**Opis Przedmiotu Zamówienia**

Zamawiającym jest [Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji (FRSE)](https://www.frse.org.pl/en/) – Operator Programu Edukacja realizowanego w ramach Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego (MF EOG).

1. Zakres

Opis Przedmiotu Zamówienia obejmuje przygotowanie i produkcję animowanego spotu promocyjnego typu explainer video o długości 1:00-1:30 minuty dla programu „Edukacja” realizowanego w ramach MF EOG. Prawa autorskie związane z realizacją zlecenia muszą zostać przeniesione na Zleceniodawcę. Film przeznaczony jest m.in. do emisji w Internecie, mediach społecznościowych, podczas spotkań wewnętrznych, szkoleniowych i konferencji.

2. Uszczegółowienie zakresu

Zakres prac objętych niniejszym zapytaniem ofertowym: wszystkie czynności związane z opracowaniem pomysłu kreatywnego i scenariusza projektu oraz fizycznej produkcji spotu (animacja, montaż, lektor, udźwiękowienie, napisy itd.) skutkujące powstaniem materiału filmowego, w formacie (16:9 oraz odpowiednim pliku), jakości (minimalna rozdzielczość 1920x1080) i standardzie umożliwiającym wykorzystanie niniejszego materiału na wyszczególnionych polach eksploatacji w 1. pkt niniejszego zapytania ofertowego oraz opcjonalnie kinie i telewizji. Parametry techniczne filmu promocyjnego: finalny materiał filmowy musi spełniać wymogi jednego z powszechnych standardów kompresji video umożliwiającego wyświetlanie spotu na większości popularnych telewizorów, kupionych w 1 z krajów Unii Europejskiej. Spot powinien zostać wykonany w 3 wariantach: polski lektor i napisy w języku angielskim; polski lektor i napisy w języku polskim oraz polski lektor, bez napisów.

3. Cel

Celem Programu Edukacja jest poprawa umiejętności i kompetencji uczniów, studentów, stażystów oraz pracowników dydaktycznych i naukowych we wszystkich obszarach związanych z edukacją. W dalszej perspektywie celem działań programowych jest zmniejszanie dysproporcji ekonomicznych i społecznych w obrębie Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Cel główny spotu:

* poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwości ubiegania się o dofinansowanie oraz zachęcenie ich do składania wniosków konkursowych do Programu Edukacja –> pozyskanie beneficjentów programu.

Cele szczegółowe spotu:

* prezentacja głównych założeń programowych Programu Edukacja, grup docelowych i działań, które mogą być finansowane w ramach programu;
* przedstawienie Państw-Darczyńców (Islandia, Liechtenstein, Norwegia);
* zachęcenie do poszukiwania zagranicznych partnerów instytucjonalnych z krajów Państw-Darczyńców
* Call to action: śledź nasze kanały informacyjne;

4. Grupy docelowe

Bezpośrednie grupy docelowe:

Polskie:

* potencjalni beneficjenci programu/wnioskodawcy: wszelkiego typu instytucje oświatowe na wszystkich poziomach kształcenia (edukacja szkolna, wyższa, zawodowa, kształcenie ustawiczne) - publiczne i prywatne,
* organizacje działające w obszarze edukacji formalnej na ww. poziomach kształcenia (np. organizacje non-profit, stowarzyszenia, organizacje pozarządowe czy ośrodki szkoleniowe).
* organy publiczne na szczeblu lokalnym, regionalnym lub krajowym realizujące działania w obszarze edukacji.

Zagraniczne:

* Potencjalni partnerzy ze strony Państw-Darczyńców (Islandia, Liechtenstein, Norwegia) w projektach zakładających międzynarodową współpracę instytucjonalną – wszelkiego typu instytucje oświatowe na wszystkich poziomach kształcenia;

przy czym najistotniejsze jest skuteczne dotarcie do grup docelowych z Polski.

Pośrednie grupy docelowe:

Partnerzy instytucjonalni programu (DIKU, AIBA, RANNIS) ze strony Państw-Darczyńców.

5. Założenia kreatywne

Spot powinien wykorzystywać elementy graficzne należące do systemu identyfikacji wizualnej Programu, Operatora Programu i Państw-Darczyńców (dostarczone przez zamawiającego):

* + logo FRSE jako Operatora Programu Edukacja
	+ logo Programu Edukacja
	+ logo EEA Grants

Realizacja zlecenia musi przebiegać w zgodzie z Podręcznikiem Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej EEA Grants (dostępny na stronie: <https://eeagrants.org/Media/Files/Toolbox/Communication-and-design-manual>), a także z zachowaniem spójności graficznej i merytorycznej z istniejącą stroną webową programu [www.education.org.pl](http://www.education.org.pl) oraz wykorzystaniem tekstu lektorskiego dostarczonego przez Zleceniodawcę.

Zaleceniem jest paleta kolorów zgodna z cmykiem z Design Manual i stroną www programu. Preferowane barwy to czerń, biel, granat i czerwień, o kodach zgodnych z Design Manual lub stroną (strona ma np. nieco zmodyfikowany odcień czerwieni). Do opcjonalnych elementów koncepcyjnych należy przedstawienie graficzne głównego hasła EEA Grants („Working together for a green, competitive and inclusive Europe” – dostarczone przez zamawiającego, lub skróconej wersji tego hasła), a także flagi i kontury Państw-Darczyńców.

Preferowany styl spotu to luźniejszy (pomiędzy sztywnym korporacyjnym a zupełnie bezpośrednim), z miejscem na drobny humor. Scenariusz musi być dopasowany do animacji. Spot powinien być dynamiczny, angażujący, operujący językiem korzyści, podkreślający międzynarodowy charakter programu i specyfikę Państw-Darczyńców (piękno natury, nowatorskie rozwiązania edukacyjne np. innowacje, stylistyka skandynawska) oraz potrzeby/specyfikę polskiego wnioskodawcy, dlatego zakłada się również możliwość zmiany tekstu lektorskiego w trakcie współpracy z Wykonawcą.

6. Wymagania techniczne

Możliwość konwersji do popularnych formatów wykorzystywanych w urządzeniach mobilnych. Spot powinien przekierowywać do głównej strony programowej <www.education.org.pl> na finalnej planszy spotu, wyświetlającej się co najmniej 5 sekund.

7. Uszczegółowienie harmonogramu

1. Zleceniodawca dostarczy wyjściowy tekst lektora w pierwszym tygodniu współpracy.

2. W ciągu maksymalnie 5 dni roboczych od otrzymania tekstu lektorskiego Wykonawca przedstawi scenariusz spotu. Dopuszcza się 2 rundy uwag do scenariusza, które nie potrwają dłużej niż 4 dni roboczych.[[1]](#footnote-1)

3. W ciągu maksymalnie 7 dni od ostatecznej akceptacji scenariusza Zleceniodawca przygotuje storyboardy i styleframes. Dopuszcza się 2 rundy uwag do storyboardów i styleframes, które nie potrwają dłużej niż 4 dni roboczych.2

4. W ciągu 8 dni od akceptacji przez Zleceniodawcę storyboards, wykonawca przygotuje i przedstawi designboard/ilustracje, dwie propozycje muzyki i dwie propozycje lektora spotu. Dopuszcza się 2 rundy uwag do designboardów, które nie potrwają dłużej niż 4 dni roboczych.3

5. W ciągu 9 dni od akceptacji ilustracji, muzyki i lektora Wykonawca przygotuje kompletny spot, udźwiękowiony i zmontowany, z napisami. Dopuszcza się 2 rundy uwag do spotu, które potrwają maksymalnie 5 dni roboczych.4

Realizacja wszystkich zadań powinna zostać zakończona nie później niż do 21 grudnia 2018 roku.

1. ,2,3,4 Jeśli propozycja nie będzie wpisywać się w OPZ, zostaje ona odrzucona i nie traktuje się tego jako jednej z rund uwag. [↑](#footnote-ref-1)