###### Poznań, dnia 18 lipca 2019 r.

###### Urząd Marszałkowski

###### Województwa Wielkopolskiego

Departament Polityki Regionalnej

###### DPR-III-4-1.434.5.6.2019

######

**Zapytanie ofertowe pn.: „Wyprodukowanie i emisja filmu promocyjnego o wpływie wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego na rozwój woj. wielkopolskiego”.**

**ZAPYTANIE OFERTOWE**

|  |
| --- |
| **ZAMAWIAJĄCY:**Województwo Wielkopolskie z siedzibą Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w PoznaniuDepartament Polityki Regionalnejal. Niepodległości 34NIP: 778-13-46-888 |
| **DANE KONTAKTOWE:**tel. 61 62 66 333e-mail: natalia.mlodyszewska@umww.pl, marcin.kryger@umww.pl |
| **OSOBA DO KONTAKTU:**Natalia Młodyszewska, Marcin Kryger |

**I Opis przedmiotu zapytania ofertowego**

Przedmiotem zamówienia jest wyprodukowanie filmu promocyjnego o długości 180 – sekund (+15/-15 sekund) ukazującego wpływ Regionalnego Programu Operacyjnego na rozwój woj. wielkopolskiego wraz z przekazaniem licencji, a następnie jego emisja w telewizjach regionalnych, które są dostępne na terenie co najmniej 18 powiatów lub miast na prawach powiatu w Wielkopolsce. Zamawiający dopuszcza emisję w jednej regionalnej telewizji, która spełnia ww. warunki.

Film powinien zawierać ujęcia filmowe z minimum 12 projektów unijnych (tj. ZPORR 2004-2006, WRPO 2007-2013, WRPO 2014-2020) zrealizowanych/realizowanych na terenie woj. wielkopolskiego, z następujących subregionów: pilskiego, leszczyńskiego, konińskiego, kalisko-ostrowskiego i poznańskiego. Film promocyjny powinien:

- zostać zrealizowany w stylistyce zgodnej ze sztuką marketingu, reklamy i najnowszymi trendami;

- pokazywać potencjał rozwojowy regionu oraz zmian jakie zaszły w Wielkopolsce dzięki Funduszom Europejskim;

- zostać zoptymalizowany i dostosowany do materiałów programowych zgodnie ze standardami technicznymi dla TV i Internetu;

- zgodny ze „Strategią komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020”;

- pokazywać Fundusze Europejskie, jako skuteczne narzędzie do realizacji Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego 2020 oraz inspirować i zachęcać do dyskusji o nowej perspektywie unijnej 2020-2027 już na etapie prac nad Strategią Rozwoju Województwa Wielkopolskiego 2030 (w tym, informować o trwających konsultacjach Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego 2030).

**II Produkcja i emisja filmu promocyjnego**

* 1. **Ogólna koncepcja filmu**

Fundusze Europejskie (a konkretnie ZPORR 2004-2006, WRPO 2007-2013 i WRPO 2014+ ) wspierają tych, którzy realizują dobre pomysły, zwiększając możliwości i poprawiając jakość życia mieszkańców województwa wielkopolskiego.

Punktem wyjścia są Fundusze Europejskie, które stwarzają możliwość oraz pobudzają współpracę,
od której zaczyna się proces zmian. Nie ma rozwoju i zmian społecznych bez liderów społecznych (reprezentantów poszczególnych grup społecznych/zawodowych, np. osób z niepełnosprawnościami, seniorów, przedsiębiorców, rodziców i dzieci, artystów, naukowców, samorządowców czy przedstawicieli NGO), którzy mogą realizować swoje pomysły dzięki pieniądzom z Funduszy Europejskich. Tacy liderzy są promotorami zmian i zapewniają szeroką akceptację mieszkańców do działań realizowanych w danych społecznościach.

Wobec powyższego przekaz filmu promocyjnego powinien wykorzystywać wkład mieszkańców (konkretnych liderów) w uspołeczniony proces zmian w województwie. Ma wskazywać na konsekwentne działania, które poprawiają jakość życia, dawać poczucie bezpieczeństwa, harmonii, szczęścia. Fundusze Europejskie mają być przedstawione jako czynnik, który zmienił pozytywnie życie pojedynczego człowieka (np. reprezentanta konkretnej grupy, lidera), a dzięki temu wpłynął na jego otoczenie (rodzinę, przyjaciół, miasteczko, region czy przedsiębiorstwo etc.).

Informacja o realizowanych projektach, ich szerokim zasięgu tematycznym, wpływie na prawie każdy obszar życia, ma umacniać akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych przeprowadzanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie wielkopolskim.

Projekty unijne pokazane w filmie promocyjnym mają być realizowane w bliskim otoczeniu odbiorcy przekazu (tj. ogółu mieszkańców wielkopolski, głównych interesariuszy konsultacji nad strategią i przyszłych biorców Funduszy Europejskich), wywoływać poczucie, że Fundusze Europejskie oddziaływają na niego bezpośrednio, dotyczą jego okolicy, środowiska, w którym mieszka i pracuje (tj. nie tylko wielkie, ale odległe od odbiorcy projekty, inwestycje). Przekaz powinien być naładowany emocjonalnie, nie spłycony.

Koncepcja filmu promocyjnego musi być unikatowa, oryginalna i stworzona specjalnie na potrzeby tego zamówienia. Z tego powodu będzie podlegała ocenie w ramach kryterium „Scenariusz i koncepcja filmu” ( o których mowa w rozdziale IV).

Wykonawca sam zapewni autorski scenariusz, potrzebny sprzęt, aktorów, lektora, rekwizyty niezbędne do realizacji scenariusza oraz fotografie lub ujęcia filmowe, a także licencjonowaną muzykę z uwzględnieniem opłaty licencyjnej za ewentualne wykorzystane utwory. Koncepcja powinna uwzględniać sugestie Zamawiającego, przedkładane na etapie realizacji wybranej oferty.

Ostatni kadr z filmu musi zawierać plansze z logotypami i napisem: Film finansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Społecznego i Samorząd Województwa Wielkopolskiego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020. Logotypy są dostępne na stronie Zamawiającego: <http://wrpo.wielkopolskie.pl> /

Termin wyprodukowania filmu promocyjnego – **do 11 września 2019 r.**

**2.2 Parametry techniczne i organizacyjne:**

1. Czas trwania: 180 – sekund (+15/-15 sekund).
2. Technologia: Full Hight Definition.
3. Scenografia: film promocyjny powstanie w przestrzeniach (terenach) zewnętrznych i miejscach realizacji projektów unijnych przez beneficjentów – zgodnych z koncepcją scenariusza i po akceptacji Zamawiającego.
4. Wykonawca zapewni udział aktorów.
5. Preprodukcja – przed realizacją filmu promocyjnego zostanie zrealizowany PPM (Pre Production Meeting), na którym Zamawiającemu zostaną przedstawione: koncepcja reżyserska, harmonogram produkcji oraz ewentualnie inne ważne dla filmu promocyjnego elementy produkcji. Po zaakceptowaniu wszystkich zagadnień związanych ze zdjęciami, Zamawiający skieruje film do dalszej produkcji przez Wykonawcę.
6. Technika – Wykonawca zobowiązany jest do realizacji materiału za pomocą profesjonalnych kamer produkcyjnych. W związku z tym, w przygotowaniu oferty prosimy o uwzględnienie przy produkcji filmu, kamer produkcyjnych (wraz z niezbędnym sprzętem), dzięki którym Wykonawca zapewni realizację materiałów w sposób specjalistyczny i nie odbiegający od standardów stosowanych obecnie przy realizacji filmów promocyjnych do emisji w telewizji i internecie.
7. Udźwiękowienie – Wykonawca wykorzysta w filmie: profesjonalnego lektora (w zależności od koncepcji przedstawionej przez Wykonawcę), muzykę oddającą charakter filmu, odgłosy, efekty (tylko niezbędną dla obrazu), linia melodyczna zaproponowana przez Wykonawcę podlega akceptacji Zamawiającego.
8. Film nagrany w standardzie umożliwiającym wielokrotną jego emisję.
9. Zgranie ścieżek dźwiękowych, nagranie lektora, mastering zrealizowane w studio dźwiękowym,
10. Pełny zakres usług produkcyjnych: montaż, oprawa graficzna, podkład dźwiękowy, usługi lektora leżą po stronie Wykonawcy.
11. Zapewnienie gotowego filmu w formatach telewizyjnych odpowiadających standardom mediów, w których będą emitowane (telewizja i Internet).
12. Wykonawca przekaże Zamawiającemu licencję wyłączną do wykorzystywania wszelkich materiałów zawartych w filmie 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.
13. Wszystkie koszty związane z wykonaniem przedmiotu zamówienia spoczywają na Wykonawcy.
14. Film promocyjny powinien zachęcać mieszkańców woj. wielkopolskiego do aktywnego uczestnictwa w dyskusji nt. przyszłości polityki spójności (w tym Regionalnego Programu Operacyjnego po 2020) poprzez zaangażowanie się w cykl konsultacji dot. Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego.
15. W kalkulacji kosztów produkcji filmu promocyjnego powinny znaleźć się następujące składowe: copywriter, producent, aktorzy, operatorzy kamer, dźwiękowiec, oświetleniowiec, operator drona, dron, operator gimbala, make up, montażysta video, muzyka, ew. animacja/grafika.
	1. **Dostosowanie filmu promocyjnego do wymagań osób z niepełnosprawnościami**

Wykonawca na etapie produkcji będzie zobowiązany do przygotowania napisów rozszerzonych do filmu promocyjnego, które wykonane będą zgodnie z następującymi wytycznymi:

* musi być zachowany odpowiedni kontrast napisów do tła (czarne tło, jasny font),
* napisy nie mogą zasłaniać innych elementów obrazu,
* wyświetlanie tekstu powinno być zsynchronizowane z obrazem,
* napisy muszą być wyświetlane w formacie dwuwiersza, przy czym jeden wiersz nie powinien mieć więcej niż 40 znaków,
* ewentualne wyjątki od powyższych zasad, są dopuszczalne jedynie za zgodą Zamawiającego.

UWAGA! W nagraniach zawierających ruchomy obraz, zapewnia się audiodeskrypcję. Nie ma potrzeby zapewnienia audiodeskrypcji, gdy wszystkie informacje niezbędne do zrozumienia treści wizualnej można uzyskać ze ścieżki dźwiękowej.

 **2.4 Emisja filmu promocyjnego**

Wykonawca, po wyprodukowaniu filmu promocyjnego, będzie musiał go wyemitować na antenie regionalnych telewizji, które są dostępna na terenie co najmniej 18 powiatów lub miast na prawach powiatu w Wielkopolsce. Zamawiający dopuszcza emisję w jednej regionalnej telewizji, która spełnia ww. warunki.

Czas trwania emisji: **12 września – 10 października 2019 r.**

Liczba emisji: 21

Wykonawca będzie zobowiązany do opracowanie szczegółowego planu emisji (mediaplan) filmu promocyjnego. Mediaplan będzie podlegał akceptacji Zamawiającego, który weźmie pod uwagę następujące elementy:

* + - 1. Film promocyjny będzie emitowany od poniedziałku do piątku (jedna emisja w ciągu dnia) w godzinach między godz. 17.00 a 22.00, w bloku programowym o charakterze informacyjno-publicystycznym.
			2. ostatnia emisja musi nastąpić nie później, niż 10 października 2019 roku.

 **III Warunki udziału w zapytaniu ofertowym**

 **3.1 Warunek wiedzy i doświadczenia**

Wykonawca musi wykazać, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał należycie, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje należycie, co najmniej 1 usługę wyprodukowania filmu promocyjnego lub spotu reklamowego o tematyce Funduszy Europejskich (w szczególności Regionalnego Programu Operacyjnego) o długości min. 30 sekund.

W celu potwierdzenia spełnienia tego warunku Wykonawca musi załączyć do oferty wykaz wykonanych usług wraz z linkiem do filmu promocyjnego lub spotu reklamowego i przesłać na wskazane adresy e-mail, o których mowa w rozdz. V. Wykaz należy sporządzić zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego.

**IV Kryteria oceny ofert**

Zamawiający przy wyborze Wykonawcy będzie się posługiwał następującymi kryteriami:

1) Cena wykonania zamówienia – 40%

2) Scenariusz i koncepcja filmu promocyjnego – 40%

3) Dodatkowa forma promocji – 20%

**ad. 1) Cena wykonania zamówienia – P1 (waga 40%, przy czym 1% = 1 pkt)**

Liczba punktów w tym kryterium zostanie obliczona wg następującego wzoru:

**Cn**

**P1** = ------------ x 40 pkt

**Cbo**

gdzie:

**P1** – liczba punktów za kryterium cenowe

**Cn** - najniższa cena ofertowa brutto spośród badanych ofert

**Cbo** - cena brutto badanej oferty

Wykonawca uwzględni w cenie wszelkie koszty niezbędne dla prawidłowego i pełnego wykonania zamówienia oraz wszelkie opłaty i podatki wynikające z obowiązujących przepisów.

**ad. 2) Scenariusz i koncepcja filmu promocyjnego – P2 (waga 40%)**

Scenariusz i koncepcja filmu promocyjnego – waga 40 % (przy czym 1% = 1 pkt) będą wyliczane następująco:

Wykonawca w ofercie dostarczy scenariusz i koncepcję filmu promocyjnego stanowiącego przedmiot zapytania ofertowego (na płycie CD w formacie .pdf oraz w formacie edytowalnym .doc lub .docx lub mejlem).

Dostarczony scenariusz i koncepcja powinny posiadać opisy (np. opis akcji, bohaterów, miejsc, czasu, przestrzeni zewnętrznych, projektów, ewentualnych dialogów, szkic fabuły), które pozwolą członkom Komisji przyznać punkty według następujących kryteriów i skali punktów.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p** | **Opis**  | **TAK ocena pozytywna (liczba uzyskanych punktów)** | **CZĘŚCIOWOocena pozytywna (liczba uzyskanych punktów)** | **NIEocena negatywna(liczba uzyskanych punktów)** |
| 1 | **Spójność**Zarys scenariusza filmu promocyjnego i koncepcji jest spójny z ogólnymi założeniami filmu, o których mowa w rodz. II, pkt 2.1 | 4-6  | 1-3 | 0 |
| 2.  | **Trafność projektów**Propozycje 12 projektów unijnych są merytorycznie uzasadnione, atrakcyjne i spójne z ogólną koncepcją filmu. | 4-5 | 1-3 | 0 |
| 3. | **Grupa docelowa** Koncepcja i scenariusz filmu jest dostosowana do grupy docelowej, czyli ogółu mieszkańców woj. wielkopolskiego (tzn., że przedstawiciele różnych grup społecznych/zawodowych będą mogli się zidentyfikować z bohaterami czy fabułą filmu). | 4-5 | 1-3 | 0 |
| 4. | **Forma i styl** Propozycja formy i stylu komunikacji jest:- prosta i czytelna (tzn., że fabuła jest spójna, uporządkowana, łatwa do zapamiętania i kompleksowo przedstawia główny przekaz filmu), - skonstruowana w taki sposób, że ułatwia u odbiorcy w łatwy sposób kodować pewne obrazy.  | 5-7 | 1-4 | 0 |
| 5. | **Pomysłowość/efekt WOW**Pomysł jest oryginalny, wywołuje poruszenie i zapada w pamięć, wyróżnia się na tle typowych rozwiązań stosowanych w innych kampaniach. | 4-6 | 1-3 | 0 |
| 6. | **Perswazyjność** Dostarczony materiał od początku przykuwa uwagę, buduje napięcie, a zastosowane w nim środki przekazu pozwalają stwierdzić, że materiał jest autentyczny – prawdziwy i wywołuje pewną postawę u odbiorcy. | 4-5 | 1-3 | 0 |
| 7. | **Techniki realizatorskie**Zaproponowane techniki realizatorskie (produkcyjne czy montażowe) wykorzystane w filmie podniosą jego atrakcyjność pod względem obrazu.  | 4-6 | 1-3 | 0 |

Zamawiający nie wskazuje wzoru formularza, na którym powinna zostać przedstawiony scenariusz i koncepcja filmu promocyjnego.

**Ad. 3)** **Liczba dodatkowych materiałów telewizyjnych wyemitowanych w telewizji (produkcja i emisja)” – P3 (waga 20%, przy czym 1% = 1 pkt)**

Wykonawca może zobowiązać się do produkcji i emisji dodatkowych materiałów telewizyjnych w telewizji kablowej, w której odbędzie się emisja filmu promocyjnego. Wykonawca otrzyma punkty jeśli zapewni w ramach jednego wydarzenia (wskazanego przez Zamawiającego) materiał reporterski o długości co najmniej 2 minut, składający się z trzech wypowiedzi, lektora, ujęć filmowych z przynajmniej dwóch miejsc realizacji projektów WRPO, a następnie jego 4-krotna emisja. Emisja materiałów musi nastąpić w godzinach między 17.00 a 22.00 w bloku programów o charakterze informacyjno-publicystycznym (np. w formie lokowania produktu).

Wydarzenia będą punktowane według następujących zasad – zgodnie z poniższą tabelą:

|  |  |
| --- | --- |
| **Liczba dodatkowych materiałów telewizyjnych z wydarzeń promujących WRPO 2014+** | **Ilość przyznanych punktów** |
| 1 wydarzenie w telewizji | 10 pkt |
| 2 wydarzenia w telewizji | 20 pkt |
| **Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w tym kryterium** | **20** |

Nie wskazanie liczby dodatkowych materiałów telewizyjnychoznacza nie przyznanie punktów.

Łączna liczba punktów zostanie obliczona wg następującego wzoru:

**Liczba punktów = P1 + P2 + P3**

Maksymalna liczba punktów, jaką może uzyskać oferta w wyniku oceny wynosi 100. Punkty zostaną obliczone z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Wybrana zostanie oferta, która uzyska największą liczbę punktów.

Zamawiający nie będzie wzywał Wykonawców do uzupełnienia treści oferty z wyjątkiem warunków udziału w zapytaniu.

 **V Termin i miejsce składania ofert**

Ofertę należy składać w terminie do **29 lipca 2019 r. do godziny 12:00**.

Oferty można:

* składać osobiście w sekretariacie Departamentu Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, al. Niepodległości 34, 61-714 Poznań;
* przesłać pocztą/kurierem na adres Zamawiającego;
* przesłać drogą elektroniczną na adres: marcin.kryger@umww.pl lub natalia.mlodyszewska@umww.pl

 **VI Dokumenty składające się na ofertę**

Do ofert Wykonawca zobowiązany jest dołączyć:

1. Formularz ofertowy – zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego
2. Wykaz wykonywanych usług wraz linkiem do filmu promocyjnego/spotu reklamowego – zgodnie ze wzorem stanowiącym Załącznik nr 2 do zapytania ofertowego,
3. Scenariusz i koncepcja filmu promocyjnego – na zasadach określonych w rozdz. IV, ad 2) oraz rozdz. II pkt 2.1 i 2.2.

Załączniki:

Załącznik nr 1 – Formularz ofertowy

Załącznik nr 2 – Wykaz wykonywanych usług

**Grzegorz Potrzebowski**

Dyrektor Departamentu

Polityki Regionalnej