Województwa Wielkopolskiego, m.in. poprzez efektywne wykorzystanie funduszy europejskich, na rozwój regionu.

1. Parametry techniczne:

- Czas trwania i formaty:** 120 sekund/90 sekund/60 sekund/45 sekund/30 sekund – film promocyjny nagrany w standardzie umożliwiającym wielokrotną jego emisję, w formatach telewizyjnych odpowiadających standardom mediów, w których będą emitowane (telewizja i Internet, ekrany LCD np. w instytucjach użyteczności publicznej, w środkach komunikacji publicznej);
- Jakość nagrania:** Ultra High Definition (4K);
- Scenografia:** film promocyjny powstanie w przestrzeniach zewnętrznych i wnętrzach, zgodnie z koncepcją scenariusza i po akceptacji Zamawiającego;
- Film promocyjny będzie zawierał audiodeskrypcję (napisy lub lektora z językiem migowym);
- Film promocyjny powinien posiadać wersję opatrzoną napisami w języku angielskim;
- Wykonawca zapewni udział profesjonalnego lektora (w zależności od koncepcji przedstawionej przez Wykonawcę). Zamawiający zastrzega sobie prawo do akceptacji propozycji głosu lektora;
- Wykonawca zapewni muzykę oddającą charakter filmu promocyjnego (tło muzyczne zaproponowane przez Wykonawcę podlega akceptacji Zamawiającego). Muzyka może być także skomponowana specjalnie na potrzeby filmu promocyjnego;
- Wykonawca zapewni efekty specjalne oraz elementy graficzne na wysokim poziomie, zgodnie z najnowszymi trendami;
- Wykonawca przekaze Zamawiającemu licencję wyłączną do wykorzystywania wszelkich materiałów zawartych w spocie promocyjnym, w tym do wykorzystywania motywów muzycznych oraz wszelkich utworów powstałych w wyniku realizacji zamówienia, do eksploatacji w celach promocyjnych poprzez emisję telewizyjną, internetową oraz wszelkie możliwe prezentacje publiczne – bez ograniczeń co do terytorium;
- Ostatni kadr spotu musi zawierać logotyp „Wielkopolska” oraz herb Samorządu Województwa Wielkopolskiego, zgodne z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Wielkopolskiego;

- k) Udział Marszałka Województwa Wielkopolskiego w filmie promocyjnym dostosowany będzie do jego kalendarza, a jego termin zostanie uzgodniony i zaakceptowany przez Zamawiającego;
- l) Pełny zakres usług produkcyjnych: m.in. montaż, oprawa graficzna, podkład dźwiękowy, usługi lektora lub udział innych osób leżą po stronie Wykonawcy.

2. Parametry organizacyjne:

- a) Zamawiający nie określa limitu dni zdjęciowych;
- b) W filmie powinni występować ludzie (w zależności od scenariusza, np. co najmniej 1 aktor główny, 1 epizodysta i 1 statysta)
- c) W skład ekipy filmowej wchodzić będą: m.in. reżyser, scenarzysta, realizator dźwięku, operator filmowy, operator drona, oświetleniowiec, kierownik produkcji, aktorzy, montażysta, itd., przy czym jedna osoba może pełnić więcej niż dwie funkcje;
- d) Wykonawca zapewnia transport ekipy (maksymalnie 800 km), wyżywienie oraz ubezpieczenie, w zależności od pomysłu na realizację spotów;
- e) Aktorzy muszą mieć zagwarantowaną opiekę makijażystki i stylistki;
- f) Zdjęcia mogą być realizowane w lokalizacjach wewnętrznych i zewnętrznych;

3. Wymagania dotyczące elementów graficznych wykorzystanych w filmie:

Zamawiający wymaga, by elementy graficzne zostały przygotowane w sposób kreatywny i zgodny z tematyką opisaną w SOPZ oraz z zachowaniem odpowiednich marginesów bezpieczeństwa. Od Wykonawcy oczekuje się twórczego podejścia, świeżości pomysłów oraz dbałości o wszelkie detale. Zastosowany design powinien być nowoczesny, efektowny i nieszablonowy, dostosowany do specyfiki projektu. Ich przekaz powinien być czytelny, przejrzysty oraz wzbudzający pozytywne emocje.

V. Szczegółowy opis wymaganych działań

Na etapie składania oferty Wykonawca przygotowuje:

a) podlegającą ocenie koncepcję kreatywną filmu promocyjnego, która obejmować będzie m.in.:

- zarys ogólnego przekazu filmu promocyjnego,
- ideę przewodnią,
- hasło: Wielkopolska – Europejski Region Aktywnych Ludzi

b) podlegający ocenie scenariusz (będący rozszerzeniem koncepcji) obejmujący m.in.:

- szkic fabuły,
- opisy: miejsca akcji, bohaterów, miejsc, czasu,
- propozycje przestrzeni zewnętrznych i wewnętrznych,
- propozycje ewentualnych dialogów,
- propozycje aktorów / ambasadorów,
- ewentualne zdjęcia referencyjne itp.

Ogólna koncepcja scenariusza:

- 1) Główna idea: Samorząd Województwa Wielkopolskiego swoim realnym działaniem wpływa na rozwój regionu i poprawę jakości życia mieszkańców Wielkopolski. Buduje, modernizuje, inwestuje, rozwija wszystkie dziedziny życia społecznego i gospodarczego. Stawia na innowacje. Dzięki Funduszom Europejskim stwarza możliwości i pobudza współpracę, od której zaczyna się proces zmian.
- 2) Punktem wyjścia rozwoju i zmian społecznych są liderzy (reprezentanci poszczególnych grup społecznych/zawodowych, np. osób z niepełnosprawnościami, seniorów, przedsiębiorców, rodziców i dzieci, artystów, naukowców, samorządowców czy przedstawicieli NGO).
- 3) Przekaz filmu powinien wykorzystywać wkład mieszkańców (konkretnych liderów) w proces zmian w województwie. Ma wskazywać na konsekwentne działania, które poprawiają jakość życia, dawać poczucie bezpieczeństwa, harmonii, szczęścia.
- 4) Informacja o realizowanych projektach, ich szerokim zasięgu tematycznym, wpływie na każdy obszar życia, ma umacniać akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych przeprowadzanych przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego. Projekty / inwestycje / działania/ programy pokazane w filmie mają wywoływać poczucie, że zmiany jakie dokonują się w regionie oddziałują bezpośrednio na każdego Wielkopolanina.
- 5) Od momentu powstania Samorząd Województwa Wielkopolskiego umocnił krajową i europejską pozycję regionu. Jego proeuropejskie działania zapewniają mieszkańcom Wielkopolski czerpanie korzyści płynących z integracji europejskiej, dostęp do funduszy UE gwarantuje europejskie standardy organizacji życia społecznego.
- 6) Dziś Wielkopolska to region liczący się w Polsce i w Europie. Szanuje uniwersalne wartości, jest świadoma swojego dziedzictwa przyrodniczego, kulturowego i cywilizacyjnego. Otwarta na nowe idee i ludzi, silna nowoczesną gospodarką, aspiracjami i wiedzą swoich mieszkańców, zapewniająca im bardzo dobre warunki życia, pracy i wypoczynku na całym obszarze województwa, co stanowi powód do dumy i motywuje do dalszej pracy w wyznaczonym przez SWW kierunku.

Wymagania podstawowe dotyczące scenariusza:

Wykonawca opracuje:

- 1) unikatową, oryginalną i stworzoną na potrzeby tego zamówienia formę filmu promocyjnego;
- 2) szczegółowy opis poszczególnych scen z jakich składać się będzie film, w tym określenie i opis:
 - a) miejsc / inwestycji / lokalizacji zewnętrznych i wewnętrznychWykonawca proponuje miasta, miejsca i inwestycje Samorządu Województwa Wielkopolskiego, które powinny znaleźć się w scenariuszu. Mają ukazywać ich wpływ na rozwój Wielkopolski w kontekście ekonomicznym, społecznym, kulturowym, itp. W scenariuszu zostaną przedstawione propozycje miejsc (wraz z krótkim uzasadnieniem ich doboru), w których będą docelowo realizowane zdjęcia.

b) postaci / aktorów /ambasadorów

Zamawiający oczekuje, iż scenariusz uwzględni udział osób, które poprzez swoje uczestnictwo w projekcie spowoduje, iż przyjmie on bardziej interesującą - dla przyszłego widza filmu – formę. W scenariuszu mogą zostać ujęte wizerunki oraz wypowiedzi osób publicznych, powszechnie rozpoznawalnych, wywodzących się z Wielkopolski lub funkcjonujących na jej terenie, pracujących na rzecz jej rozwoju, będących swego rodzaju ambasadorami regionu poprzez swoje osiągnięcia dokonania w różnych dziedzinach życia gospodarczego i społecznego;

c) ujęcia i wypowiedzi (opcjonalnie) Marka Woźniaka, Marszałka Województwa Wielkopolskiego, jako wieloletniego wóldarza Samorządu Województwa Wielkopolskiego, organizującego pracę zarządu województwa i urzędu marszałkowskiego, kierującego bieżącymi sprawami województwa oraz reprezentującego województwo na zewnątrz;

d) motywy przewodnie / elementy charakterystyczne spajające poszczególne ujęcia, pozostawiające docelowy film w pamięci widzów, stanowiące o jego rozpoznawalności również po czasie jego emisji;

3). szczegółowy opis elementów składowych czołówki i tyłówki wraz z informacjami o ich ekspozycji w obrazie najlepiej w formie szkicu ukazującego poszczególne elementy składowe.

4). opis rodzaju i tempa muzyki oraz rekomendacje zastosowania ewentualnych efektów wizualnych dźwiękowych, barwę oraz tembr głosu lektora/lektorów dla poszczególnych scen;

5). szczegółowy opis treści pojawiających się na ekranie w formie grafik/infografik i napisów oraz proponowany sposób ich prezentacji.

Zaproponowana struktura scenariusza (120 sekund) pozwoli wyłonić z niego ujęcia, które pozwolą na montaż wersji skróconej filmu promocyjnego trwający w zależności od potrzeb emisyjnych 90, 60 lub 45, 30 sekund.

W ramach zamówienia Wykonawca zrealizuje usługę polegającą m.in na:

a) dostarczeniu (najpóźniej 7 dni od podpisania umowy) szczegółowego harmonogramu dla poszczególnych działań, sporządzonego na podstawie planu realizacji filmu promocyjnego, który wymaga akceptacji Zamawiającego;

c) produkcji wszystkich wymaganych przez Zamawiającego formatów filmu promocyjnego, do których Wykonawca przekaze Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz zależne;

d) cotygodniowym roboczym raportowaniu przebiegu działań, umożliwiającym wprowadzenie ewentualnych modyfikacji, oraz opracowaniu raportu końcowego i przekazaniu go w wersji papierowej i elektronicznej.

Uwaga!

Zamawiający zastrzega sobie możliwość wniesienia uwag do koncepcji oraz scenariusza w ciągu 3 dni roboczych od dnia podpisania umowy, które Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić w ciągu 3 kolejnych dni. Ww. uwagi nie mogą zmienić ogólnego charakteru przedmiotu zamówienia.