

Załącznik 1 do Zapytania ofertowego

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**Podcast audio-video o tematyce promocji zdrowia oraz profilaktyki chorób dietozależnych  
często występujących w Polskiej populacji**

**1. Wprowadzenie**

Choroby dietozależne przewlekłe generują jedne z największych kosztów w systemie opieki zdrowotnej. W leczeniu i profilaktyce tych chorób duże znaczenie ma prowadzenie zdrowego stylu życia w tym odpowiednia dieta. Dzięki odpowiedniej dietoprofilaktyce istnieje szansa na uzyskanie ogólnopopulacyjną poprawę stanu zdrowia, co może w pewnym stopniu odciążyć ośrodki opieki zdrowotnej.

Działania profilaktyczne z dużym powodzeniem mogą być prowadzone za pośrednictwem popularnych środków przekazu. Jednym z nich mogą być podcasty, czyli forma internetowej audycji. Podcasty ze względu na formułę są medium skierowanym głównie do osób młodych i w średnim wieku, w przypadku których edukacja żywieniowa w kontekście profilaktyki chorób ma największe znaczenie. Ta forma przekazywania informacji jest szczególnie wygodna ze względu na to, że do odtworzenia podcastu nie potrzeba żadnego dodatkowego sprzętu. Umożliwia to dotarcie do grupy docelowej w prosty i szybki sposób, nie generując dużych kosztów.

NIZP PZH-PIB jest kluczową instytucją w zakresie zdrowia publicznego w Polsce. Możliwość dotarcia do szerokiej grupy odbiorców umożliwi udostępnienie i spopularyzowanie zweryfikowanej wiedzy z zakresu wpływu sposobu żywienia na zdrowie Polaków. Cykl podcastów NIZP PZH-PIB będzie miał formę rozmów ze specjalistami w określonych dziedzinach nauk o zdrowiu. Materiały w formie audio-video będą dostępne w najpopularniejszych kanałach multimedialnych z podcastami, takich jak YouTube, Spotify, Apple Podcasts, Google podcasts.

**2. Zamówienie główne**

Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na:

1. Przygotowaniu infrastruktury do prawidłowego wykonania usługi, w tym zapewnienie hostingu, założenie i konfiguracja odpowiednich kont na platformach podcastowych, np. YouTube, Spotify, Apple Podcasts, Google podcasts;
2. Opracowaniu ogólnej koncepcji kreatywnej, w tym stworzeniu oprawy graficznej i dźwiękowej podcastu (czołówka z wykorzystaniem logo NIZP PZH-PIB, dzingiel, intro, tyłówka, grafiki i/lub ikonografiki, propozycja wizualizacji planu nagrań, w tym tło graficzne, ujęcia z kamer, oraz dodatkowe elementy wizualne);
3. Nagraniu i postprodukcji **6 odcinków** video podcastu z zakresu ochrony zdrowia oraz profilaktyki chorób dietozależnych (tematy ustalone przez Zamawiającego) - czas trwania gotowego odcinka od 20 do 25 minut każdy;
4. Opublikowaniu w Internecie na różnych platformach (np. YouTube, Spotify, Apple Podcasts, Google podcasts);
5. Przygotowaniu zapowiedzi każdego z 6 odcinków podcastu oraz całego cyklu (łącznie 7 zapowiedzi), do umieszczenia w social mediach Zamawiającego - czas trwania każdej zapowiedzi od 30 do 60 sekund;
6. Dostarczeniu 5 zdjęć z nagrania każdego odcinka podcastu, do wykorzystania przez Zamawiającego w celach promocyjnych;
7. Promocji podcastu w internecie zgodnie z opisem szczegółowym.

### 3. Okres realizacji zamówienia

Działania Wykonawcy rozpoczynają się z dniem podpisania Umowy i kończą z dniem zaakceptowania przez Zamawiającego protokołu odbioru przedmiotu zamówienia, nie później niż 15 grudnia 2023 roku.

Wykonawca obowiązany jest do sporządzenia Harmonogramu realizacji zadania, w którym uwzględnione zostaną wszystkie etapy jego realizacji. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji Harmonogram realizacji w terminie 3 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy.

### 4. Grupa docelowa:

Grupą docelową podcastu są dorośli osoby młode i w średnim wieku. Jest to grupa, dla której profilaktyka zdrowotna ma szczególnie znaczenie, ponieważ wczesna modyfikacja stylu życia może uchronić przed rozwojem i pogorszeniem wielu chorób dietozależnych. Ze względu na format podcastu

nie ma ograniczeń geograficznych ani liczbowych co do odbiorców, co pozwoli na dotarcie do szerokiej grupy słuchaczy.

#### 5. Cel zadania:

Celem zadania jest zwiększenie świadomości odbiorców nt. chorób dietozależnych związanych z wysoką zachorowalnością i śmiertelnością wśród Polaków. Podcast ma na celu również dostarczenie prostych i praktycznych wskazówek, dzięki którym można wprowadzić dietoprofilaktykę oraz modyfikację prozdrowotną stylu życia, co przyniesie korzyści pod kątem profilaktyki pierwotnej i wtórnej wielu chorób współczesnego świata.

#### 6. Wymagania dotyczące produkcji podcastu

Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze:

- 6 odcinków podcastu
- 1 zapowiedzi całego cyklu
- 6 zapowiedzi odcinków podcastu (po 1 zapowiedzi dla każdego odcinka).

W każdym odcinku występować będą 3 osoby, tj.

- 2 gości ze strony Zamawiającego
- 1 dziennikarz prowadzący, specjalizujący się w tematach zdrowia, do zaproponowania przez Wykonawcę i zaakceptowania przez Zamawiającego. Wynagrodzenie dziennikarza/prowadzącego ujęte jest w kwocie zamówienia.

Działania będą realizowane w trzech etapach:

- Etap 1: opracowanie szczegółowej koncepcji kreatywnej podcastu na podstawie przekazanego przez Zamawiającego przykładowego scenariusza, w tym: stworzenie oprawy graficznej i dźwiękowej (czołówka z wykorzystaniem logo NIZP PZH-PIB, dzingiel, intro, tyłówka, grafiki i/lub ikonografiki, propozycja wizualizacji planu nagrań, w tym tło graficzne, ujęcia z kamer, oraz dodatkowe elementy wizualne), stworzenie koncepcji trailerów (treść promocyjna), stworzenie koncepcji promocji podcastu z wyceną szczegółową.

- Etap 2: produkcja 6 odcinków podcastu wraz z 7 zapowiedziami.
- Etap 3: publikacja i promocja odcinków.

Poniżej zakres tematyczny podcastu, który powinien zostać zrealizowany:

1. Dietoprofilaktyka chorób sercowo-naczyniowych
2. Dietoprofilaktyka chorób nowotworowych
3. Dietoprofilaktyka cukrzycy i insulinooporności
4. Dietoprofilaktyka chorób układu pokarmowego
5. Dietoprofilaktyka nawracających infekcji i zaburzeń odporności
6. Dietoprofilaktyka zaburzeń neurologicznych i psychicznych

W oparciu o powyższe tematy Zamawiający przygotowuje wstępną koncepcję kreatywną podcastów.

**Wymagania szczegółowe:**

1. Zamawiający przewiduje spotkanie robocze wraz z przekazaniem przykładowego scenariusza w terminie do 2 dni roboczych od dnia podpisania Umowy. Wykonawca ma obowiązek uczestniczenia w spotkaniu. Po każdym spotkaniu Wykonawca sporządzi notatkę z przebiegu rozmów i ustaleń i przedstawi Zamawiającemu do akceptacji.
2. Na podstawie przekazanego przez Zamawiającego przykładowego scenariusza podcastu, Wykonawca przygotowuje, w terminie do 5 dni roboczych od daty przekazania scenariusza szczegółową koncepcję kreatywną.
3. Koncepcja kreatywna musi zawierać również propozycję planu promocji podcastu. Koszt kampanii promocyjnej powinien wynosić 35-40% wartości zamówienia.
4. Zamawiający może zgłosić uwagi do przedstawionej propozycji koncepcji kreatywnej. Wykonawca w terminie do 2 dni roboczych powinien uwzględnić uwagi Zamawiającego, procedura akceptacji będzie powtarzana aż do ostatecznej akceptacji Zamawiającego.
5. Wykonawca zapewni Zamawiającemu udział w pracach nad produkcją podcastu w celu umożliwienia merytorycznego nadzoru. W ramach przygotowań podcastów Zamawiający przewiduje bieżącą współpracę z Wykonawcą, gdzie będzie informowany o postępie prac w produkcji podcastów.

6. Wymagania dotyczące podcastów:

- a. Długość pojedynczego gotowego odcinka podcastu nie może być krótsza niż 20 minut i nie dłuższa niż 25 minut.
- b. Podcasty muszą być przygotowane zgodnie z wymogami w zakresie dostępności dla osób z niepełnosprawnościami (WCAG 2.1), które określa Ustawa z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. 2019 poz. 848 z póź. zm.).
- c. Podcasty zostaną przygotowane w odpowiednich formatach, zgodnie z wytycznymi dostosowanymi do wymagań najpopularniejszych platform, w tym YouTube, Spotify, Apple Podcasts, Google podcasts.
- d. Wykonawca umieści informację o źródle finansowania zgodnie z wytycznymi rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 r. w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub z państwowych funduszy celowych (Dz. U. poz. 953). W celu prawidłowego oznakowania materiałów Zamawiający przekaże Wykonawcy logotypy niezbędne do realizacji Umowy w terminie do dwóch dni od daty podpisania Umowy.
- e. Zamawiający nie dopuszcza, by podcasty zawierały logo Wykonawcy.
- f. Produkcja podcastów będzie się odbywać z wykorzystaniem wysokiej jakości profesjonalnego sprzętu, a w ramach wykonywanej usługi Wykonawca zapewni: montaż, profesjonalne udźwiękowanie i utrwalenie obrazu, efekty specjalne, opracowanie graficzne, transport, makijażystę/-kę i inne działania niezbędne do uzyskania odpowiedniego efektu.
- g. Wykonawca zapewni studio nagrań lub inną przestrzeń spełniającą wymogi wykonania nagrań odpowiedniej jakości, przy czym lokalizacja studia nie może być dalsza niż 25 km od granic Warszawy.

7. Wykonawca nagra i wyprodukuje krótki trailer audio-video do audycji - tzw. zapowiedzi cyklu podcastów, trwającej 30-60 sekund.

8. W ramach nagrywania każdego odcinka podcastu Wykonawca nagra i wyprodukuje krótki trailer audio-video - tzw. zapowiedzi odcinka, trwającej 30-60 sekund (łącznie 6 zapowiedzi odcinków).
9. Podczas nagrywania każdego odcinka podcastu Wykonawca wykona i przekaże Zamawiającemu 5 fotografii z nagrania do wykorzystania przez Zamawiającego w celach promocyjnych.
10. Nagrania zaplanowane będą na 3 dni robocze (po 2 odcinki na 1 dzień nagrań). Wykonawca zaproponuje terminy do uzgodnienia z Zamawiającym, przy czym termin nagrań nie może być późniejszy niż **25 października 2023** roku.
11. Postprodukcję Wykonawca zrealizuje najpóźniej w ciągu 5 dni roboczych od zakończenia realizacji nagrania.
12. Zamawiający zaakceptuje produkty finalne lub zgłosi poprawki, które Wykonawca obowiązany będzie uwzględnić w terminie do 2 dni roboczych. Procedura akceptacji będzie powtarzana aż do ostatecznej akceptacji Zamawiającego.
13. Komunikacja w sprawie uwag do postprodukcji odbędzie się drogą poczty elektronicznej.
14. Po akceptacji ostatecznej formy każdego odcinka Wykonawca opublikuje je na określonych platformach, np. YouTube, Spotify, Apple Podcasts, Google podcasts. Harmonogram publikacji będzie uzgodniony z Zamawiającym.
15. Promocja podcastów:
  - A. Akcja informacyjna w mediach społecznościowych

Wykonawca zobowiązany jest do prowadzenia kampanii informacyjnej z wykorzystaniem kanałów społecznościowych należących do Zamawiającego:

    1. Facebook
    2. Instagram
    3. Kanał YouTube
    - a) Wykonawca będzie prowadził działania przez cały okres realizacji Umowy.
    - b) W ramach Umowy Wykonawca będzie odpowiadał za publikowanie i tworzenie treści i grafik na profilach Facebook, Instagram i YouTube mających na celu promocję podcastów.

- c) Wykonawca przygotowuje minimum 3 dark posty i zaplanuje kampanię sponsorowaną na Facebooku i Instagramie. Kampania zostanie przygotowana przez Wykonawcę zgodnie z zasadami publikowania reklam na Facebooku i Instagramie.
  - B. Zamieszczanie treści w mediach społecznościowych należących do Zamawiającego
    - a) Materiały do publikacji dostosowane będą formą i treścią do poszczególnych mediów społecznościowych, różnych nośników (urządzeń mobilnych, komputerów stacjonarnych) oraz grup docelowych Kampanii,
    - b) Materiały będą angażujące i zróżnicowane pod względem audiowizualnym.
    - c) Wszystkie materiały wizualne powinny zawierać logo lub link do strony internetowej na której będą umieszczone podcasty,
    - d) Publikowane posty w mediach społecznościowych muszą spełniać wymogi WCAG 2.1.
  - C. Kampania sponsorowana na YouTube – spot 15 sekund np. In-stream bez pominięcia reklam
16. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu raportu końcowego, w terminie do 2 dni roboczych od zakończenia publikacji i promocji wszystkich odcinków podcastu. Raport końcowy zostanie zaakceptowany przez Zamawiającego w terminie do 3 dni roboczych po weryfikacji przez Zamawiającego, że gotowy podcast spełnia ww. warunki i prawidłowo się odtwarza na takich platformach jak Youtube, Spotify, Apple podcasts, Google podcasts.
17. Wraz z raportem końcowym Wykonawca przekaze Zamawiającemu materiał w plikach otwartych na nośniku. Format pliku powinien umożliwiać proste odtworzenie na komputerach PC i Mac każdego typu.
18. Zaakceptowany raport końcowy jest podstawą do podpisania protokołu odbioru przedmiotu zamówienia przez Zamawiającego.
19. Podpisanie protokołu odbioru nastąpi w terminie do 2 dni roboczych od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego raportu końcowego.
20. Wykonawca, realizując Umowę, zobowiązany jest do oznakowania wszelkich materiałów wytworzonych w ramach Umowy, zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 r. w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty

realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub z państwowych funduszy celowych (Dz. U. poz. 953).