

MUZEUM WARSZAWY

Rynek Starego Miasta 28
00-272 Warszawa
tel. 22 635 16 25, fax: 22 831 94 91
NIP 525-12-90-392
(pieczęć Zamawiającego)

Załącznik nr 2

Warszawa, dnia 18.04.2018

ZAPYTANIE OFERTOWE

(zamówienie którego wartość nie przekracza wyrażonej w złotych równowartości kwoty
30.000 EUR – art. 4 pkt 8 ustawy PZP)

Zwracam się z prośbą o przedstawienie swojej oferty na poniżej opisany przedmiot zamówienia:

1. Przedmiot zamówienia: Wykonanie około 90-sekundowego trailera wraz z oprawą graficzną (w języku polskim i angielskim) opowiadającego o wystawie głównej Muzeum Warszawy *Rzeczy warszawskie*, ze szczególnym uwzględnieniem gabinetów z drugiej części wystawy. Projekt jest współfinansowany ze środków Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020 w ramach działania 8.1 Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury, oś priorytetowa VIII Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Tytuł projektu: Zakup sprzętu i wyposażenia w celu realizacji II etapu Wystawy Głównej Muzeum Warszawy oraz prowadzenia działalności kulturalnej w siedzibie przy Rynku Starego Miasta w Warszawie

Celem spotu jest trafienie do jak najszerzego grona odbiorców, dlatego też jego forma powinna być atrakcyjna i budować zainteresowanie Muzeum Warszawy. Tematyka trailera musi być przedstawiona w sposób klarowny, zachowując jednocześnie wysoką wartość merytoryczną. Spot powinien spełniać założenia identyfikacji wizualnej Muzeum. Całość musi powstać przy użyciu nowoczesnych technik rejestracji obrazu oraz postprodukcji. Opis wymagań jakie powinien spełnić spot stanowi załącznik nr 1 do Zapytania.

Oferta musi zawierać: scenariusz (wraz z referencjami wizualnymi w postaci zdjęć lub zmontowanego video) oraz udokumentowane doświadczenie Oferenta w postaci linków do spotów lub plików o rozszerzeniach avi. lub mp.4 nagranych na płytę DVD (w zależności od doświadczenia od 3 do 30 spotów i więcej).

2. Termin realizacji zamówienia: nie później niż do 16 maja 2018
3. Warunki udziału w postępowaniu: doświadczenie w produkcji spotów reklamowych w branży kreatywnej oraz dla instytucji kultury, warunek konieczny to wyprodukowanie co najmniej 2 (słownie: dwa) spotów reklamowych w dziedzinie kultury, sztuki i edukacji.
4. Kryteria oceny ofert:
 - cena: 10%
 - scenariusz trailera: 60%; kryteria oceny:
 - a. zgodność z ideą przedstawioną w briefie i adekwatność do treści briefu – 15%
 - b. twórcze podejście do przedstawienia wizerunku muzeum – 15%
 - c. zwięzłość i dokładność w opisie scenariusza – klarowne i spójne z briefem opisanie formuły materiału – 5%
 - d. trafność doboru techniki i formy realizacji – forma filmu budująca zainteresowanie odbiorcy instytucją – 10%
 - e. pomysły na atrakcyjne przedstawienia tematu szerokiej opinii publicznej, zgodne z ideą Muzeum, oryginalność – 10%
 - f. uniwersalność formuły filmu, która pozwoli zachować filmowi aktualność i atrakcyjność – 5%
 - doświadczenie w realizacji spotów reklamowych w dziedzinie kultury, sztuki i edukacji : 10%, kryteria oceny:
 - a. od 3 do 5 spotów – 5%,



- b. do 10 spotów – 10%,
 - c. do 20 spotów – 15%,
 - d. powyżej 30 spotów – 20%
- jakość wcześniejszych prac – 20%, będzie oceniany:**
- a. walor estetyczny – zdjęcia wykonane są w wysokiej rozdzielczości full HD – 10%
 - b. kreatywność – twórcze podejście do przedstawianych zagadnień wpływające na odbiór utworów – 5%
 - c. innowacyjność w podejściu do realizacji i scenariusza – 5%
5. Wagi punktowe lub procentowe poszczególnych kryteriów oceny ofert:
- cena: 10%**
- scenariusz trailera: 60%; kryteria oceny:**
- a. zgodność z ideą przedstawioną w briefie i adekwatność do treści briefu – 15%
 - b. twórcze podejście do przedstawienia wizerunku muzeum – 15%
 - c. zwięzłość i dokładność w opisie scenariusza – klarowne i spójne z briefem opisanie formuły materiału – 5%
 - d. trafność doboru techniki i formy realizacji – forma filmu budująca zainteresowanie odbiorcy instytucją – 10%
 - e. pomysły na atrakcyjne przedstawienia tematu szerokiej opinii publicznej, zgodne z ideą Muzeum, oryginalność – 10%
 - f. uniwersalność formuły filmu, która pozwoli zachować filmowi aktualność i atrakcyjność – 5%
- doświadczenie w realizacji spotów reklamowych w dziedzinie kultury, sztuki i edukacji : 10%, kryteria oceny:**
- a. od 3 do 5 spotów – 5%,
 - b. do 10 spotów – 10%,
 - c. do 20 spotów – 15%,
 - d. powyżej 30 spotów – 20%
- jakość wcześniejszych prac – 20%, będzie oceniany:**
- a. walor estetyczny – zdjęcia wykonane są w wysokiej rozdzielczości full HD – 10%
 - b. kreatywność – twórcze podejście do przedstawianych zagadnień wpływające na odbiór utworów – 5%
 - c. innowacyjność w podejściu do realizacji i scenariusza – 5%
6. Opis sposobu przyznania punktacji za spełnienie danego kryterium oceny ofert:
- cena: 10%**
- scenariusz trailera: 60%; kryteria oceny:**
- a. zgodność z ideą przedstawioną w briefie i adekwatność do treści briefu – 15%
 - b. twórcze podejście do przedstawienia wizerunku muzeum – 15%
 - c. zwięzłość i dokładność w opisie scenariusza – klarowne i spójne z briefem opisanie formuły materiału – 5%
 - d. trafność doboru techniki i formy realizacji – forma filmu budująca zainteresowanie odbiorcy instytucją – 10%
 - e. pomysły na atrakcyjne przedstawienia tematu szerokiej opinii publicznej, zgodne z ideą Muzeum, oryginalność – 10%
 - f. uniwersalność formuły filmu, która pozwoli zachować filmowi aktualność i atrakcyjność – 5%
- doświadczenie w realizacji spotów reklamowych w dziedzinie kultury, sztuki i edukacji : 10%, kryteria oceny:**
- a. od 3 do 5 spotów – 5%,
 - b. do 10 spotów – 10%,
 - c. do 20 spotów – 15%,
 - d. powyżej 30 spotów – 20%
- jakość wcześniejszych prac – 20%, będzie oceniany:**
- a. walor estetyczny – zdjęcia wykonane są w wysokiej rozdzielczości full HD – 10%
 - b. kreatywność – twórcze podejście do przedstawianych zagadnień wpływające na odbiór utworów – 5%
 - c. innowacyjność w podejściu do realizacji i scenariusza – 5%
7. Termin składania ofert ¹ 27 kwietnia 2018 r.
8. Warunki zmiany umowy: umowa dot. realizacji zamówienia określonego w niniejszym zapytaniu ofertowym może zostać zmieniona, jeżeli nastąpi zmiana okoliczności uniemożliwiająca realizację zamówienia zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami
9. Inne postanowienia, których obowiązek zamieszczenia w zapytaniu ofertowym wynika z właściwych wytycznych lub innych wiążących dokumentów:

Oferenci będący osobami fizycznymi, w tym prowadzącymi działalność gospodarczą, na etapie składania ofert zobowiązani są do złożenia następującego oświadczenia:

„Wyrażam zgodę na przetwarzanie w trybie ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, moich danych osobowych w zakresie obejmującym imię i nazwisko, a w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej – również w zakresie firmy, na potrzeby związane z zamówieniem publicznym, w ramach którego składam swoją ofertę. Ponadto wyrażam zgodę na podanie do publicznej wiadomości wysokości zaproponowanej ceny za realizację zamówienia”

Oferenci będący osobami prawnymi lub jednostkami organizacyjnymi niebędącymi osobami prawnymi, którym ustawa przyznaje zdolność prawną, na etapie składania ofert zobowiązani są do złożenia następującego oświadczenia:

„Znany jest mi fakt, iż dane identyfikujące podmiotu, który reprezentuję, stanowią informację publiczną w rozumieniu art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, które podlegają udostępnianiu w trybie przedmiotowej ustawy. Ponadto wyrażam zgodę na podanie do publicznej wiadomości wysokości zaproponowanej ceny za realizację zamówienia”

Ofertę prosimy przesłać pocztą na adres:

Muzeum Warszawy, Rynek Starego Miasta 28-42 Warszawa (z dopiskiem Dominika Dragan-Alcantara, Dział Promocji i Komunikacji) faxem na numer: _____ lub pocztą elektroniczną na adres mailowy osoby prowadzącej postępowanie, tj.: dominika.dragan@muzeumwarszawy.pl.



(podpis)

90-sekundowy trailer opowiadający o wystawie głównej Rzeczy warszawskie, ze szczególnym uwzględnieniem gabinetów z drugiej części wystawy.

Celem zadania będzie stworzenie 90-sekundowego spotu w jakości 1920 x 1080 pikseli, który ma przedstawiać gabinety wystawy głównej „Rzeczy warszawskie” w siedzibie Muzeum Warszawy (Rynek Starego Miasta 28-42, Warszawa). Film ma oferować nowoczesny przekaz wsparty dynamicznym montażem i dopasowanym podkładem muzycznym. Przekazywane informacje powinny być wsparte infografiką zgodną z identyfikacją Muzeum Warszawy. Spot będzie nieodłączną częścią kampanii promującej otwarcie drugiej części wystawy głównej Muzeum Warszawy, które odbędzie się 9-10 czerwca 2018 r.

Założeniem spotu jest przedstawienie w atrakcyjny sposób gabinetów wystawy głównej Muzeum Warszawy. Wystawa powinna zostać przedstawiona jako przestrzeń-objekty-miejsce otwierające wiele perspektyw interpretacyjnych, których wspólnym mianownikiem jest Warszawa. Narracja powinna tłumaczyć przez pryzmat gabinetów fenomen Warszawy – jej różnorodny charakter. Scenariusz korespondować będzie z założeniami wystawy głównej. Wskaże na istotność rzeczy w życiu każdego człowieka (walor uniwersalny) oraz wyjątkowość rzeczy z gabinetów (walor szczególny).

Przy realizacji zadania wykonawca musi uwzględnić następujące oczekiwania:

- Spot dostępny będzie w polskiej wersji z angielskimi i polskimi napisami, aby umożliwić odbiorcom oglądanie bez dźwięku.
- Muzeum Warszawy udostępni gabinety oraz muzealia (o ile nie jest to sprzeczne z wytycznymi konserwatorskimi).
- Oprawa graficzna zgodna z identyfikacją Muzeum Warszawy.
- Narracja filmowa spójna z oprawą graficzną.
- Przystosowanie spotów do publikacji w Internecie; ich formaty muszą być odpowiednie do emisji w serwisach internetowych (np. YouTube), portalach społecznościowych, na stronie WWW Muzeum Warszawy oraz emisji podczas spotkań / konferencji / prezentacji.
- Oprawa muzyczna (z prawami do jej wykorzystania w spotach, odtwarzania oraz kopiowania) zaproponowana przez Wykonawcę.
- Scenografia: wnętrza Muzeum oraz zdjęcia plenerowe – Rynek Starego Miasta.
- Zamawiający wymaga wysokiej jakości produkcji zarówno od strony merytorycznej, jak i produkcyjnej.
- W cenie usługi Wykonawca zapewni opracowanie scenariusza i terminarza, który uzgodni z Zamawiającym.
- Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji zmontowany materiał promocyjny. W terminie 3 dni roboczych od przedstawienia zmontowanego materiału promocyjnego Zamawiającemu przysługuje prawo do zgłoszenia uwag, a Wykonawca zobowiązuje się nanieść poprawki w terminie 2 dni od zgłoszenia ich przez Zamawiającego. Poprawki Zamawiający zgłasza w formie pisemnej lub drogą elektroniczną do upoważnionej przez Wykonawcę osoby. Zaakceptowany przez Zamawiającego Materiał promocyjny Wykonawca przekaże w terminie 2 dni od akceptacji.
- Obowiązkowym elementem musi być informacja o finansowaniu z funduszy europejskich razem z logotypami oraz formułą: projekt pn. *Projekt jest współfinansowany ze środków Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020 w ramach działania 8.1 Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury, oś priorytetowa VIII Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury*

Tytuł projektu: Zakup sprzętu i wyposażenia w celu realizacji II etapu Wystawy



Główny Muzeum Warszawy oraz prowadzenia działalności kulturalnej w siedzibie przy Rynku Starego Miasta w Warszawie

- Wraz z przekazaniem materiałów Wykonawca przekaże do nich Zamawiającemu autorskie prawa majątkowe i upoważni go do wykonywania przysługujących autorowi praw zależnych.