

Opis Przedmiotu Zamówienia

1. Realizacja filmu wideo oraz sesji zdjęciowej o charakterze employer brandingowym.

Przedmiotem zamówienia jest:

1.1. realizacja filmu wideo wraz z intro i outro oraz teaserem (klip) (max 20 sek.) oraz sesji zdjęciowej o charakterze employer brandingowym z udziałem pracowników Zamawiającego, mających na celu promowanie Zamawiającego jako atrakcyjnego i nowoczesnego pracodawcy, oferującego możliwość uczestniczenia w unikalnych i ważnych dla społeczeństwa projektach technologicznych w obszarze zdrowia (zamówienie podstawowe).
W szczególności:

1.1.1. stworzenie przekazu pozwalającego na nowoczesne, oryginalne i innowacyjne zaprezentowanie Zamawiającego jako atrakcyjnego pracodawcy, który, wykorzystując najnowocześniejsze technologie, realizuje kluczowe dla sektora ochrony zdrowia projekty teleinformatyczne, a wśród pracowników promuje zasady well-being;

1.1.2. podniesienie rozpoznawalności Zamawiającego w kontekście atrakcyjnego pracodawcy, realizowanej misji oraz kultury organizacyjnej;

1.1.3. wykreowanie wizerunku Zamawiającego w kontekście działań rekrutacyjnych.

1.2. możliwość zlecenia Wykonawcy realizacji dodatkowych zleceń polegających na realizacji i montażu dodatkowych scen do filmu oraz klipu, w ilości 80 roboczogodzin (zamówienie opcjonalne). Zamówienie opcjonalne nie stanowi zobowiązania Zamawiającego do jego udzielenia, decyzja o realizacji lub rezygnacji z Zamówienia opcjonalnego jest wyłącznym uprawnieniem Zamawiającego.

2. **Szczegółowe wytyczne** dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia zawiera Załącznik nr 1 do Opisu przedmiotu zamówienia (OPZ) – Brief.

3. **Termin realizacji przedmiotu zamówienia:** do 50 dni roboczych od dnia zawarcia umowy.

4. **Przedmiot zamówienia będzie realizowany zgodnie z następującym harmonogramem:**

ETAP I

4.1. Przygotowanie Harmonogramu. Harmonogram wstępny będzie złożony przez Wykonawcę wraz z ofertą jako element oferty, a następnie w ciągu 5 dni roboczych od podpisania umowy uzgodniony i zaakceptowany przez Zamawiającego. Harmonogram musi uwzględniać min. 2 dni robocze na przekazanie uwag przez Zamawiającego.

4.2. Opracowanie w ciągu 5 dni roboczych od podpisania umowy szczegółowego kosztorysu realizacji działań – przedstawionego w formie tabeli z datami realizacji poszczególnych etapów. Cena musi zawierać wszystkie koszty, w tym koszty praw autorskich, koszty dostosowania plików do emisji.

4.3. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu w ciągu max 10 dni roboczych od podpisania umowy poniższe projekty:

4.3.1. koncepcję kreatywną i scenariusz filmu wideo (minimalna długość 2 min., maksymalna długość 3 min.) i teasera (max. 20 sek.) wraz ze storyboardami;

- 4.3.2. projekty elementów graficznych filmu wideo, jak belki z podpisami, animacje 2D/3D;
 - 4.3.3. koncepcję intro i outro na potrzeby filmu wideo;
 - 4.3.4. claim (hasło) spójne z charakterem działalności Zamawiającego oraz już realizowanymi przez Zamawiającego działaniami z zakresu komunikacji w obszarze employer branding;
 - 4.3.5. koncepcję kreatywną sesji zdjęciowej wraz z mood boardami.
- 4.4. Zamawiający dokona akceptacji projektów, o których mowa w punkcie powyżej, lub zgłosi do nich uwagi w terminie do 2 dni roboczych drogą elektroniczną. Uwagi Zamawiającego Wykonawca będzie zobowiązany uwzględnić w terminie do 2 dni roboczych od dnia ich otrzymania. Proces ten będzie powtarzany do momentu zaakceptowania przez Zamawiającego wszystkich projektów wymienionych w punktach 4.3.1. – 4.3.5.
- 4.5. Akceptacja przez Zamawiającego wszystkich projektów, o których mowa w pkt. 4.3.1 – 4.3.5 będzie stanowiła podstawę do realizacji Etapu II i wykonania przez Wykonawcę przedmiotu zamówienia zgodnie z OPZ. Wykonanie przedmiotu zamówienia z pominięciem uprzedniej akceptacji Zamawiającego następuje na koszt i ryzyko Wykonawcy.
- 4.6. Zgłoszenie ewentualnych uwag do projektów oraz ich akceptacja będą realizowane przez Zamawiającego drogą elektroniczną.

ETAP II

- 4.7. Wykonawca zrealizuje poniższe zadania po uzyskaniu akceptacji Zamawiającego na wszystkie materiały:
- 4.7.1. produkcja i postprodukcja filmu wideo, wraz z intro i outro;
 - 4.7.2. produkcja i postprodukcja teasera (max. 20 sek.) na potrzeby promocji filmu wideo;
 - 4.7.3. produkcja i postprodukcja zdjęć powstałych w ramach sesji fotograficznej.

5. Zadania Wykonawcy:

- 5.1. Realizacja przedmiotu zamówienia zgodnie z przygotowanym przez Wykonawcę i zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem i kosztorysem oraz OPZ.
- 5.2. Przeprowadzenie wizji lokalnej w siedzibie Zamawiającego, w Warszawie przy ul. Stanisława Dubois 5A.
- 5.3. Z uwagi na fakt, że w filmie wideo występować będą pracownicy Zamawiającego, czyli osoby, które nie mają doświadczenia w tego typu produkcji, niezbędne może być przeprowadzenie castingu wśród pracowników Zamawiającego. Wykonawca powinien mieć także doświadczenie w pracy przy produkcji filmów wideo z udziałem amatorów.
- 5.4. Zapewnienie profesjonalnej i doświadczonej ekipy filmowej i fotograficznej, w tym: reżysera, operatora, fotografa, dźwiękowca, makijażysty, producenta, oświetleniowca, montażysty, wyposażonej w sprzęt potrzebny do produkcji i postprodukcji wszystkich elementów wchodzących w skład zamówienia.
- 5.5. Pełny zakres usług realizacyjnych związanych z produkcją i postprodukcją filmu wideo i klipu, które szczegółowo opisano w Briefie stanowiącym Załącznik nr 1 do OPZ, w tym obejmujących montaż, oprawę graficzną, animacje 2D/3D, licencjonowany podkład dźwiękowy, usługi lektora, zapewnienie zgodności ze standardem WCAG 2.1 na poziomie A i AA (między innymi filmy muszą być dostosowane dla osób głuchych lub niedosłyszących, a więc mieć wersję z napisami w języku polskim), rozbudowane napisy (tekst lektora oraz opis scen, transkrypcja dźwięków etc.).

- 5.6. Dostarczenie Zamawiającemu wszystkich wykonanych elementów przedmiotu zamówienia - w przypadku filmu wideo także tzw. „surówkę”, czyli wszystkie materiały powstałe w trakcie jego realizacji - w plikach o wysokiej jakości w formie elektronicznej. Przekazane pliki muszą być w wersjach umożliwiających ich późniejszą edycję oraz emisję w Internecie, kanałach social media Zamawiającego, na telebimach oraz podczas wydarzeń.
- 5.7. Z chwilą podpisania przez strony Protokołu Odbioru, Wykonawca przekazuje Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz prawa zależne do wszystkich produkcji powstałych w toku realizacji przedmiotu zamówienia na czas nieokreślony, bez ograniczeń co do terytorium, liczby egzemplarzy oraz pól eksploatacji.
- 6. Zakres przygotowania koncepcji kreatywnej i scenariusza filmu wideo, intro i outro oraz teasera (klipu), wchodzących w skład zamówienia.**
- 6.1. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania i przedstawienia 2 spójnych koncepcji kreatywnych filmu wideo oraz teasera, do akceptacji Zamawiającego.
- 6.2. Koncepcja kreatywna musi składać się co najmniej z następujących elementów:
- 6.2.1. opisu big idea o charakterze employer brandingowym, spójnej dla całego zamówienia, a także zgodnej z realizowanymi przez Zamawiającego działaniami z zakresu employer branding.
- 6.2.2. propozycji dodatkowej, poza siedzibą Zamawiającego, lokalizacji realizacji filmu – jeżeli wynika to z rekomendacji Wykonawcy, a rekomendowana dodatkowa lokalizacja znajduje się w odległości maksymalnie 10 km od siedziby Zamawiającego. Zamawiający dokona akceptacji dodatkowej lokalizacji po wizji lokalnej. Realizacja filmu wideo w dodatkowej lokalizacji oraz koszty z tym związane, m.in. transportu, najmu etc., pokrywa Wykonawca. Wykonawca jest także zobowiązany do pozyskania niezbędnych zgód na realizację filmu wideo w dodatkowej lokalizacji;
- 6.2.3. propozycji elementów graficznych oraz animacji 2D i 3D, w tym belek, zgodnie z zaakceptowaną koncepcją, do akceptacji Zamawiającego,
- 6.2.4. propozycji claimu (hasła), które musi być jasne i zrozumiałe dla grupy docelowej oraz realizować podstawowy cel projektu, jakim jest promocja Zamawiającego jako atrakcyjnego i nowoczesnego pracodawcy, lidera rozwiązań IT w dziedzinie e-zdrowia.
- 6.3. Scenariusze filmu i klipu muszą spełniać następujące wymagania:
- 6.3.1. scenariusze muszą być oparte na zaakceptowanych przez Zamawiającego koncepcjach kreatywnych,
- 6.3.2. Wykonawca przygotowuje storyboardy na podstawie zaakceptowanych przez Zamawiającego scenariuszy – oddzielnego dla filmu wideo oraz teasera.
- 6.4. Zaproponowana przez Wykonawcę koncepcja kreatywna musi uwzględniać system identyfikacji wizualnej Zamawiającego. Księga Znaków Zamawiającego zostanie przekazana Wykonawcy w ciągu 2 dni roboczych od dnia podpisania umowy.
- 6.5. Hasła, komunikaty, motywy graficzne użyte w koncepcji kreatywnej oraz w storyboardach nie mogą zawierać wulgaryzmów, treści obraźliwych lub treści sprzecznych z prawem, dobrymi obyczajami lub zasadami współżycia społecznego, jak również budzić negatywne konotacje. Zamawiający dopuszcza w ramach produkcji spotów użycia grafik, zdjęć, elementów wektorowych itp., zaczerpniętych z ogólnodostępnych płatnych banków obrazów/wideo jako uzupełnienia materiału wyprodukowanego w studio zdjęciowym.

- 6.6. Na etapie realizacji zamówienia Zamawiający ma prawo do zgłaszania uwag i/lub propozycji zmian do przedstawionej przez Wykonawcę koncepcji kreatywnej filmu np. modyfikację hasła, komunikatów, układu i motywu graficznego, kolorystyki itp., a Wykonawca zobowiązany jest te uwagi i/lub propozycje uwzględnić w realizowanym zamówieniu, o ile nie wykaże, że uwagi i/lub propozycje Zamawiającego są sprzeczne z powszechnie stosowanymi standardami rynkowymi.
- 7. Zakres przygotowania koncepcji kreatywnej sesji fotograficznej, wchodzącej w skład zamówienia:**
- 7.1. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania 2 koncepcji sesji fotograficznej wraz z mood boardami do akceptacji Zamawiającego.
- 7.2. Koncepcja kreatywna musi składać się z opisu big idea sesji o charakterze employer brandingowej, spójnej dla całego zamówienia oraz zgodnej z realizowanymi przez Zamawiającego działaniami z zakresu employer branding.
- 7.3. Zaproponowana przez Wykonawcę koncepcja kreatywna musi uwzględniać system identyfikacji wizualnej Zamawiającego. Księga Znaku Zamawiającego zostanie przekazana Wykonawcy w ciągu 2 dni roboczych od dnia podpisania umowy.
- 7.4. Na etapie realizacji zamówienia Zamawiający ma prawo do zgłaszania uwag i/lub propozycji zmian do przedstawionej przez Wykonawcę koncepcji kreatywnej filmu np. modyfikację hasła, komunikatów, układu i motywu graficznego, kolorystyki itp., a Wykonawca zobowiązany jest te uwagi i/lub propozycje uwzględnić w realizowanym zamówieniu, o ile nie wykaże, że uwagi i/lub propozycje Zamawiającego są sprzeczne z powszechnie stosowanymi standardami rynkowymi.
- 8. Zasady współpracy:**
- 8.1. Na etapie realizacji zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do pozostawania w stałym kontakcie z Zamawiającym (spotkania odpowiednio do potrzeb, kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną, wyznaczenie osoby nadzorującej całą kampanię do kontaktów z Zamawiającym).
- 8.2. Wykonawca jest zobowiązany do wykonywania wszelkich korekt i poprawek przedstawionych projektów koncepcji/scenariuszy/innych materiałów zgodnie ze wskazaniem Zamawiającego, do momentu ostatecznej ich akceptacji przez Zamawiającego. Jeśli korekty i poprawki, o których mowa w zdaniu poprzednim, będą mogły mieć wpływ na jakość materiałów, Wykonawca poinformuje o tym Zamawiającego celem podjęcia przez Zamawiającego ostatecznej decyzji. Ostateczna decyzja w tym zakresie należy do Zamawiającego i zobowiązuje Wykonawcę.
- 8.3. Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia Zamawiającemu ostatecznej wersji słownej i wizualnej filmu celem dokonania przez Zamawiającego akceptacji. Akceptacja Zamawiającego jest warunkiem realizacji Umowy. Akceptacja może mieć formę elektroniczną.
- 8.4. Zamawiający zastrzega sobie możliwość obecności swoich przedstawicieli na poszczególnych etapach realizacji danych elementów przedmiotu zamówienia, np. na planie zdjęciowym lub w studiu nagraniowym.
- 8.5. Zamawiający wymaga, aby przez cały okres realizacji zamówienia jedna osoba – koordynator/kierownik projektu - wykonująca prace w zakresie przygotowania harmonogramu, koncepcji kreatywnej oraz szczegółowego kosztorysu oraz koordynacji wszystkich działań objętych umową była zatrudniona przez Wykonawcę na podstawie umowy o pracę w rozumieniu przepisu art. 22 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (Dz. U. z 2018 r. poz. 917 z późn. zm.). Ustalenie wymiaru zatrudnienia Zamawiający zostawia w gestii Wykonawcy.

BRIEF

1. Zadanie

- 1.1. Realizacja filmu wideo wraz z teaserem, czyli krótkim filmem do 20 sek. (klipem), oraz sesją fotograficzną o charakterze employer brandingowym, których celem jest:
 - 1.1.1. promocja Zamawiającego jako nowoczesnego oraz atrakcyjnego pracodawcy, który oferuje potencjalnym nowym pracownikom możliwość uczestniczenia w innowacyjnych i unikalnych projektach z obszaru e-zdrowia;
 - 1.1.2. wsparcie działań rekrutacyjnych.
- 1.2. W ramach zamówienia zostaną zrealizowane: film wideo wraz z intro, outro i teaserem (klipem) do 20 sek. oraz sesja zdjęciowa z udziałem pracowników Zamawiającego. Materiały powstałe w ramach realizacji przedmiotu umowy muszą uwzględniać dotychczasowe działania Zamawiającego oraz być spójne z Księgą Znaku Zamawiającego, która zostanie dostarczona Wykonawcy do 2 dni roboczych od dnia zawarcia umowy.
- 1.3. Materiały, które powstaną w ramach umowy, będą przede wszystkim wykorzystywane w Internecie, w szczególności na stronie internetowej Zamawiającego cez.gov.pl, mediach społecznościowych Zamawiającego (LinkedIn, YouTube), Intranecie – portalu wewnętrznym Zamawiającego, jak również podczas wydarzeń, m.in. targów. Dopuszcza się także wykorzystanie zdjęć powstałych w ramach sesji fotograficznej w prasie drukowanej.
- 1.4. Materiały zostaną opracowane w taki sposób, aby były atrakcyjne dla osób zainteresowanych pracą w organizacji Zamawiającego. Wskazaną grupę należy zainteresować:
 - 1.4.1. obszarem działalności Zamawiającego, ze szczególnym podkreśleniem unikalności i innowacyjności projektów oraz tego, że realizowane przedsięwzięcia mają realny wpływ na życie społeczeństwa;
 - 1.4.2. faktem, że Zamawiający realizuje swoje projekty – o zasięgu krajowym i międzynarodowym - z wykorzystaniem nowoczesnych technologii;
 - 1.4.3. kulturą organizacyjną Zamawiającego opartą o takie wartości jak: komunikacja, odpowiedzialność i praca zespołowa;
 - 1.4.4. tym, że Zamawiający promuje wśród pracowników well-being.
- 1.5. Zamawiający oczekuje oryginalnego charakteru filmu oraz sesji zdjęciowej – liczy na pomysłowość, niepowtarzalność, kreatywność i inwencję w opracowaniu przedmiotu umowy. Koncepcja powinna odzwierciedlać nowatorskie podejście, świeżość, śmiałość w podejściu do zadanego tematu oraz wysoką wartość artystyczną w warstwie graficznej. Istotna jest precyzja sformułowania przekazu, tak aby dotarł do wskazanej w punkcie wyżej grupy docelowej. Elementem istotnym jest zwarta i logiczna komunikacja z odbiorcą przekazu.

2. O Zamawiającym

2.1 Misja Centrum e-Zdrowia

Centrum e-Zdrowia, jako jednostka podległa Ministrowi Zdrowia, we współpracy z kluczowymi interesariuszami systemu ochrony zdrowia, wyznacza kierunki rozwoju i buduje ekosystem e- zdrowia w Polsce tak, by w jak największym stopniu odpowiadał on na oczekiwania pacjentów i zabezpieczał ich potrzeby.

Dostarczamy i rozwijamy centralne systemy teleinformatyczne wspierające diagnostykę, leczenie i profilaktykę zdrowotną. Dzięki naszym rozwiązaniom zwiększa się efektywność i dostępność systemu opieki zdrowotnej w Polsce, co przyczynia się do poprawy opieki nad pacjentem, który – dzięki udostępnionym rozwiązaniom – staje się aktywnym jego uczestnikiem.

Wiedza i doświadczenie naszych ekspertów oraz wykorzystanie innowacyjnych technologii pozwala na tworzenie rozwiązań spełniających potrzeby wszystkich interesariuszy, bez względu na ich umiejętności cyfrowe. Tym samym przyczyniamy się do powstania nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego.

2.2 Obszar działalności Centrum e-Zdrowia

Centrum e-Zdrowia jest państwową jednostką budżetową powołaną przez Ministra Zdrowia. Swoją działalność rozpoczęliśmy 1 sierpnia 2000 roku. CeZ zarządza prawie 50 centralnymi systemami IT oraz systemami wspomagającymi profilaktykę i leczenie pacjentów.

Flagowym projektem CeZ jest system e-zdrowie (P1). W portfolio cyfrowych rozwiązań CeZ są aplikacje: Internetowe Konto Pacjenta (IKP), mojeIKP, Skaner Certyfikatów COVID, gabinet.gov.pl, e-usługi: Elektroniczna Dokumentacja Medyczna (EDM), e-recepta, e-skierowanie, e-rejestracja na szczepienia przeciw COVID-19. Korzystają z nich miliony Polaków, setki tysięcy podmiotów leczniczych.

Ponadto CeZ dostarcza także szereg innych rozwiązań, wspierających procesy leczenia i profilaktyki oraz wspomagających administrację państwową w podejmowaniu decyzji w zakresie ochrony zdrowia w Polsce, w tym Unijny Certyfikat COVID (UCC), system EWP, system Ewidencji Łóżek COVID-19 oraz powstające: e-Krew i Poltransplant. Wszystkie opracowano zgodnie ze standardami gromadzenia i wymiany danych – Integrating the Healthcare Enterprise.

Zintegrowane, publiczne rejestry umożliwiają gromadzenie i wymianę informacji medycznych. Dostarczają wiedzy na temat sektora ochrony zdrowia i usług z zakresu e-administracji. Rejestry dostępne są na platformie informatycznej, która umożliwia przedsiębiorcom i jednostkom administracji publicznej szybki i łatwy dostęp do danych rejestrowych.

Dziedzinowe systemy IT usprawnią procesy biznesowe związane z zarządzaniem i dostępem do informacji w systemie ochrony zdrowia. Przyczyniają się do efektywniejszego planowania opieki zdrowotnej przez administrację z uwzględnieniem bieżącego stanu zasobów kadrowych, sprzętowych, dostępności leków.

Systemy wspierające profilaktykę i leczenie umożliwiają centralne zarządzanie kluczowymi dla tego obszaru procesami. Obecnie trwają prace nad wdrożeniem systemu Poltransplant, wspierającego rozwój medycyny transplantacyjnej, oraz systemu e-Krew, którego zadaniem będzie zarządzanie zasobami krwi i jej składnikami.

Hurtownie danych CeZ dostarczają informacji, które wspierają analizy biznesowe oraz decyzje zarządcze instytucji odpowiedzialnych za kształtowanie polityki zdrowotnej w Polsce. CeZ projektuje i testuje narzędzia wykorzystujące sztuczną inteligencję, których celem jest wspieranie decyzji lekarza w zakresie diagnostyki, leczenia i profilaktyki pacjenta.

Przestrzeganie zasad bezpiecznego zarządzania danymi wrażliwymi pacjentów oraz informacjami dotyczącymi funkcjonowania sektora ochrony zdrowia w Polsce jest kluczowe dla prawidłowego

i niezakłóconego funkcjonowania ekosystemu e-zdrowia. W tym celu w CeZ powołano Zespół Cyberbezpieczeństwa, a sama instytucja ma być CSIRT sektorowym dla sektora ochrony zdrowia. By newralgiczne obszary i powierzone zasoby były w pełni bezpieczne, CeZ korzysta z nowoczesnych technologii, w tym protokołu Traffic Light Protocol (TLP) i działa zgodnie z wytycznymi Agencji Unii Europejskiej ds. Cyberbezpieczeństwa – ENISA.

2.3 Przydatne linki

- Link do strony www Zamawiającego: <https://cez.gov.pl/>
- Link do programu stażowego „Bądź w Centrum e-Zdrowia”: <https://cez.gov.pl/o-nas/program-stazowy/>
- Link do zakładki „Dołącz do nas”: [Dołącz do nas | Centrum e-Zdrowia \(vobacom.info\)](https://vobacom.info)
- Link do profilu CeZ na LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/25061909/admin/>

3. OCZEKIWANY CHARAKTER FILMU WIDEO

3.1 Film ma mieć charakter employer brandingowy oraz realizować cele związane ze wsparciem Zamawiającego w rekrutacji, o czym szczegółowo mowa w punkt 1.

3.2 Film może mieć charakter reportażu lub historii, zbudowanej wokół jednego głównego bohatera.

3.3 W filmie wystąpią tylko pracownicy Zamawiającego – przewiduje się wypowiedzi, tzw. setki, 3 – 4 osób. Ponadto pracownicy będą także bohaterami ujęć dodatkowych, tzw. przebitek, wykonanych w nowoczesnych przestrzeniach biurowych Zamawiającego.

4. BENCHMARKI

- <https://www.youtube.com/watch?v=3Kt7S8px5IU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=VroPF6cxrE4&t=4s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=V7Xi2scx1DY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=-9aMsKE2yo8>
- https://www.youtube.com/watch?v=C_VcVUHqFhQ&list=PLBty5-s3mconBo07bpECMcEeOLkK0wKHn&index=2
- <https://www.youtube.com/watch?v=QA5oLSOXF1s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=JQq66NW-Fms>
- <https://www.facebook.com/MamoPracuj/videos/700578574091777/>

5. CZAS TRWANIA FILMU

5.1. Czas trwania filmu nie powinien być krótszy niż 2 min i nie powinien przekraczać 3 min.

5.2. Jego długość powinna być dostosowana do koncepcji, liczby osób, wypowiadających się w filmie, planowanych elementów graficznych, animacji etc. – gotowy produkt powinien być zrealizowany w sposób nowoczesny, dynamiczny, spójny, a przy tym zrozumiały dla odbiorców. Z jednej strony musi pozwalać na atrakcyjne przedstawienie Zamawiającego, zgodnie ze wskazanymi przez Zamawiającego celami, z drugiej strony nie może być zbyt długi i „przegadany”, bo spowoduje to utratę zainteresowania odbiorcy.

6. FORMATY

- 6.1. Film musi zostać przygotowany w jakości full HD w 4K, o współczynniku proporcji 16:9, format mp4 lub avi, w formatach umożliwiającym jego późniejszą promocję na platformach wideo (VOD, Youtube itp.), mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, LinkedIn), a także umożliwiającym osadzenie go na stronie internetowej oraz odtwarzanie podczas eventów, np. targach pracy.
- 6.2. Film musi być przygotowany do emisji w wersji zarówno do wyświetlania na desktopie, jak i na smartfonach (wideo wertykalne).
- 6.3. Film musi być przygotowany w dwóch wersjach – z napisami rozbudowanymi oraz bez. Napisy do filmu muszą być rozbudowane, co oznacza, poza transkrypcją wypowiedzi, także opis scen, zapis dźwięków etc.
- 6.4. Film musi być przygotowany w formatach spełniających wymogi serwisów Youtube i LinkedIn.
- 6.5. Film musi być zgodny ze standardem WCAG 2.1 na poziomie A i AA (między innymi muszą być dostosowane dla osób głuchych lub niedosłyszących, a więc mieć wersję z napisami w języku polskim).

7. SESJA FOTOGRAFICZNA

- 7.1. Zadaniem sesji zdjęciowej jest przedstawienie:
 - 7.1.1. wartości CeZ i kultury organizacji poprzez pokazanie pracowników w ich naturalnym środowisku pracy, w szczególności:
 - 7.1.2. współpracy i zespołowej realizacji zadań;
 - 7.1.3. dobrej atmosfery pracy;
 - 7.1.4. komfortowych warunków pracy – nowoczesne, przestronne biuro, strefy wypoczynku dla pracowników, parking dla rowerów etc.
- 7.2. Zakres sesji zdjęciowej. Wykonanie i postprodukcja 50 zdjęć, w tym:
 - 7.2.1. sesja reporterska – zdjęcia naturalne, grupowe w różnych przestrzeniach i sytuacjach zawodowych. Należy pokazać pozytywne emocje, zadowolenie z pracy, zadowolenie ze współpracy zespołowej. Do wykonania i postprodukcji: 30 zdjęć;
 - 7.2.2. zdjęcie pozowane, ale wciąż utrzymane w luźnej, niewymuszonej formule, w tym grupowe oraz indywidualne (w zależności od wskazanych potrzeb). Do wykonania i postprodukcji: 20 zdjęć.
- 7.3. Zdjęcia powinny być przygotowane w formatach i jakości umożliwiającym ich publikację w Internecie, w tym stronie internetowej cez.gov.pl, kanałach społecznościowych Zamawiającego, jak również w Intranecie Zamawiającego, podczas eventów oraz w prasie; min. rozdzielczość 300 dpi, formaty plików: JPG (poglądowe), TIFF.