**Załącznik nr 2 do SWZ**

**OR-D-III.272.56.2024.DG**

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

Zadaniem Wykonawcy będzie przygotowanie koncepcji kreatywnej oraz koncepcji graficznej kampanii informacyjnej dotyczącej wsparcia Sejmiku Województwa Mazowieckiego, w szczególności samorządowych programów wsparcia\*, a także obsługa fotograficzna kampanii

\*Od kilku lat Sejmik Województwa Mazowieckiego realizuje autorskie programy wsparcia. Są to programy pomocowe, które wspierają inwestycje realizowane przez samorządy lub organizacje pozarządowe. Dzięki wsparciu sejmiku Mazowsza, tylko w ubiegłym roku udało się zrealizować 5000 inwestycji, np. stworzyć ogród warzywny w Ciechanowie, wyremontować Miejski Dom Kultury w Przasnyszu czy wyposażyć druhów Gąbina i Lucienia w nowe samochody strażackie. Programy wsparcia to też inwestycje drogowe, pomoc dla OSP (samochody, sprzęt, remizy strażackie) i działkowców, ale i programy zdrowotne czy aktywizujące młodzież.

W tym roku samorząd województwa będzie wspierał przedsięwzięcia realizowane w ramach 22 autorskich programów. Łącznie z budżetu województwa przeznaczono na ten cel blisko 1 mld zł.

**CELE KAMPANII INFORMACYJNEJ:**

* większa świadomość wśród mieszkańców Mazowsza w zakresie wsparcia sejmiku Mazowsza dla regionu oraz programów wsparcia
* wzmacnianie wizerunku Mazowsza jako regionu kierującego się wartościami takimi jak solidarność i pomocniczość;
* popularyzowanie tzw. dobrych praktyk.

**WARTOŚCI TOWARZYSZĄCE KAMPANII INFORMACYJNEJ:**

* lokalność i bliskość;
* autentyczność;
* solidarność i pomocniczość;
* równomierny rozwój,
* wrażliwość społeczna.

**ODBIORCY:**

Mieszkańcy województwa mazowieckiego, w szczególności bezpośredni i pośredni beneficjenci programów wsparcia

**ZADANIA:**

Zadaniem Wykonawcy po przeprowadzeniu analizy dotychczasowych działań, o których mowa m.in. w zał. nr 1 do OPZ będzie w szczególności przygotowanie:

1. **koncepcji kreatywnej kampanii**

Wykonawca przygotuje szczegółową koncepcję kreatywną kampanii (preferowany format pliku tekstowego to pdf, preferowany format plików graficznych to jpg/png oraz preferowany format plików wideo to mp4, mpg, mov, avi).

Zamawiający jest otwarty na nieszablonowe, nietuzinkowe podejście do tematu kampanii. Wykonawcy kierując się wartościami Zamawiającego powinni przedstawić koncepcje oryginalne i nowoczesne w formie i wyrazie. Zamawiający oczekuje rozwiązań odważnych, skupiających uwagę odbiorców.

Szczegółowa koncepcja kreatywna powinna zawierać główny nowy lub odświeżony przekaz kampanii wraz z uzasadnieniem, w tym opis głównych założeń kreacyjnych, w tym hasła i motywy przewodnie, wokół których zostanie zbudowana szeroko rozumiana komunikacja.

Koncepcja kreatywna zostanie przygotowana w taki sposób, żeby możliwe było tworzenie wielu kolejnych projektów/scenariuszy, będących realizacją niniejszej koncepcji.

**Koncepcji kreatywnej kampanii Zamawiający nie traktuje jako gotowego materiału. Ostateczny jej kształt zostanie wypracowany w trakcie realizacji umowy, w porozumieniu z Zamawiającym. Dopuszcza się modyfikację w stosunku do zaproponowanej koncepcji, ale jedynie w zakresie nienaruszającym głównych założeń konceptu kreatywnego.**

1. **kreacji graficznej oraz dostosowanie przygotowanej koncepcji graficznej do formatów w reklamie outdoorowej, prasowej oraz w Internecie**
2. Wykonawca przygotuje koncepcję graficzną kampanii ze spójnym key visual dla wszystkich elementów/działań w ramach kampanii, w tym z określoną typografią, kolorystyką w uwzględnieniem poniższych wytycznych:
3. koncepcja powinna być spójna, charakteryzować się atrakcyjnym i nowoczesnym podejściem do tematu. Struktura koncepcji oraz poszczególne projekty powinny być czytelne. Zaproponowane przez Wykonawcę rozwiązania, w tym typograficzne powinny być charakterystyczne i unikatowe.
4. szata graficzna powinna korespondować/być zgodna z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze oraz księgami znaków programów wsparcia.
5. Wykonawca przygotuje w oparciu o zaproponowaną koncepcję rodziny projektów graficznych do druku, emisji w Internecie bądź publikacji w prasie, w szczególności:
6. reklamy outdoorowej (m.in. billboardy, tablice reklamowe, wiaty przystankowe, słupy ogłoszeniowe),
7. reklamy prasowej,
8. reklamy zewnętrznej (m.in. komunikacja publiczna, w tym fullback, ramki, plakaty, ekrany LCD),
9. reklamy on-line, w tym media społecznościowe.

Wykonawca dostosuje projekty graficzne do kanałów komunikacji. Zamawiający zakłada, że liczba dostosowań wyniesie do 300 plików.

Wykonawca przekaże wersje źródłowe (edytowalne pliki projektowe w psd) oraz wersje ostateczne w jpg/png.

Ponadto Wykonawca w oparciu o zaproponowaną koncepcję graficzną przygotuje projekty prostych animacji o długości od 3 do 10 sekund każda do wykorzystania w mediach społecznościowych.

Wykonawca przygotuje 2 wzory projektów animacji (psd z możliwościa eksportu do mp4).

1. **kreacji i kompleksowej produkcji informacyjnych spotów filmowych:**
2. Wykonawca zrealizuje następujące elementy:
3. przygotuje szczegółowe scenariusze i scenorysy (storyboardy) 8 spotów 30-sekundowych (30’) oraz ich skrótów, tj. 8 spotów o długości 15 sekund (15’) (dalej: spoty). Spoty 15-sekundowe będą skrótem spotów 30-sekundowych,
4. wyprodukuje, na podstawie zaakceptowanych przez Zamawiającego scenariuszy i scenorysów, 8 spotów 30’ i 8 skrótów o długości 15’ oraz przygotuje je w uniwersalnym formacie (w tym w formacie MP4) pozwalającym na odtworzenie przy użyciu różnego rodzaju oprogramowania, w dwóch wersjach – z dźwiękiem (5.1 – dźwięk wielokanałowy (przestrzenny) lub 2.0 – stereo) i bez dźwięku. Emisja spotów filmowych powinna być możliwa przy wykorzystaniu sprzętu o wysokiej rozdzielczości na nośnikach multimedialnych, w kinach (format DCP) jak i w Internecie. Spoty powinny być przygotowane również w formatach umożliwiających emisję spotów na ekranach LCD w komunikacji publicznej – bez dźwięku, a także elektronicznych nośnikach reklamowych, a także w wersji z napisami w języku polskim oraz tłumaczem na Polski Język Migowy);
5. wyprodukuje film z realizacji spotów (tzw. making of…) o następujących parametrach: długość 3-5 minut, format: mpg, mov lub avi. Film zostanie zapisany na nośniku zewnętrznym. Film będzie przeznaczony do emisji w Internecie.
6. zapewni dokumentację fotograficzną z planów filmowych w trakcie realizacji spotów. Dokumentacja fotograficzna nie może zawierać wizerunku zgodnie z art. 81 Ustawy o Prawach autorskich (Dz.U. z 2022 r. poz. 2509 t.j. - Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych),
7. zapewni wsparcie techniczne Zamawiającemu przy przekazywaniu spotów lub przekaże w imieniu Zamawiającego spoty do Wykonawców wskazanych przez Zamawiającego, m.in. kin i telewizji.

**Koncepcji scenariusza Zamawiający nie traktuje jako gotowego materiału. Jest ona jedynie ilustracją konceptu kreatywnego. Ostateczne scenariusze wszystkich spotów zostaną stworzone przez Wykonawcę w trakcie realizacji umowy, w porozumieniu z Zamawiającym. Dopuszcza się modyfikację w stosunku do zaproponowanej koncepcji scenariusza, ale jedynie w zakresie nienaruszającym głównych założeń konceptu kreatywnego.**

Spoty filmowe powinny zostać przygotowane w sposób nowatorski, zaskakujący angażujący widza oraz w sposób atrakcyjny wizualnie, ale też w sposób jednoznaczny i treściwy pokazywać inwestycje zrealizowane przy wsparciu samorządowych programów wsparcia. Spoty powinny zawierać elementy graficzne lub/i animacje, chyba że Zamawiający zdecyduje inaczej. Spoty powinny zostać udźwiękowione (muzyka, dialogi) oraz opatrzone tekstem (np. belka przy wypowiadającym się bohaterze).

Spoty filmowe powinny być przygotowane w uniwersalnym formacie pozwalającym na odtworzenie go przy użyciu różnego rodzaju oprogramowania. Ponadto powinny być przekazane (np. przez We Transfer lub innego tego typu narzędzie) Zamawiającemu w różnych formatach umożliwiających emisję w różnych kanałach komunikacji: w tym Internet (media społecznościowe), telewizje kablowe, naziemne i internetowe, ekrany LCD w komunikacji miejskiej (w tym Koleje Mazowieckie, Warszawska Kolej Dojazdowa, Tramwaje Warszawskie, Metro), kina sieciowe i studyjne (paczki DCP).

Po stronie Wykonawcy będzie leżało uregulowanie kwestii posługiwania się wizerunkiem osób biorących udział w nagraniach filmowych na wszystkich polach eksploatacji, bez ograniczeń czasowych oraz licencji do wykorzystywanych w spotach muzyki/ścieżek dźwiękowych/innych.

1. **kreacji i kompleksowej produkcji informacyjnych spotów radiowych:**

Zadaniem Wykonawcy będzie:

1. przygotowanie dwóch koncepcji spotów w oparciu, o które powstanie **12 spotów** radiowych opartych na koncepcjach, tj. 6 spotów wg jednej koncepcji, 6 według drugiej. Scenariusze powinny być czytelne i zrozumiałe dla odbiorców w różnym wieku i z różną wiedzą na temat programów wsparcia. Scenariusze powinny być oparte na angażującym pomyśle.
2. wytworzenie, w tym nagranie i montaż 12 spotów radiowych o długości 30 sekund każdy. Spoty powinny być nagrane i zmontowane w sposób dynamiczny. Wykonawca do nagrań zaangażuje profesjonalnych lektorów. Zapewni również odpowiednie ścieżki dźwiękowe, w tym muzykę.

Wykonawca przekaże spoty w mp3 oraz wav.

Po stronie Wykonawcy będzie leżało uregulowanie kwestii posługiwania się głosem osób biorących udział w nagraniach radiowych na wszystkich polach eksploatacji, bez ograniczeń czasowych oraz wykup licencji do ścieżki dźwiękowej na okres nie krótszy niż 3 miesiące.