

Opis przedmiotu zamówienia

Usługa wyprodukowania i wyemitowania spotów radiowych oraz wyprodukowania spotów wideo

I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i nagranie spotów radiowych, stylizowanych na audycję radiową w formie wywiadu, emitowanych w stacjach radiowych o zasięgu regionalnym oraz spotów wideo, które będą emitowane przez Zamawiającego na kanale You Tube, fanpage'u Lubelskie Fundusze Europejskie oraz stronie internetowej www.rpo.lubelskie.pl. Przedmiot Zamówienia powinien mieć charakter przede wszystkim promocyjno – informacyjny, wskazujący na pierwsze zrealizowane projekty, promujący dobre praktyki a także na planowane nabory wniosków, skierowany do konkretnych grup potencjalnych beneficjentów i beneficjentów Działań RPO WL 2014 – 2020, które prowadzone są przez Lubelską Agencję Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie.

II. Cel Przedmiotu Zamówienia

Głównym celem Przedmiotu Zamówienia jest informowanie potencjalnych oraz faktycznych beneficjentów o planowanych konkursach jak i możliwościach skorzystania z dofinansowania w ramach Działań PRO WL na lata 2014 – 2020, które prowadzone są przez LAWP w Lublinie. Ponadto celami szczegółowymi Przedmiotu Zamówienia jest informowanie o możliwościach skorzystania z form wsparcia, zachęcenie do sięgania po środki unijne oraz prezentacja efektów realizacji Programu w województwie lubelskim. Przedmiot Zamówienia będzie mieć charakter uzupełniający do działań prowadzonych przez DZ RPO w ramach kampanii Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014 – 2020.

III. Grupa docelowa

Ww. usługa skierowana będzie do ogółu społeczeństwa jak również potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów (w szczególności przedsiębiorcy) Działań w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014 – 2020, które prowadzone są przez Lubelską Agencję Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie. Ponadto spoty filmowe będą dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

IV. Narzędzia

a) Spoty radiowe:

W ramach Przedmiotu Zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do produkcji i emisji 6 różnych spotów radiowych, stylizowanych na audycję radiową w formie wywiadu w 2 rozgłoszeniach radiowych o zasięgu regionalnym (po 3 na każdą rozgłoszenie radiową) w województwie lubelskim charakteryzujących się największą słuchalnością w grupie docelowej. Czas emisji jednego spotu to między 45 a 60 sekund. Ponadto spoty będą zamieszczane na stronie www.rpo.lubelskie.pl.

Ostateczna lista rozgłoszeń radiowych oraz daty emisji podlegają zatwierdzeniu przez Zamawiającego. Każdy ze spotów ma być emitowany w ilości po 4 spoty dziennie na każdą rozgłoszenie radiową (od poniedziałku do piątku). Łączna ilość spotów na jedną rozgłoszenie radiową wynosi 120 spotów. Wykonawca zobowiązany jest do równomiernego rozłożenia liczby emisji, z czego co najmniej 60% powinno mieć miejsce w tzw. prime time, tj. w godzinach 6.00-10.00 i 15.00-18.00. Zamawiający wyklucza emisję spotu po godzinie 21.00 i przed godziną 6.00. Ponadto Wykonawca przygotowuje i przedstawi scenariusz spotu (uwzględniając informacje przekazane przez Zamawiającego) do akceptacji Zamawiającego. Zamawiający może zażądać wniesienia poprawek.

Wykonawca w ciągu 3 dni po podpisaniu umowy przedstawi do akceptacji 3 profesjonalnych lektorów. Lektor będzie występował w roli rozmówcy – prowadzącego wywiad z Dyrektorem LAW P lub/i przedsiębiorcami (beneficjentami Programu). W przypadku braku akceptacji/wyboru jednego z przedstawionych lektorów przez Zamawiającego, Wykonawca ma obowiązek przedstawić propozycje 3 kolejnych lektorów do wyboru. Zamawiający wymaga by spot nagrany był w profesjonalnym studio na terenie Lublina. Wykonawca na prośbę

Zamawiającego zobowiązany jest umożliwić obecność przedstawicielom LAWP w studio nagrań lub też kontakt w trakcie nagrań przez np. telefon komórkowy celem wprowadzania uwag i zmian na bieżąco.

b) Spoty wideo

W ramach realizacji Przedmiotu Umowy Wykonawca zobowiązany jest do nagrania 3 spotów wideo do emisji na kanale You Tube, na fanpage'u Lubelskie Fundusze Europejskie, na stronie internetowej www.rpo.lubelskie.pl (każdy spot wideo będzie nagrany w 2 wersjach – wersja oryginalna, z napisami dla osób niesłyszących).

Wykonawca w ramach realizacji Przedmiotu Zamówienia zobowiązany jest do produkcji spotów wideo o długości max. 3 min każdy w rozdzielczości Full HD. Zobowiązany jest do opracowania scenariuszy wszystkich spotów wpisanych w nowoczesne trendy storytelling (informacje podstawowe, które powinny zostać zawarte w scenariuszu przekaże Zamawiający po podpisaniu umowy). Dodatkowo muszą znaleźć się tam elementy wywołujące pozytywne emocje, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych. Spoty powinny być dynamiczne a scenariusz powinien nawiązywać do Funduszy Europejskich oraz projektów już zrealizowanych przez beneficjentów.

Przy nagrywaniu każdego spotu powinny być użyte urządzenia stabilizacyjne zapewniające płynne przemieszczenia się kamery, tzw. fly camera. W każdym ze spotów muszą pojawić się kadry i ujęcia nagrane z lotu ptaka przy pomocy drona. Wykonawca ma w obowiązku wykonanie animowanej czołówki i plansz końcowych z wykorzystaniem właściwych logotypów, które przekaże Zamawiający po podpisaniu umowy. Dodatkowo Wykonawca powinien użyć efektów bazujących na śledzeniu ruchu obrazu (tzw. motion tracking) aby opisać w ten sposób filmowane przedmioty, urządzenia czy budynki. W celu zróżnicowania poszczególnych ujęć zaleca się by użyć co najmniej 2 kamer jednocześnie.

Przygotowywane spoty mają uwzględniać parametry niezbędne do publikacji materiałów na portalach internetowych oraz spotkaniach zewnętrznych.

Wykonawca zobowiązany jest do przekazania Zamawiającemu opracowanych ostatecznie materiałów przeznaczonych do prezentacji w Internecie, w formacie *.avi lub *.mpeg oraz *.flv. Każdy ze spotów musi być nagrany w wymaganych formatach na oddzielnej płycie

DVD pozbawionej możliwości wielokrotnego zapisu w minimum 2 egzemplarzach każdy i przekazany Zamawiającemu.

Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych spotów wideo wersję z napisami przedstawiającymi tekst tego, co słychać na wideo (tj. dialogi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści np. śmiech, płacz). Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania (wersja dla niesłyszących). Wykonawca przekaze Zamawiającemu spoty w dwóch wersjach (wersja oryginalna, wersja z napisami dla osób z niepełnosprawnościami).

V. Czas trwania

Termin realizacji: do 17 grudnia 2018r.

VI. Wymogi formalne – warunki udziału

Wykonawca powinien posiadać wiedzę, kwalifikacje i doświadczenie, jak również wyposażenie techniczne i zasoby finansowe niezbędne do wykonania przedmiotu zamówienia.

Wykonawca potwierdzi spełnienie powyższych warunków podpisując Oświadczenie stanowiące Załącznik nr 4 do Zaproszenia.

VII. Opis kryteriów którymi będzie się kierował Zamawiający przy wyborze ofert wraz z podaniem wag tych kryteriów i sposobu oceny ofert.

Wybrana zostanie oferta, która uzyska największą liczbę punktów. Wybór oferty zostanie dokonany na podstawie kryteriów oceny ofert z ustaloną punktacją do 100 pkt (100%=100pkt).

Lp.	Kryterium	Waga	Liczba punktów
1.	Cena	70%	70
2.	Projekt scenariusza do spotu radiowego oraz scenariusza i	30%	30

	storyboardu spotu wideo		
--	-------------------------	--	--

I. Kryterium cena ofert- max. 70 pkt

Liczba punktów = $\frac{\text{Wartość brutto oferty z najniższą ceną}}{\text{Wartość brutto oferty badanej}}$ x 70 pkt
za kryterium

II. Kryterium - Projekt – po jednej wstępnej propozycji (koncepcji) scenariusza do spotu radiowego (15 pkt) oraz scenariusza i storyboardu (scenorysu) spotu wideo (15 pkt) - max. 30 pkt

Wykonawca w ofercie przedstawi po jednej propozycji scenariusza spotu radiowego i storyboardu spotu wideo zgodne z wymaganiami technicznymi zawartymi w Opisie Przedmiotu Zamówienia.

Szczegółowa punktacja dla jednego scenariusza:

- 0 pkt - propozycja niedostateczna, w sposób niedostateczny spełnia wymagania kryterium
- 1 - 4 pkt – propozycja dostateczna, w sposób dostateczny spełnia wymagania kryterium
- 5 - 8 pkt – propozycja dobra, w sposób dobry spełnia wymagania kryterium
- 9 - 12 pkt – propozycja bardzo dobra, w sposób bardzo dobry spełnia wymagania kryterium
- 13- 15 pkt – propozycja wybitna, w sposób wybitny spełnia wymagania kryterium.

Scenariusze będą oceniane przez Zamawiającego oddzielnie w związku z czym maksymalna liczba punktów, jaką Wykonawca może uzyskać w ramach jednego scenariusza to 15 pkt.

Tematyka scenariuszy: Wzrost konkurencyjności MŚP – Działanie Nr 3.7

Informacje dotyczące ww. Działań dostępne są w dokumencie Regionalny Program Operacyjny Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 (RPO WL 2014-2020) dostępnym pod linkiem https://rpo.lubelskie.pl/dokument-20-regionalny_program_operacyjny.html oraz

Szczegółowym Opisie Osi Priorytetowych RPO WL 2014-2020
https://rpo.lubelskie.pl/dokument-22-szczegolowy_opis_osi_priorytetowych_rpo.html.

A. Scenariusz spotu radiowego

Koncepcja scenariusza spotu radiowego musi być czytelna, prosta i zrozumiała. Spot radiowy ma zaintrygować słuchacza, dostarczyć informacje nakłaniające do szybkiego działania. Ponadto spot ma być obrazowy, tzn. przenieść słuchacza w to miejsce, co uruchomi jego wyobraźnię. Powinien być podzielony na odpowiednie sekcje, zawierać informacje o finansowaniu z funduszy europejskich oraz dane kontaktowe LAWPU jak również informacje o ewentualnych efektach dźwiękowych.

B. Scenariusz spotu wideo

Koncepcja graficzna scenariusza i storyboardu spotu wideo musi być zgodna z Kluczem graficznym RPO WL 2014-2020 dostępnym pod linkiem https://rpo.lubelskie.pl/strona-613-wytyczne_dot_informacji_i_promocji.html.

Scenariusz spotu wideo uzupełniony o storyboard oraz eksplikację reżyserską zawierającą informacje dotyczące proponowanych elementów niezbędnych do realizacji spotu wideo.

Poprzez storyboard Zamawiający rozumie serię szkiców, obrazków, rzutów będących wskazówkami do powstania audycji. W scenariuszu muszą być zawarte takie elementy jak: zamysł spotu, jego przekaz, możliwości kontynuacji.

Poprzez eksplikację reżyserską rozumie się tekst, w którym zostaną zawarte najistotniejsze informacje dotyczące stworzenia spotu, jej techniki, zamysłu artystycznego, wizji itd. Storyboard (scenorys) zawierać powinny między innymi informacje o np. lokalizacji, ewentualnej scenografii, efektach, itp.

UWAGA!

1. Scenariusz spotu radiowego, scenariusz i scenorys spotu wideo należy przedstawić w formie papierowej.
2. Przedstawione elementy scenariuszy i storyboardu obowiązkowo muszą zostać dołączone do oferty w formie wydruków bardzo dobrej jakości.
3. W przypadku braku którejkolwiek propozycji (koncepcji) scenariusza spotu radiowego oraz scenariusza i storyboardu (scenorysu) spotu wideo oferta zostanie odrzucona.