# Załącznik nr 1A do SWZ

# Opis Przedmiotu Zamówienia - Część 1

# Opracowanie, produkcja i promocja filmu promocyjnego oraz filmu o potencjale viralowym

## Przedmiot Zamówienia

1. Przedmiotem Zamówienia jest odpłatne stworzenie przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego dwóch filmów (utworów audiowizualnych): jednego promocyjnego i jednego o potencjale viralowym, promujących System iPFRON+ zrealizowany w ramach projektu „Uniwersalna platforma do projektowania i realizacji programów wsparcia ON wraz ze zintegrowanym modułem analitycznym – System iPFRON+” w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa 2014-2020, Oś Priorytetowa 2 „E-administracja i otwarty rząd”, Działanie 2.1 „Wysoka dostępność i jakość e-usług publicznych”, w tym przygotowanie wkładów twórczych w postaci scenariuszy do filmów, scenorysu, opracowań graficznych, muzyki, a także świadczenia usług związanych z wyprodukowaniem oraz promocją filmów, w tym zapewnienie niezbędnego do realizacji usług sprzętu, oraz wykonywanie innych czynności towarzyszących opisanych w niniejszym dokumencie.
2. W ramach Przedmiotu Zamówienia wykonawca zrealizuje poniższe Etapy:
   1. Etap 1 – opracowanie i produkcja jednego filmu promocyjnego oraz jednego filmu o potencjale viralowym;
   2. Etap 2 – ustalenie miejsc promocji filmów;
   3. Etap 3 – promocja w Internecie jednego filmu promocyjnego i jednego filmu o potencjale viralowym.

## Cele

Niniejszy Przedmiot Zamówienia jest częścią kampanii promocyjno-informacyjnej o charakterze ogólnopolskim, której celem nadrzędnym jest promocja Systemu iPFRON+ i **dotarcie z informacją o nim do jak największej liczby przedstawicieli Organizacji Pożytku Publicznego działających na rzecz Osób Niepełnosprawnych** **i zachęcenie ich do korzystania z Systemu iPFRON+.** Kampania promocyjno-informacyjna, której częścią jest opracowanie, produkcja i promocja filmu promocyjnego i filmu o potencjale viralowym, będzie skierowana do przedstawicieli Organizacji Pożytku Publicznego działających na rzecz osób z niepełnosprawnościami w całej Polsce.

## Główne grupy docelowe

* Organizacje pozarządowe, których przedmiotem działalności jest wspieranie osób niepełnosprawnych.
* Organizacje pozarządowe i inne podmioty działające na rzecz osób niepełnosprawnych.

## Zakres zamówienia

Opracowanie, produkcja i promocja dwóch filmów: jednego promocyjnego i jednego o potencjale viralowym.

### Wymagania dla filmu promocyjnego (Etap 1).

Wykonawca opracuje, wyprodukuje jeden film promocyjny oraz zapewni jego promocję w Internecie w ramach Etapu 3. Poniżej szczegóły dotyczące realizacji filmu promocyjnego:

* 1. Wykonawca zrealizuje następujące elementy:
     1. Przygotuje szczegółowy scenariusz i scenorys (storyboard) filmu promocyjnego, a także wyprodukuje go, po zaakceptowaniu przez Zamawiającego scenariusza i scenorysu;
     2. Typ filmu: screencast wzbogacony animacjami;
     3. Standard obrazu: full HD o rozdzielczości 1920x1080;
     4. Standard dźwięku: stereo Dolby Digital;
     5. Profesjonalny lektor w roli komentatora treści nagrania;
     6. Długość filmu 2-3 minuty;
     7. Udźwiękowienie filmu: muzyka. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną filmu, o ile będzie taka potrzeba wynikająca z koncepcji Wykonawcy, przy czym Zamawiający dopuszcza oprawę muzyczną wyłącznie podczas rozpoczęcia i zakończenia filmu;
     8. Opracowanie graficzne filmu. Możliwość dodania animacji graficznych lub infografik do filmu;
     9. Montaż filmu promocyjnego.
  2. Wyprodukowany film promocyjny musi być przygotowany w formacie umożliwiającym jego zamieszczenie na serwisach społecznościowych, w tym YouTube w dwóch wersjach:
     1. Jedna wersja - z tłumaczeniem na Polski Język Migowy, z napisami w języku polskim w formacie .srt (zawierającym napisy filmowe zapisane przy pomocy formatu tekstowego) i audiodeskrypcją, oraz
     2. Druga wersja - bez tłumaczeń, o których mowa w pkt 1.2.1. powyżej.
  3. Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe i majątkowe prawa pokrewne na warunkach i polach eksploatacji wskazanych w Umowie lub w inny sposób wskazany w Umowie upoważni Zamawiającego do korzystania z filmu (utworu audiowizualnego) oraz pozostałych utwór powstałych w wyniku wykonywania Umowy.
  4. Wykonawca do produkcji filmu użyje sprzętu klasy profesjonalnej.

### Wymagania dla filmu o potencjale viralowym (Etap 1).

Wykonawca opracuje, wyprodukuje jeden film o potencjale viralowym oraz zapewni jego promocję w Internecie w ramach Etapu 3. Poniżej szczegóły dotyczące realizacji filmu o potencjale viralowym.

* 1. Wykonawca zrealizuje następujące elementy:
     1. Przygotuje szczegółowy scenariusz filmu animowanego lub z udziałem aktorów i scenorys (storyboard), a także wyprodukuje go, po zaakceptowaniu przez Zamawiającego scenariusza i scenorysu;
     2. Długość filmu: 2-3 minuty;
     3. Typ filmu: screencast wzbogacony animacjami;
     4. Standard obrazu: full HD o rozdzielczości 1920x1080;
     5. Standard dźwięku: stereo Dolby Digital;
     6. Zapewnienie nagrania profesjonalnego lektora (jeśli to będzie konieczne do zrealizowania filmu);
     7. Udźwiękowienie filmu: muzyka. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną filmu, o ile będzie taka potrzeba wynikająca z koncepcji Wykonawcy, przy czym Zamawiający dopuszcza oprawę muzyczną wyłącznie podczas rozpoczęcia i zakończenia filmu;
     8. Opracowanie graficzne filmu. Możliwość dodania animacji graficznych lub infografik do filmu;
     9. Montażu filmu o potencjale viralowym.
  2. Wyprodukowany film o potencjale viralowym musi być przygotowany w formacie umożliwiającym jego zamieszczenie serwisach społecznościowych, w tym na YouTube w dwóch wersjach:
     1. Jedna wersja – z tłumaczeniem na Polski Język Migowy, z napisami w języku polskim w formacie .srt (zawierającym napisy filmowe zapisane przy pomocy formatu tekstowego) i audiodeskrypcją, oraz
     2. Druga wersja – bez tłumaczeń wskazanych w pkt 2.2.1. powyżej.
  3. Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe i majątkowe prawa pokrewne na warunkach i polach eksploatacyjnych wskazanych w Umowie lub w inny sposób wskazany w Umowie upoważni Zamawiającego do korzystania z filmu (utworu audiowizualnego) oraz pozostałych utworów powstałych w wyniku wykonywania Umowy.
  4. Wykonawca do produkcji filmu użyje sprzętu klasy profesjonalnej.

### Harmonogram prac - dotyczy zarówno filmu promocyjnego i filmu o potencjale viralowm (Etap 1).

* 1. Zamawiający niezwłocznie po zawarciu Umowy, jednak nie później niż w terminie 2 Dni Roboczych, przekaże Wykonawcy materiały informacyjne o Systemie iPFRON+.
  2. W terminie do 2 Dni Roboczych od dnia podpisania Umowy albo innym uzgodnionym przez Strony terminie, w lokalizacji Zamawiającego mieszczącej się w Warszawie, odbędzie się spotkanie robocze z Wykonawcą (dalej jako „Spotkanie”). Spotkanie to ma na celu uzgodnienie szczegółowego harmonogramu prac (dalej jako „Harmonogram”), z uwzględnieniem terminu realizacji filmu (opracowania i produkcji), o którym mowa w pkt 4 OPZ, oraz zagadnienia zgłaszane przez Strony. Podczas Spotkania Strony dopuszczają możliwość uszczegółowienia Przedmiotu Zamówienia.
  3. Zamawiający dopuszcza możliwość bieżących aktualizacji Harmonogramu w miarę postępu prowadzonych prac przy zachowaniu terminu określonego w pkt 4 OPZ. Za aktualizację Harmonogramu odpowiada Wykonawca.
  4. Zamawiający dopuszcza możliwość przeprowadzenia Spotkania w formule on-line, za pośrednictwem odpowiedniego oprogramowania do komunikacji audio-wizualnej (np. Microsoft Teams, Zoom). O formie Spotkania decyduje Zamawiający.
  5. Wykonawca w terminie 5 Dni Roboczych liczonych od następnego dnia po zakończeniu Spotkania przygotuje:
     1. Harmonogram prac zawierający uzgodnienia Stron, przy uwzględnieniu terminu zakończenia Etapu 1 (patrz pkt 4. OPZ);
     2. Notatkę ze Spotkania zawierającą uzgodnienia Stron;
     3. Koncepcję filmu promocyjnego oraz koncepcję filmu o potencjale viralowym.

Dokumenty, o których mowa w pkt 3.5.1. – pkt 3.5.3. powyżej podlegają akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag do przedstawionych dokumentów, które to Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić.

* 1. Wykonawca zobowiązany jest przed planowanym rozpoczęciem produkcji filmu promocyjnego i filmu o potencjale viralowym przedstawić Zamawiającemu do akceptacji co najmniej po 2 scenariusze i ich wizualizacje tzn. scenorys (storyboard) do każdego rodzaju filmu. Wykonawca winien tak zaplanować prace, aby Zamawiający mógł dokonać akceptacji scenariuszy i ich wizualizacji tzn. scenorys (storyboard) każdego z filmów przed rozpoczęciem ich produkcji.
  2. Zamawiający w terminie 2 Dni Roboczych od dnia otrzymania do akceptacji scenariuszy i ich wizualizacji tzn. scenorysów (storyboard) filmów, zaakceptuje po jednym scenariuszu wraz z jego wizualizacją dla każdego rodzaju z filmów lub wniesie do nich uwagi. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wydłużenia terminu wskazanego w zdaniu pierwszym, o czym poinformuje Wykonawcę. W przypadku, gdy żaden z przedstawionych scenariuszy wraz z ich wizualizacją nie spełnia oczekiwań Zamawiającego z uwagi na to, że nie zagwarantują osiągnięcia celu, Wykonawca zobowiązany będzie w terminie 2 Dni Roboczych przedstawić do akceptacji kolejny scenariusz wraz z jego wizualizacją tzn. scenorysem.
  3. W przypadku wniesienia uwag przez Zamawiającego do przedstawionych scenariuszy i ich wizualizacji tzn. scenorysów (storyboard) filmów, o czym mowa w pkt 3.7. powyżej, Wykonawca w terminie 2 Dni Roboczych zobowiązany jest je uwzględnić i przedstawić Zamawiającemu skorygowany odpowiednio do wniesionych uwag scenariusz lub scenorys filmu promocyjnego lub filmu o potencjale viralowym. Zamawiający może wydłużyć termin, o którym mowa w zdaniu pierwszym, pod warunkiem, iż powiadomi o tym fakcie Wykonawcę przed upływem tego terminu. Koszty związane z uwzględnieniem uwag Zamawiającego bądź przedstawienia dodatkowego scenariusza wraz z jego wizualizacją, ponosi Wykonawca.
  4. Zamawiający w celu akceptacji scenariuszy i ich wizualizacji tzn. scenorysów zastrzega sobie prawo do przeprowadzenia warsztatów odbiorowych. Warsztaty te odbędą się z udziałem przedstawicieli Wykonawcy w sposób i miejscu wyznaczonym przez Zamawiającego.
  5. Wykonawca może rozpocząć prace związane z produkcją filmu promocyjnego oraz filmu o potencjale viralowym dopiero po dokonaniu wyboru i akceptacji ostatecznego scenariusza wraz z jego wizualizacją (storyboard) dla każdego z filmów. W tym celu Zamawiający przekaże Wykonawcy w formie dokumentowej zlecenie rozpoczęcia produkcji filmów (adres poczty elektronicznej Wykonawcy wskazany w Umowie).

### Termin realizacji Etapu 1 – opracowanie i produkcja jednego filmu promocyjnego oraz jednego filmu o potencjale viralowym.

**Termin realizacji Etapu 1 - do 90 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy[[1]](#footnote-2).** Termin ten uwzględnia działania związane z realizacją wymogów określonych w pkt 1.-3. OPZ niniejszego Rozdziału. W przypadku przekroczenia tego terminu, Zamawiający naliczy Wykonawcy karę umowną w wysokości i na zasadach określonych w Umowie.

## Etap 2 - ustalenie miejsc promocji filmów.

* 1. Wykonawca w terminie 30 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy przedstawi Zamawiającemu po 5 propozycji kanałów promocji dla każdego z mediów społecznościowych (platform) wymienionych w pkt 5.2. OPZ poniżej.
  2. Media społecznościowe, w których realizowana będzie kampania promocyjna obu filmów w ramach Etapu 3 muszą posiadać na dzień przedstawienia propozycji przez Wykonawcę **minimalny zasięg w Polsce[[2]](#footnote-3)** na poziomie:
     1. 50 tys. wyświetleń w serwisie Youtube,
     2. 50 tys. wyświetleń w portalu Facebook,
     3. 50 tys. wyświetleń na Instagramie,
     4. 50 tys. wyświetleń na Twitterze,
     5. 50 tys. wyświetleń na Linkedin,
     6. 1 mln wyświetleń na TikToku.

Wykonawca wraz z propozycjami kanałów promocji przedstawi Zamawiającemu dowody potwierdzające wymaganą w niniejszym punkcie liczbę wyświetleń.

* 1. Przedstawione przez Wykonawcę kanały promocji muszą gwarantować osiągnięcie celu, o którym mowa w Rozdziale 2 OPZ. W przypadku, gdy przedstawione przez Wykonawcę propozycje nie gwarantują osiągnięcie celu zamówienia, Wykonawca zobowiązany jest w terminie wskazanym przez Zamawiającego przedstawić dodatkowe propozycje, aż do uzyskania akceptacji Zamawiającego co do kanałów, w których zostanie przeprowadzona kampania promocyjna obu filmów w ramach Etapu 3.
  2. Spośród propozycji, o których mowa w pkt 5.1. OPZ powyżej, z zastrzeżeniem pkt 5.2. OPZ powyżej, Zamawiający wybierze po trzy kanały promocji dla każdego z filmów dla każdego z mediów społecznościowych, o których mowa w pkt 5.2. OPZ powyżej.
  3. Wykonawca będzie prowadzić kampanię promocyjną obu filmów w ramach Etapu 3 przez cały okres wskazany w Rozdziale 6 pkt 6.5 OPZ, na kanałach odpowiednich dla każdego z mediów społecznościowych zaakceptowanych przez Zamawiającego. Z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany zaakceptowanych kanałów po podpisaniu Protokołu Odbioru Etapu 2. Każda zmiana wymaga akceptacji Zamawiającego.
  4. **Termin realizacji Etapu 2 - do 60 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy.** Termin ten uwzględnia działania związane z realizacją wymogów określonych w pkt 5.1. – 5.5. OPZ niniejszego Rozdziału. W przypadku przekroczenia tego terminu, Zamawiający naliczy Wykonawcy karę umowną w wysokości i na zasadach określonych w Umowie.

## Etap 3 – kampania promocyjna filmów w Internecie.

* 1. Wykonawca w ramach Etapu 3 zobowiązany jest do publikacji obu filmów i ich promocji przez cały okres określny w pkt 6.5. niniejszego Rozdziału, na wszystkich kanałach w mediach społecznościowych zaakceptowanych przez Zamawiającego w ramach Etapu 2.
  2. W ramach realizacji Etapu 3 (tj. po zakończeniu kampanii promocyjnej) film promocyjny musi osiągnąć poniższe **zasięgi w Polsce[[3]](#footnote-4)** dla każdego z mediów społecznościowych na poziomie:
     1. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów w serwisie Youtube,
     2. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów w portalu Facebook,
     3. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na Instagramie,
     4. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na Twitterze,
     5. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na Linkedinie,
     6. 1 mln wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na TikToku.
  3. W ramach realizacji Etapu 3 (tj. po zakończeniu kampanii promocyjnej) film o potencjale viralowym musi osiągnąć poniższe **zasięgi w Polsce[[4]](#footnote-5)** dla każdego z mediów społecznościowych na poziomie:
     1. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów w serwisie Youtube,
     2. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów w portalu Facebook,
     3. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na Instagramie,
     4. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na Twitterze,
     5. 50 tys. wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na Linkedinie,
     6. 1 mln wyświetleń łącznie dla trzech kanałów na TikToku
  4. Zamawiający informuje, iż poza promocją będącą przedmiotem niniejszego zamówienia, zamierza wykorzystywać oba filmy w celach promocyjnych na przykład:
     1. podczas pokazów lub prezentacji Systemu iPFRON+, Projektu iPFRON+ oraz PFRON, w tym podczas konferencji;
     2. w witrynach internetowych wybranych przez Zamawiającego i innych niż będące przedmiotem niniejszego zamówienia;
     3. a także w inny sposób (z wyłączeniem formatu telewizyjnego).
  5. **Termin realizacji Etapu 3 –** **60 dni kalendarzowych liczone od następnego Dnia Roboczego po podpisaniu przez Zamawiającego bez zastrzeżeń Protokołu Odbioru Etapu 1, nie dłużej jednak niż do dnia 30 listopada 2023 r.**
  6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do skrócenia terminu realizacji Etapu 3, w sytuacji gdy wydłuży się procedura Odbioru Etapu 1 lub Etapu 2 bądź Umowa zostanie zawarta w terminie uniemożliwiającym realizację Etapu 3 w terminie realizacji Umowy określonym w Paragrafie 2 ust. 1 Umowy tj. do dnia 30 listopada 2023 r. W takim przypadku wynagrodzenie za realizację Etapu 3 zostanie wypłacone Wykonawcy proporcjonalnie do okresu świadczenia Etapu 3.
  7. Wykonawca w terminie do 5 Dni Roboczych po zakończeniu kampanii promocyjnej obu filmów jest zobowiązany do przedstawienia raportu z wykonanych działań wraz z osiągniętymi zasięgami opisanymi w pkt 6.2. i pkt 6.3. niniejszego Rozdziału. Raporty te będą załącznikiem do Protokołu Odbioru Etapu 3.

## Komunikacja między Stronami.

Warunki dotyczące współpracy i komunikowania się Zamawiającego z Wykonawcą w zakresie realizacji Przedmiotu Umowy:

1. Wykonawca ma obowiązek bieżącej współpracy z wyznaczoną osobą ze strony Zamawiającego w celu należytej realizacji zamówienia, w tym przede wszystkim konsultowania scenariusza i scenorysu (storyboard) filmu promocyjnego i filmu o potencjale viralowym, produkcji i promocji obu filmów.
2. Film promocyjny, film o potencjale viralowym oraz inne materiały, które powstaną w ramach realizacji Przedmiotu Umowy, wymagają uprzedniej akceptacji Zamawiającego, przed ich rozpowszechnieniem w jakikolwiek sposób w ramach Umowy. Wykonawca prześle drogą elektroniczną, na adres wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony przez Strony po zawarciu Umowy, projekty filmów i/lub materiałów do akceptacji Zamawiającego. Informację o akceptacji lub wszelkie uwagi/zastrzeżenia do filmów lub innych materiałów Zamawiający odeśle zwrotnie do Wykonawcy drogą elektroniczną na adres e-mail wskazany w Paragrafie 17 ust. 2 Umowy lub inny uzgodniony przez Strony po zawarciu Umowy. Wykonawca zobowiązuje się do uwzględnienia uwag/zastrzeżeń, o których mowa w zdaniu poprzedzającym bez prawa do odrębnego wynagrodzenia z tego tytułu, i przesłania drogą elektroniczną, na adres wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy, zmodyfikowanej wersji filmów lub materiałów do ponownej akceptacji Zamawiającego. Zamawiający ma prawo do zgłaszania kolejnych uwag lub zastrzeżeń do momentu uzyskania ostatecznej akceptacji ze strony Zamawiającego. Kolejne uwagi lub zastrzeżenia będą zgłaszane i uwzględniane w sposób wskazany w niniejszym punkcie.

Przedmiotowy wymóg stanowi uzupełnienie do zasad realizacji poszczególnych Etapów opisanych wyżej w OPZ oraz procedury odbioru opisanej w Paragrafie 4 Umowy.

1. Komunikacja Wykonawcy z Zamawiającym będzie przebiegała za pośrednictwem poczty elektronicznej lub telefonicznie lub za pomocą komunikatorów typu Teams MS;
2. Zamawiający oprócz Spotkania, o którym mowa w Rozdziale 3 pkt 3.2. OPZ, zastrzega sobie prawo do organizacji spotkań roboczych w lokalizacji Zamawiającego mieszczącej się w Warszawie przy al. Jerozolimskich 96 lub formie zdalnej. Zamawiający o spotkaniu poinformuje Wykonawcę z wyprzedzeniem co najmniej 2 Dni Roboczych.
3. W każdym przypadku ostateczna decyzja o sposobie komunikacji z Wykonawcą należy do Zamawiającego.
4. Wykonawca nie będzie żądał żadnych dopłat z tytułu ewentualnej modyfikacji Przedmiotu Zamówienia, w trakcie realizacji zamówienia, chyba że modyfikacje będą wychodziły poza wcześniej zaakceptowany scenariusz czy storyboard.

## Ogólne wymagania dotyczące realizacji Przedmiotu Zamówienia

1. Zamawiający dopuszcza dokonywanie doszczegółowienia Przedmiotu Zamówienia oraz sposobu jego realizacji w trybie roboczym.
2. Działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach kampanii promocyjnej filmu promocyjnego i filmu o potencjale viralowym muszą zachęcać grupy docelowe do korzystania z Systemu iPFRON+ w procesie aplikowania o dofinansowanie ze środków PFRON.
3. [Wytyczne Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej](https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r), zamieszczone na stronie internetowej https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r/ z późn. zm.

1. Termin realizacji Etapu 1 zostanie dostosowany do oferty Wykonawcy w ramach kryterium oceny ofert, o którym mowa w pkt 22.2.4 SWZ. [↑](#footnote-ref-2)
2. Zasięg rozumiany jako łączna liczba wyświetleń (odsłon) treści opublikowanych w ramach danego kanału promocji (na danej platformie społecznościowej), dokonanych przez użytkowników na terytorium Polski. [↑](#footnote-ref-3)
3. Zasięg rozumiany jako łączna liczba wyświetleń filmu promocyjnego (na dzień zakończenia Etapu 3) dokonana przez użytkowników na terytorium Polski. [↑](#footnote-ref-4)
4. Zasięg rozumiany jako łączna liczba wyświetleń filmu o potencjale viralowym (na dzień zakończenia Etapu 3) dokonana przez użytkowników na terytorium Polski. [↑](#footnote-ref-5)