



Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Kompleksowa **usługa przygotowania i produkcji spotu** realizowanego w ramach projektu „Spójna Polityka Społeczna Warmii i Mazur” realizowanego z programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego 2021-2027 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest usługa przygotowania i produkcji spotu trwającego 180 sekund i 30-sekundowego skrótu spotu głównego dotyczącego działalności centrów usług społecznych z województwa warmińsko-mazurskiego oraz rozwoju usług społecznych świadczonych w środowiskach lokalnych.

II. PROPONOWANY TYTUŁ

Tytuł roboczy spotu: *„Blisko Ciebie – Centra Usług Społecznych w Twojej społeczności”*. Ostateczny tytuł zostanie doprecyzowany po podpisaniu umowy.

III. CEL SPOTU

1. **Zwiększenie świadomości/promocja działalności** centrów usług społecznych (CUS) w woj. warmińsko-mazurskim.
2. **Promocja usług społecznych jako** nowoczesnych, przyjaznych i dostosowanych do potrzeb mieszkańców.
3. **Przełamanie stereotypów** dotyczących pomocy społecznej – pokazanie usług jako wsparcia dla każdego członka społeczności, niezależnie od wieku czy sytuacji życiowej.
4. **Promocja zaangażowania społecznego** – pokazanie, jak mieszkańcy mogą wpływać na rozwój lokalnych usług, zgłaszając swoje potrzeby władzom lokalnym oraz że sami mogą świadczyć usługi poprzez włączanie się w wolontariat czy pomoc sąsiedzką.
5. **Uświadomienie władzom gmin potrzeby inwestowania w rozwój usług społecznych** w ich miejscach zamieszkania.
6. **Podkreślenie roli podmiotów ekonomii społecznej** jako usługodawców, w budowaniu silnych, zintegrowanych systemów usług dla społeczności lokalnych.
7. **Zachęcenie** lokalnych/powiatowych instytucji/PES/przedsiębiorców/liderów **do współpracy z CUS.**

Istotne jest to, aby treści zawarte w spotach filmowych były przekazywane w sposób atrakcyjny i odpowiadający na obecne potrzeby i wyzwania. Treści powinny



akcentować innowacyjność i proekologiczne podejście centrów usług społecznych, pokazując ich rolę w budowaniu nowoczesnych, otwartych i wspierających się społeczności.

Spoty filmowe mają pokazywać dobre praktyki z funkcjonujących 5 CUS-ów z województwa:

- Centrum Usług Społecznych w Lubominie,
- Centrum Usług Społecznych w Górowie Iławeckim,
- Elbląskie Centrum Usług Społecznych,
- Centrum Usług Społecznych w Srokowie,
- Centrum Usług Społecznych w Kurzętniku.

Spoty mają zawierać minimum 6 wypowiedzi mieszkańców, którzy korzystają z usług ww. CUS-ów.

IV. PRZYKŁADOWA STRUKTURA SPOTU GŁÓWNEGO (180 SEKUND)

1. [0-15 sek.] – Otwarcie wizualne:

- Dynamiczne ujęcia pokazujące codzienne życie w gminach, w których funkcjonują CUSy: dzieci bawiące się na placu zabaw, seniorzy uprawiający ogród społeczny, osoby opiekujące się seniorami lub osobami z niepełnosprawnością.
- Lektor: „*Czy wiesz, że tuż obok Ciebie działa miejsce, które zmienia życie mieszkańców na lepsze?*”

2. [15-90 sek.] – Wprowadzenie do idei CUS:

- Słowo od Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego: „*Jako Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie wspieramy tworzenie i funkcjonowanie centrów usług społecznych, m.in. dzięki projektowi „Spójna Polityka Społeczna Warmii i Mazur” dofinansowanego z funduszy unijnych.*”
- Ujęcie na Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej i jego Dyrekcję oraz cztery Zespoły w Biurze pomocy i integracji społecznej realizujących projekt SPS WiM. Kamera pokazuje poszczególne Zespoły a lektor mówi w jaki sposób wspierają gminy w rozwoju usług społecznych i tworzenia CUS-ów (np. Zespół ds. szkoleń – „Szkolimy kadry....”; Doradcy ds. usług społecznych - „Profesjonalnie doradzamy....”, itp.).
- Lektor: „*Centra Usług Społecznych w województwie warmińsko-mazurskim to nowoczesne miejsca, które odpowiadają na potrzeby całych społeczności.*”
- Ujęcia różnych CUS-ów (Lubomino, Górowo Iławeckie, Elbląg, Srokowo, Kurzętnik) – budynki, wnętrza, spotkania, akcje społeczne.

3. [90-110 sek.] – Historie mieszkańców (5 wypowiedzi):

- Krótkie, autentyczne wypowiedzi mieszkańców korzystających z usług:
 - **Senior:** „*Dzięki warsztatom w CUS nauczyłem się obsługi komputera i teraz mam kontakt z wnukami!*”
 - **Młoda matka:** „*Korzystam z grup wsparcia dla rodziców, które pomagają mi lepiej wychowywać moje dzieci.*”



- **Ojciec:** „Spotkania z psychologiem? To było coś, czego się nie spodziewałem w mojej miejscowości!”
 - **Przedsiębiorca z sektora ekonomii społecznej:** „CUS pomógł mi rozwinąć mój ekologiczny biznes.”
 - **Osoba z niepełnosprawnością:** „Tu znalazłem pomoc, ale też społeczność, która mnie wspiera.”
 - **Nastolatek:** „W CUS-ie chodzę na zajęcia rozwijające moją pasję – programowanie.”
4. **[110-140 sek.] – Podkreślenie nowoczesności i różnorodności usług:**
- Ujęcia z warsztatów ekologicznych, zajęć technologicznych, integracyjnych spotkań międzypokoleniowych, grup wsparcia, usług opiekuńczych, transportowych i innych, ujęcie podmiotów ekonomii społecznej jako realizatorów usług.
 - Lektor: „To miejsce, gdzie pomagamy, rozwijamy pasję, uczymy się i wspieramy siebie nawzajem, działamy na rzecz lokalnych społeczności.”
5. **[140-170 sek.] – Wezwanie do działania:**
- Lektor: „Masz pomysł? Potrzebujesz usług? Twój CUS czeka na Ciebie!”
 - Ujęcia ludzi zgłaszających się do CUS-ów, rozmowy z pracownikami, wspólne projekty.
 - Słowo od Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego: „Gminy zainteresowane tworzeniem Centrów mogą skorzystać z bezpłatnego doradztwa oraz szkoleń realizowanych przez Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Zachęcamy do kontaktu.”
 - Plansza z danymi kontaktowymi do ROPS i danymi kontaktowymi do Doradców ROPS.
6. **[170-180 sek.] – Zakończenie z mocnym akcentem:**
- Napis CUS i hasło: „Centra Usług Społecznych – Blisko Ciebie, dla Ciebie.”
 - Informacje, że mieszkańcy mogą się zgłaszać do swoich ośrodków pomocy społecznej/centrów usług społecznych po więcej informacji.

Ostateczna struktura spotu będzie wypracowana z Wykonawcą po podpisaniu umowy.

V. KLUCZOWE ELEMENTY DO UWZGLĘDNIENIA

1. Unikanie stereotypów:

- Zamiast pokazywać tylko osoby w trudnej sytuacji życiowej, postawić na różnorodność – młodzież, seniorów, przedsiębiorców, rodziny.
- Zaangażować zarówno kobiety jak i mężczyzn.

2. Nowoczesność i ekologia:

- Ujęcia związane z nowoczesnymi technologiami (np. kursy komputerowe, warsztaty programowania).
- Podkreślenie działań ekologicznych – ogrody społeczne, recykling, inicjatywy prośrodowiskowe.

3. Autentyczność:



- Wypowiedzi mieszkańców muszą być naturalne, spontaniczne, pokazujące realne korzyści.
- 4. **Estetyka wizualna:**
 - Jasne, ciepłe kolory, dynamiczny montaż, przyjazna muzyka podkreślająca pozytywny nastrój.
- 5. **Uniwersalne przesłanie:**
 - Spot będzie prezentowany do końca realizacji projektu, tj. do 2028 roku, więc treść powinna być ponadczasowa i skoncentrowana na uniwersalnych wartościach: wsparcie, rozwój, społeczność.

VI. GRUPA DOCELOWA (odbiorcy spotów)

1. Mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego potrzebujące i szukające dostępu do usług społecznych;
2. przedsiębiorcy/instytucje zainteresowane rozwojem i/lub świadczeniem usług społecznych, w tym sektor ekonomii społecznej;
3. władze lokalne oraz przedstawiciele jednostek/instytucji związanych z polityką społeczną w województwie.

Wyzwania dotyczące grupy docelowej:

- **Stereotypowe postrzeganie pomocy społecznej:** Wiele osób może utożsamiać usługi społeczne wyłącznie z pomocą dla najuboższych, co trzeba przełamać w spocie, pokazując wszechstronność i nowoczesność oferty CUS.
- **Brak wiedzy o dostępnych usługach:** znaczna część mieszkańców nie jest świadoma, jak szeroki zakres wsparcia oferują CUS-y, dlatego ważne jest podkreślenie różnorodności usług.
- **Dojazd i dostępność usług:** w regionie, gdzie transport publiczny jest ograniczony, ważne jest pokazanie, że CUS-y są dostępne także dla mieszkańców mniejszych miejscowości.

VII. ZADANIA WYKONAWCY

Do zadań Wykonawcy należy opracowanie 1 scenariusza – 180 sekundowego spotu filmowego oraz jego 30-sekundowego skrótu wg ww. przykładowej struktury spotu oraz wskazanych zaleceń i sugestii Zamawiającego.

Spot powinien być przygotowany w sposób ciekawy, angażujący widza oraz atrakcyjny wizualnie i treściowo. Spot filmowy powinien oferować nowoczesny przekaz wsparty dynamicznym montażem i dopasowanym podkładem muzycznym. Wykonawca przygotowuje 3 ścieżki dźwiękowe do filmu do wyboru przez Zamawiającego.

Spoty mogą zawierać elementy graficzne oraz animacje. Przy produkcji mogą zostać wykorzystane niestandardowe ujęcia i kadry, nowoczesne techniki filmowe (np. slow motion, timelapse), a także ujęcia z drona. Zamawiający zastrzega możliwość umieszczenia plansz informacyjnych. Emisja spotu filmowego powinna być możliwa przy wykorzystaniu sprzętu o wysokiej rozdzielczości na nośnikach multimedialnych,



jak i w Internecie. Planowane pola eksploatacji filmów to: strona www, YouTube, Facebook, TV.

Scenariusz spotu powinien zostać przygotowany przez Wykonawcę w oparciu o ww. założenia. Scenariusz i koncepcja graficzna spotu muszą być w pełni autorskie. Wszystkie materiały składające się na gotowe publikacje (postacie, rysunki, teksty, dialogi) użyte w spotcie muszą mieć uregulowane kwestie majątkowych praw autorskich.

Zamawiający nie ponosi żadnych dodatkowych kosztów związanych z realizacją przedmiotu umowy. Ewentualne koszty pracy grafików oraz inne koszty związane z realizacją przedmiotu umowy ponosi Wykonawca.

Wykonawca zobowiązuje się do wypełniania obowiązków informacyjnych i promocyjnych zgodnie z zapisami *rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/1060 z dnia 24 czerwca 2021 r. ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Funduszu Spójności, Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji i Europejskiego Funduszu Morskiego, Rybackiego i Akwakultury, a także przepisy finansowe na potrzeby tych funduszy oraz na potrzeby Funduszu Azylu, Migracji i Integracji, Funduszu Bezpieczeństwa Wewnętrznego i Instrumentu Wsparcia Finansowego na rzecz Zarządzania Granicami i Polityki Wizowej (Dz.U.UE.L.2021.231.159 z dnia 30 czerwca 2021 r. z późn. zm.)*, w tym w szczególności do:

- 1) oznaczania znakiem Unii Europejskiej i znakiem Funduszy Europejskich:
 - a) wszystkich prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących realizowanej umowy,
 - b) wszystkich dokumentów związanych z realizacją umowy, podawanych do wiadomości publicznej;
- 2) oznaczania wszystkich dokumentów i materiałów powstałych w ramach realizowanej umowy;

Wariant logotypów Wykonawca każdorazowo uzgodni z Zamawiającym.

VIII. OBOWIĄZKI WYKONAWCY

Spot będzie zawierał następujące informacje:

- 1) Plansza początkowa (z tytułem projektu i logotypami), grafikę projektową umiejscowioną w górnym rogu ekranu podczas nagrania.
- 2) Umieszczenie belek z podpisami imion, nazwisk i pełnionych funkcji osób utrwalonych w filmach.
- 3) Plansze końcową (z danymi teleadresowymi realizatora, adresem strony www, logotypami).
- 4) Licencjonowane podkłady muzyczne.
- 5) Usługę lektora i napisy.
- 6) Usługę tłumacza języka migowego.



- 7) Kolaudacje materiałów z możliwością wprowadzenia zmian przez Zamawiającego. Zamawiający ma prawo wnieść uwagi do montażu spotów filmów, a Wykonawca będzie zobowiązany do wprowadzenia zmian zaproponowanych przez Zamawiającego aż do uzyskania ostatecznej akceptacji filmów.
- 8) Eksploatacja przedmiotowych spotów filmowych będzie odbywać się na portalach społecznościowych Wykonawcy tj.: YouTube, Facebook oraz w telewizji o zasięgu ogólnopolskim lub regionalnym od dnia podpisania protokołu odbioru usługi.
- 9) Wykonawca prześle Zamawiającemu zaakceptowane filmy na nośniku cyfrowym przeformatowanych tak aby Zamawiający miał możliwość ich zamieszczenia w telewizji, na stronach internetowych, w mediach społecznościowych i na telebimach w formatach MP4, MOV lub równoważnym. Każdy film zostanie zapisany na nośniku cyfrowym jako oddzielny plik.
- 10) Wykonawca zobowiązuje się do uzyskania (w razie potrzeby) zgód na przeprowadzenie nagrań w wybranych lokalizacjach, w tym także (w razie konieczności) uzyska zgody dotyczące wykorzystania wizerunku wszystkich osób występujących w filmach.
- 11) Spoty filmowe powinny być wykonane w sposób zapewniający po jego opublikowaniu na stronach internetowych Zamawiającego funkcjonalność, kompatybilność, postrzegalność i zrozumiałość w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz. U. z 2019) poz. 848, tj. powinien spełniać wymagania mające odniesienie do multimediów zsynchronizowanych określone w załączniku do ww. ustawy, w tym w szczególności:
 - a) wytyczne dotyczące zapewnienia napisów rozszerzonych dla nagrań audio w tych multimediami;
 - b) wytyczne dotyczące zapewnienia audiodeskrypcji dla nagrań wideo w tych multimediami (w przypadku istotnych szczegółów obrazu, które nie mogą być zrozumiane z samej głównej ścieżki dźwiękowej);
 - c) wytyczne dotyczące użycia koloru;
 - d) wytyczne dotyczące kontroli odtwarzania dźwięku;
 - e) wytyczne dotyczące obsługi funkcjonalności za pomocą interfejsu klawiatury;
 - f) wytyczne dotyczące prezentowania treści w taki sposób, by nie wywoływały one ataków padaczki.
- 12) W celu właściwego zrealizowania przedmiotu zamówienia, Wykonawca w czasie wykonywania zamówienia powinien na bieżąco zapoznawać się z publicznie dostępnymi wyjaśnieniami dotyczącymi zapewnienia spełnienia dostępności cyfrowej zgodnie z wymaganiami określonymi w ustawie z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych oraz interpretacjami przepisów powołanej ustawy, w szczególności dostępnymi na stronach internetowych pod następującymi adresami:
<https://www.gov.pl/web/dostepnosc-cyfrowa/faq---czesto-zadawane-pytania>