Załącznik 1 - OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA ZADANIA 1

**ZADANIE 1: KREACJA, PRODUKCJA ORAZ EMISJA SPOTU TELEWIZYJNEGO**

1. **Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest kreacja i produkcja spotu telewizyjnego podejmującego tematykę prewencji wypadkowej w miejscu pracy oraz przygotowanie strategii medialnej i emisja spotu w telewizji w celu promocji kampanii Państwowej Inspekcji Pracy „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie!”. W skład przedmiotu zamówienia wchodzą następujące podzadania:

* 1. Podzadanie 1: Kreacja 30-sekundowego spotu telewizyjnego podejmującego tematykę prewencji wypadkowej oraz jego 15-sekundowego skrótu na potrzeby emisji internetowej, a także produkcja wyżej wymienionego 30-sekundowego spotu telewizyjnego oraz 15-sekundowego skrótu spotu zwane dalej **„Kreacja i produkcja spotu tv”**.
  2. Podzadanie 2: Przygotowanie strategii kampanii telewizyjnej dla emisji spotu w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej oraz emisja 30-sekundowego spotu telewizyjnego w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej zwane dalej **„Strategia medialna i emisja spotu tv”.**

1. **Opis przedmiotu zamówienia dla podzadania 1 „Kreacja i produkcja spotu tv”**
   1. Termin realizacji: 60 dni roboczych od podpisania umowy. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego:
      1. **scenariusz 15 i 30-sekundowego spotu TV ze scenorysem** – nie później niż 10 dni roboczych od podpisania umowy. Akceptacja scenariusza i scenorysu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami scenariusz i scenorys. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
      2. **propozycje aktorów, lektora, muzyki** - nie później niż 5 dni roboczych od zaakceptowania scenariusza i scenorysu przez Zamawiającego. Akceptacja propozycji aktorów, lektora, muzyki przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami propozycję aktorów, lektora, muzyki. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
      3. **propozycję planu zdjęciowego w przypadku realizacji spotu w plenerze lub propozycję animacji w przypadku realizacji spotu animowanego** – nie później niż 10 dni roboczych od zaakceptowania scenariusza i scenorysu przez Zamawiającego. Akceptacja propozycji planu zdjęciowego lub animacji przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 5 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami propozycję planu zdjęciowego lub animacji. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
      4. **propozycje rekwizytów**, które będą wykorzystywane przy produkcji spotów (tj. maszyn i urządzeń, środków ochrony indywidualnej i/lub zbiorowej, ubioru roboczego – w formie zdjęć lub rysunków poglądowych w przypadku realizacji spotu animowanego) – nie później niż 10 dni roboczych od zaakceptowania scenariusza i scenorysu przez Zamawiającego. Akceptacja propozycji rekwizytów przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 3 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami propozycję rekwizytów. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
      5. **propozycję wstępnego montażu spotu** – nie później niż 10 dni roboczych od daty rozpoczęcia realizacji spotu (na planie zdjęciowym lub w studiu w przypadku realizacji spotu animowanego), określonej zgodnie z pkt. 2.4.7. Akceptacja wstępnego montażu spotu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 3 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami propozycję wstępnego montażu spotu. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
      6. **gotowy spot telewizyjny** w wersjach wskazanych w pkt. 2.4.8 – nie później niż 5 dni roboczych przed datą rozpoczęcia emisji telewizyjnej wskazanej przez Wykonawcę w Media planie emisji, o którym mowa w pkt. 3.3.2.
   2. Grupy docelowe spotu telewizyjnego:
      1. Główna grupa docelowa – osoby pracujące w przemyśle przetwórczym, w szczególności wykwalifikowani i niewykwalifikowani pracownicy liniowi,
      2. Dodatkowa grupa docelowa - pracodawcy prowadzący firmy w sektorze przetwórczym, w szczególności osoby prowadzące firmy do 50 zatrudnionych, którzy są odpowiedzialni za organizację bezpiecznych warunków pracy w swojej firmie.
   3. Główne cele komunikacyjne spotu:
      1. Pracownicy – uświadomienie im zagrożeń w miejscu pracy. Przekonanie pracowników, że bezpieczeństwo własne oraz współpracowników, a także ograniczenie ryzyka wypadku przy pracy zależy od przestrzegania przez nich przepisów, zasad i procedur bezpieczeństwa pracy, nie podejmowania zbędnego ryzyka, stosowania środków ochrony indywidualnej oraz środków ochrony przewidzianych w maszynach i urządzeniach, na których pracują. Przekonanie ich że zgłaszanie zdarzeń lub zachowań, które mogą mieć negatywny wpływ na bezpieczeństwo pracy powinno być nie tylko ich obowiązkiem, ale stałym elementem ich pracy.
      2. Pracodawcy – uświadomienie im, że od nich zależy zapewnienie bezpiecznych warunków pracy swoim pracownikom. Przekonanie ich, że dbałość o bezpieczeństwo pracy, sprawne maszyny i urządzenia, rzetelnie przeprowadzenie oceny ryzyka zawodowego, a także prawidłowa organizacja pracy, to nie tylko formalny obowiązek, lecz działanie, które może zapobiec wypadkom przy pracy i uratować życie i zdrowie pracowników.
      3. promocja strony internetowej kampanii www.bhpnatak.pl i wzrost wejść pracodawców i pracowników na stronę.
   4. Wymagania dotyczące przedmiotu zamówienia i obowiązki Wykonawcy
      1. Wykonawca opracuje scenariusz wraz ze scenorysem 15 i 30-sekundowego spotu telewizyjnego. Elementy obowiązkowe scenariusza:
2. hasło kampanii: „Włącz tryb bezpieczny”,
3. zawarcie w scenariuszu treści zachęcających do: przestrzegania przepisów i zasad bhp, stosowania środków ochrony indywidualnej i zbiorowej, nie lekceważenie zagrożeń występujących w miejscu pracy, zgłaszanie zdarzeń lub zachowań, które mogą mieć negatywny wpływ na bezpieczeństwo pracy.
4. pokazanie w scenariuszu Państwowej Inspekcji Pracy jako instytucji działającej na rzecz bezpieczeństwa pracy oraz ograniczenia wypadków przy pracy,
5. zachęta do wejścia na stronę kampanii www.bhpnatak.pl,
6. nazwa instytucji prowadzącej kampanię: Państwowa Inspekcja Pracy.
7. nazwa kampanii: „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”.
8. osadzenie scenariusza spotu w przedsiębiorstwie działającym w przemyśle przetwórczym, w którym będą realizowane takie prace jak: praca z wykorzystaniem maszyn i urządzeń, transport wewnątrzzakładowy, prawidłowe składowanie substancji niebezpiecznych.
9. uwzględnienie w scenariuszu wykorzystywanie przez pracowników odpowiednio dobranego ubioru roboczego oraz środków ochrony indywidualnej (np. hełmy, ochronniki twarzy, oczu, słuchu, rąk, kamizelki odblaskowe) i/lub środków ochrony zbiorowej ograniczające ryzyko wypadków przy pracy.

Dodatkowo scenariusz może uwzględniać komunikaty adresowane do dodatkowej grupy docelowej kampanii (pracodawców) dotyczące odpowiedzialności pracodawcy za organizację bezpiecznych warunków pracy w firmie, prowadzenia rzetelnej oceny ryzyka zawodowego, dbałości o życie i zdrowie pracowników.

* + 1. Zmawiający oczekuje, że w opracowanym scenariuszu nie będzie:

1. przesadnego straszenia śmiercią, krwią i drastycznymi wypadkami przy pracy,
2. treści, które mogą powodować ograniczenia emisji spotu w stacjach telewizyjnych oraz w mediach społecznościowych (w szczególności na Youtube),
3. sugerowania odbiorcom, że to określona osoba lub podmiot jest wyłącznie odpowiedzialna za bezpieczeństwo pracy (pracownik, pracodawca, służba bhp, kierownik, majster, itp.). Za bezpieczeństwo pracy odpowiedzialni są wszyscy pracujący w firmie (każdy we własnym zakresie),
4. stereotypowego przedstawiania zagadnień bezpieczeństwa i higieny pracy (bezpieczeństwo = kask, szkolenie = formalny obowiązek, pracownicy/ robotnicy = to twardziele, którym nic się nie stanie; komunikatu, że wieloletni pracownicy nie muszą zwracać uwagi na zagrożenia = robiłem tak 100 razy, więc mi się nie stanie).
5. propozycji zaangażowania jako aktorów w spocie osób, które mogą budzić negatywne skojarzenia z bezpieczeństwem pracy, Państwową Inspekcją Pracy jako instytucją stojącą na straży przestrzegania przepisów prawa i bezpieczeństwa pracy.
   * 1. Zamawiający dopuszcza, że scenariusz spotu telewizyjnego będzie podlegać niezbędnym, ze względu na wymogi realizacji adaptacjom i skrótom. Wszelkie zmiany w tym zakresie możliwe będą jedynie za zgodą Zamawiającego.
     2. W ramach realizacji przedmiotu zamówienia do zadań Wykonawcy, poza opracowaniem scenariusza i warstwy tekstowej, należeć będzie również dobór lektora, muzyki i efektów dźwiękowych, aktorów lub postaci do animacji, realizacja graficzna, postprodukcja, zapewnienie i przekazanie Zmawiającemu niezbędnych licencji oraz przygotowanie odpowiednich formatów na potrzeby emisji telewizyjnej i internetowej.
     3. Zamawiający dopuszcza realizację spotu telewizyjnego jako spotu animowanego, o ile na etapie kreacji i produkcji uwzględnione zostaną wymaganie wskazane w pkt. 2.4.1. i 2.4.2.
     4. W przypadku realizacji spotu na planie zdjęciowym Wykonawca zapewni udział przedstawicieli Zamawiającego w zdjęciach.
     5. Po zaakceptowaniu wszystkich elementów określonych w pkt. 2.1.1 – 2.1.4, Wykonawca przekaże Zamawiającemu za pośrednictwem poczty e-mail informację o dacie realizacji spotu na planie zdjęciowym lub rozpoczęciu realizacji spotu techniką animowaną.
     6. Wykonawca przygotuje następujące 30 i 15-sekundowe wersje spotu:
6. 30-sekundowy bez napisów,
7. 30-sekundowy z napisami w języku polskim,
8. 30-sekundowy z napisami w języku ukraińskim,
9. 15-sekundowy bez napisów,
10. 15-sekundowy z napisami w języku polskim,
11. 15-sekundowy z napisami w języku ukraińskim.
    * 1. Gotowy spot telewizyjny i nośnik, na którym będzie przekazany Zamawiającemu musi spełniać standardy emisji określone przez publiczne i komercyjne stacje telewizyjne, co pozwoli na ich emisję w ramach bloków reklamowych. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu spot telewizyjny na elektronicznym nośniku danych w formatach: umożliwiającym przygotowanie wersji emisyjnych na potrzeby stacji telewizyjnych oraz MP4 i MOV, a także metryczkę spotu. Poszczególne wersje spotu zostaną dostarczone w formatach umożliwiających ich emisje w Internecie (np. Youtube), z uwzględnieniem formatu pionowego, który jest naturalnym formatem dla urządzeń mobilnych.
12. **Opis przedmiotu zamówienia dla podzadania 2 „Strategia i emisja spotu tv”**
    1. Termin realizacji: 120 dni roboczych od podpisania umowy, w tym czas emisji spotów telewizyjnych – co najmniej 14 dni kalendarzowych.
    2. W przypadku nieosiągnięcia wskazanych przez Wykonawcę wskaźników medialnych (GRP, zasięg 1+, zasięg 3+), Zamawiający dopuszcza przedłużenie emisji spotu telewizyjnego w celu osiągnięcia wskazanych w ofercie wskaźników, jednak nie dłużej niż o 7 dni kalendarzowych.
    3. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego Strategię medialną kampanii telewizyjnej (dalej: Strategia), Media plan oraz Raport końcowy (dalej: Raport) zgodnie z poniższym harmonogramem:
       1. Strategia – nie później niż 15 dni roboczych od dnia zawarcia umowy. Akceptacja strategii przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawioną zgodnie z uwagami Strategię. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag,
       2. Media plan – nie później niż 10 dni roboczych od akceptacji przez Zamawiającego Strategii. Akceptacja Media planu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami Media plan. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.
       3. Raport końcowy w wersji elektronicznej, zwierający informacje określone w pkt. 3.5.4 – nie później niż 10 dni roboczych po zakończeniu emisji telewizyjnej. Akceptacja Raportu przez Zamawiającego odbywać się będzie pocztą elektroniczną w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. W przypadku zgłoszenia uwag, Wykonawca zobowiązany będzie je uwzględnić w terminie 2 dni roboczych od dnia ich przesłania przez Zmawiającego i przesłać Zamawiającemu poprawiony zgodnie z uwagami Raport. Zamawiający dopuszcza powtórzenie procedury zgłaszania uwag.
    4. Grupa mediowa: mężczyźni i kobiety w wieku 18-65, pracujący, wykształcenie średnie i niższe, robotnicy wykwalifikowani i niewykwalifikowani.
    5. Przygotowanie strategii medialnej i emisja spotu:
       1. Wykonawca przygotuje Strategię realizacji co najmniej 14-dniowej emisji 30-sekundowego spotu telewizyjnego w co najmniej jednej stacji ogólnopolskiej, która będzie zawierać wskazane w ofercie wskaźniki (GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+), a także wskaźniki OTS, Affinity Index, CPP, informacje o terminie realizacji emisji spotu, o wyborze stacji telewizyjnych wraz z uzasadnieniem dla wyboru stacji oraz proponowany czas i planowaną liczbę emisji spotu w poszczególnych stacjach. Propozycje zawarte w Strategii muszą być oparte na danych z badania oglądalności stacji telewizyjnych Nielsen Audience Measurement w odniesieniu do mediowej grupy Kampanii. Poprzez ogólnopolskie stacje telewizyjne Zamawiający rozumie wymienione przez KRRiT w „Informacji o widowni telewizyjnej w Polsce w III kwartale 2024 roku.” stacje o średniej oglądalności minutowej (AMR) powyżej 60000 (Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w III kwartale 2024). Oprócz wymaganych emisji spotu w co najmniej jednej ogólnopolskiej stacji telewizyjnej, Zamawiający dopuszcza możliwość emisji, także w innych stacjach, w tym stacjach ponadregionalnych i/lub regionalnych i/lub stacjach lokalnych w przypadku, gdy pozwoli to na zwiększenie wskaźników mediowych wskazanych w ofercie (GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+) oraz podniesie efektywność akcji promocyjnej. Przy czym % udział GRP w ogólnopolskiej stacji telewizyjnej nie może być niższy niż 20%.
       2. Wykonawca przygotuje szczegółowy Media plan emisji, wg. którego po akceptacji Zamawiającego, Wykonawca zakupi czasy antenowe na potrzeby emisji spotu telewizyjnego. Media plan zawierać będzie co najmniej wskazane w ofercie wskaźniki GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+ dla emisji spotu telewizyjnego, datę rozpoczęcia i zakończenia emisji oraz następujące informacje: dzień, tydzień i miesiąc emisji, nazwę stacji telewizyjnej, nazwę grupy stacji, pasmo czasowe emisji.
       3. Wykonawca zakupi emisje 30-sekundowego spotu telewizyjnego zgodnie z Media planem zaakceptowanym przez Zamawiającego. Przed emisją Wykonawca dostosuje spot telewizyjny do wymogów technicznych poszczególnych stacji telewizyjnych wykorzystywanych w Kampanii.
       4. Po zakończeniu emisji, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu Raport, w którym wskaże osiągnięte wskaźniki dotarcia do grupy mediowej Kampanii, w tym osiągnięte wskaźniki (GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+) – na podstawie danych z badania oglądalności stacji telewizyjnych Nielsen Audience Measurement z okresu emisji spotu telewizyjnego. Raport zawierać będzie porównanie wskazanych w ofercie wskaźników medialnych z faktycznie uzyskanymi, informacje dotyczące dnia, tygodnia i miesiąca emisji, nazw stacji telewizyjnych, nazwy grupy stacji oraz pasm czasowych, w których zrealizowano emisje spotów, a także wnioski z realizacji kampanii telewizyjnej. Do raportu Wykonawca dołączy elektroniczny nośnik danych, gdzie umieści: Strategię, Media plan, Raport wraz z załącznikami, spot telewizyjne we wszystkich przygotowanych wersjach i formatach, metryczkę spotu.
    6. Zamawiający informuje, że wstępnym założeniem realizacji kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie” jest prowadzenie działań w mediach w okresie wrzesień-listopad 2025 r.
    7. Wszelkie działania związane z realizacją przedmiotu zamówienia (realizacja i podpisanie protokołu odbioru) muszą być zakończone do 15 grudnia 2025 r.
    8. Realizacja przedmiotu zamówienia nie może w żaden sposób niekorzystnie oddziaływać na wizerunek Zamawiającego.
    9. Prawa autorskie
       1. Wykonawca przekaże Zamawiającemu, na zasadzie wyłączności, prawa autorskie do powielania, rozpowszechniania bez ograniczeń, a także dokonywania niezbędnych modyfikacji wszystkich produktów wchodzących w skład przedmiotu zamówienia, na następujących polach eksploatacji:
13. wykorzystanie w całości lub części do obecnej i przyszłej działalności Zmawiającego,
14. utrwalanie i zwielokrotnianie,
15. wprowadzanie do pamięci komputera i do sieci multimedialnej,
16. wprowadzanie do obrotu oryginału lub egzemplarzy, na których utrwalono produkty,
17. publiczne odtwarzanie, prezentowanie, wyświetlanie,
18. nadawanie za pomocą wizji przewodowej i bezprzewodowej przez stacje naziemne, internetowe, satelitarne i kablowe, reemitowanie, niezależnie od systemu, standardu i formatu,
19. wykorzystywanie na stronach internetowych oraz w utworach multimedialnych,
20. wykorzystywanie do celów promocyjnych i reklamy,
21. wykorzystanie w publikacjach, których wydawcą lub współwydawcą jest Zamawiający.
    * 1. Wykonawca przekaże Zamawiającemu własność nośników, na których utrwalił produkty wchodzące w skład przedmiotu zamówienia oraz dokumentację wytworzoną podczas realizację przedmiotu zamówienia.