



Caiet de sarcini

privind achiziționarea serviciilor de realizare a proiectului “Film de promovare turistică - Centenar și Turism Cultural”, de 3 minute

Promovarea turistică a României reprezintă una dintre cele mai importante atribuții ale ministerului Turismului, instituită prin Hotărârea de Guvern nr. 24/2017 privind organizarea și funcționarea Ministerului Turismului. Același act normativ impune ministerului să organizeze și să realizeze activitatea de promovare turistică a României, atât în plan intern, cât și la nivel internațional. Totodată, una dintre funcțiile importante ale ministerului este aceea de a crește notorietatea României ca destinație turistică.

În plus, Centenarul Marii Uniri reprezintă prilejul ideal pentru a contura România ca destinație turistică majoră în Europa, în privința turismului cultural. În acest sens, Comitetul Interministerial pentru Centenar a aprobat, în data de 6.07.2018, realizarea, de către ministerul Turismului, a proiectului: “Film de promovare turistică - Centenar și Turism Cultural”.

Conform fișei tehnice, în realizarea filmului accentul se va pune pe turismul cultural (cu precădere dimensiunea istorică a Centenarului României (1918-2018) și Primului Război Mondial), precum și pe city-break (orașele asociate cu Centenarul).

Conceptul pe scurt - Pornind de la trecut - în principal Unirea de la 1918 - să se ajungă la integrarea europeană a României.

Filmul (sau părți din el) va putea fi utilizat ulterior la alte acțiuni de promovare, și în contextul Președinției României a Consiliului UE 2019 și a participării la Europalia 2019.

Drept urmare, Direcția de Marketing și Promovare Turistică propune achiziționarea de servicii pentru realizarea unui film de promovare turistică de 3 minute și a altor variante editate ale acestuia de 30 de secunde, în vederea îndeplinirii obiectivului de creștere a notorietății României ca destinație turistică. Filmul va fi centrat pe promovarea turismului cultural și de tip city-break, pentru a răspunde cerințelor pieței actuale și contextului național și internațional.

Tema filmului publicitar

Potrivit fișei tehnice, **mesajul cheie care trebuie transmis este acela că România reprezintă o destinație modernă, bogată din punct de vedere cultural, care-și respectă trecutul.**

Mesajul va susține și conceptul de „orașele unirii” și va cuprinde elemente din orașe care au avut o implicare în realizarea Marii Uniri din 1918.

În același timp, filmul trebuie să promoveze și turismul de tip city-break, cu accent pe îmbinarea armonioasă a aspectului cultural cu cel modern, de petrecere a timpului liber în mijlocul unor obiective încărcate de istorie, dar cu facilități adaptate cerințelor actuale.

Clipul va promova turismul de tip city-break în orașele importante pentru înfăptuirea Unirii, cu accent pe elementele comune ale acestora, respectând ideea de unitate a românilor, dar explorând, totodată, și latura modernă. Îmbinarea celor două medii temporale diferite imprimă turistului impresia unor experiențe inedite, autentice, pe care le poate trăi doar în România. Dincolo de momentul unirii din 1918, clipul va acoperi și ideea de unitate a românilor în condiții de diversitate etnică și culturală.

Scenariul va fi elaborat în jurul conceptului general: „Orașele Unirii”.

Pe toată durata clipului, brandul de turism, “Romania, Explore the Carpathian Garden”, va fi inserat în colțul din stânga jos. Totodată, clipul va marca faptul că este produsul unei campanii de celebrare a Centenarului Marii Uniri, prin prezentarea logo-ului Centenarului, în cadrul unor cartioane ce vor fi inserate la începutul și sfârșitul clipului.

În ceea ce privește latura de creație, ofertantii vor prezenta o propunere de concept, prezentată sub forma câte unui storyboard/scenariu/decupaj regizoral, atât pentru clipul de 3 minute, cât și pentru fiecare cut de 30 de secunde ce va prezenta fiecare oraș prezent în filmul integral.

Scenariul va descrie desfășurarea evenimentelor secvență cu secvență, cadru cu cadru, va asigura unitatea materialului de 3 minute, dar și coerența fiecărui cut de 30 de secunde despre orașele prezentate individual. Pentru o mai bună înțelegere a conceptului, scenariul va cuprinde un rezumat inițial al subiectului filmului (sinopsis), apoi o descriere precisă a fiecărei secvențe, inclusiv ca durată, loc al acțiunii, momentul zilei, metodă de filmare, conținut al coloanei sonore, personaje.

Mesajul trebuie să fie puternic și credibil, să se diferențieze de mesaje de promovare ale țărilor concurente sau aflate într-o situație asemănătoare, spre exemplu, cele care sărbătoresc Centenarul, ca și România. În 2018, nu doar România marchează Centenarul, ci și mai multe state din Europa, precum Lituania, Estonia, Cehia, Polonia și Letonia.

Clipul va fi axat pe surprinderea reacțiilor personajelor, nu doar pe prezentarea unor clădiri sau obiective turistice care să aibă legătura cu Unirea din 1918 sau alte simboluri ale unității poporului român.

Mesajul poate fi prezentat prin intermediul unor elemente grafice și/sau prin intermediul unui voice-over/narator.

Imaginile trebuie centrate pe turistul/personajul care este implicat în diverse activități în cadrul unor obiective culturale cu o vădită legătura cu istoria României, în principal cu evenimentele din 1918, respectiv din perioada Primului Război Mondial. Oamenii sunt personajele principale ale clipului, nu clădirile istorice. Mesajul trebuie conturat în raport de starea pe care turiștii o au în momentul în care se află în mijlocul unor orașe încărcate de istorie și de experiențele trăite de aceștia în cadrul unor călătorii de tip city-break.

Obiectiv

Potrivit fișei tehnice a propunerii aprobate de către Comitetul Interministerial pentru Centenar din data de 6.07.2018, obiectivul proiectului este promovarea României și a turismului cultural. **Mesajul cheie care trebuie transmis este acela că România reprezintă o destinație modernă, bogată din punct de vedere cultural, care-și respectă trecutul.**

Clipul și cut-urile individuale vor fi utilizate în cadrul campaniilor de promovare ale Ministerului Turismului, vor fi prezentate la evenimentele unde ministerul este organizator, coorganizator sau partener, la Târgurile de turism internaționale și interne, la conferințe, summituri, seminarii sau alte întâlniri din domeniu, precum și în cadrul unor acțiuni de promovare ATL și BTL, atât online, cât și offline, fără a se limita la acestea.

Rezultatul așteptat

Realizarea clipului va contribui la creșterea notorietății României ca destinație turistică competitivă în privința turismului cultural. Prezentarea în cadrul evenimentelor internaționale, precum și prin intermediul unor campanii publicitare și de marketing va duce la conturarea României ca destinație pentru pasionații de turism cultural și pentru turiștii care preferă experiențele de tip city-break.

În plus, clipul va fi folosit și în activitățile birourilor externe care vor fi înființate în piețele țintă ale României, precum și în relația directă cu turoperatorii străini, în vederea întăririi imaginii țării noastre de destinație modernă, bogată din punct de vedere cultural, care-și respectă trecutul, potrivită pentru un turist aflat în căutarea unor experiențe autentice, inedite, dar nu superficiale.

Promovarea României ca destinație turistică de nivel mondial este o prioritate strategică în dezvoltarea turismului românesc și a imaginii de țară.

Filmul va putea fi utilizat ulterior la alte acțiuni de promovare și în contextul Președinției României a Consiliului UE 2019 și a participării la Europalia 2019.

Caracteristici tehnice

În ceea ce privește producția, filmele vor avea următoarele caracteristici tehnice: vor fi livrate în variantă minim HD, format 16:9 (1920*1080), recomandabil UHD (3840x2160), sunet 48 Khz, stereo. Filmările vor fi realizate în compresie minim ProRes Raw, recomandabil CinemaDNG. Clipul final va fi exportat ca mp4 și mov. Filmările vor fi realizate cu o camera de filmat digitală, cu senzor Super 35mm, la minim 60fps, în scopul realizării unor efecte de tip slow-motion, time-lapse, etc. Totodată, filmul finit va cuprinde obligatoriu imagini surprinse cu ajutorul unei drone capabile să furnizeze imagini de calitate minim UHD (3840x2160) și cu ajutorul unei macarale cu o lungime minimă de braț de 3 metri, pentru spațiile înguste, din apropierea clădirilor sau pentru imaginile aeriene surprinse în zonele în care dronele nu pot zbura din diferite motive. Mesajele grafice sau audio incluse vor fi în limbile română, engleză, franceză, spaniolă, germană, italiană. Prestatorul va asigura traducerea autorizată.

MT va avea drepturi **exclusive** de utilizare și editare a filmelor. Filmele sunt create

pentru a fi utilizate pentru campaniile de promovare ulterioare ale Ministerului Turismului precum: campanii TV, marketing online, cu ocazia unor evenimente interne și externe, etc.

Materialul brut (cel puțin 2 h și 30 minute de filmări) va fi pus la dispoziția Ministerului Turismului, cu drepturi exclusive de proprietate, editare, difuzare.

Filmul de 3 minute, precum și cele cel puțin 6 cut-uri de 30 secunde vor putea conține unele imagini (cel mult 25% din durata totală) din arhiva filmată a ofertanților, adică realizate înainte de încheierea contractului cu Ministerul Turismului, cu condiția ca acestea să nu mai fi fost oferite altor beneficiari în țară și în străinătate. În acest sens, prestatorul va da o declarație pe propria răspundere.

Vor fi filmate cel puțin 6 destinații turistice din România, printre acestea regăsindu-se obligatoriu Alba-Iulia, Iași, București, Sibiu, Constanța, Timișoara fără a se limita la acestea, ci având posibilitatea de a include în film și orașe precum Târgoviște, Arad, Oradea, Piatra Neamț, Sinaia, Hunedoara. Cut-urile/clipurile de 30 de secunde vor prezenta câte un oraș, respectând scenariul clipului individual, dar păstrând structura și coerența unui clip de sine stătător.

Numele fiecărui oraș prezentat va fi menționat în scris, atât în clip, cât și în cut-urile/clipurile de 30 de secunde, în primele 10 secunde ale calupului destinat orașului respectiv, menținerea lui pe ecran fiind obligatorie timp de cel puțin 5 secunde. Fontul va respecta linia grafică a clipului.

Filmul de 3 minute va avea minimum un personaj central și va prezenta obligatoriu imagini cu turiști, având un storyboard bine determinat.

Filmul și cut-urile vor acoperi obligatoriu următoarele forme de turism ale României:

| <i>Sector turistic</i> | <i>Descriere orientativă</i> |
|---------------------------|--|
| <i>Circuite culturale</i> | În principal, explorare pe cont propriu parcurgând rute tematice și peisaje încântătoare, vizitând locuri istorice, orașe reprezentative pentru Marea Unire și perioada Primului Război Mondial, dar și orașe în care se regăsesc simboluri ale poporului român, precum Târgu-Jiu, unde sunt operele lui Brâncuși |
| <i>City-break</i> | Cunoașterea orașelor reprezentative printr-un cumul de activități și de vizite în cadrul unor puncte de interes turistic, prin experimentarea factorului local, prin intermediul unor restaurante, cafenele, ceainării, bistro-uri, teatre, ateliere de creație, magazine cu produse tradiționale și manufacturi, muzee, centre civice, obiective istorice, piațete etc. |

Cele cel puțin 6 cut-uri/spot-uri de 30 secunde vor descrie formele de turism sus-menționate. **Conținutul acestor cut-uri/spoturi de 30 secunde:** Clipurile de 30 de secunde vor fi prezentările individuale ale orașelor cuprinse în materialul finit de 3 minute. Vor fi tot atâtea cut-uri de 30 de secunde câte orașe vor fi cuprinse în clipul integral.

Atât clipul de 3 minute, cât și cele 6 cut-uri individuale vor fi în: română, engleză, franceză, spaniolă, germană, italiană, cerință obligatorie atât pentru elementele grafice/text, cât și pentru voice-over/narator.

Ministerului Turismului va deține exclusiv drepturile patrimoniale asupra operei publicitare.

Ofertantul va prezenta un grafic de execuție al proiectului.

DURATA DE EXECUȚIE a filmelor: 30 de zile calendaristice din momentul semnării contractului.

DREPTURI DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ

- a) Câștigătorul procedurii de achiziție cesionează în întregime și pe durată nedeterminată Ministerului Turismului drepturile patrimoniale asupra materialelor brute și editate și, în special, drepturile de utilizare, multiplicare și difuzare nelimitată prin orice mediu și în orice format procesat sau al oricărei părți a materialelor recepționate, în orice perioadă de timp la data intrării în vigoare a contractului sau inventate sau aduse la cunoștința publică la o dată ulterioară, astfel cum sunt aceste drepturi prevăzute de legislația privind drepturile de autor și drepturile conexe. Cesiunea drepturilor patrimoniale de autor de la câștigătorul procedurii către Ministerul Turismului are caracter exclusiv.
- b) Coloana sonoră va fi asigurată de către ofertant prin asigurarea tuturor drepturilor de autor, conform legislației în vigoare. Coloana sonoră va fi în concordanță cu storyboard-ul.

COMPONENȚA ECHIPEI DE PROIECT

Copywriter

- Absolvent al unei instituții de învățământ superior recunoscută la nivel național și internațional în domeniul comunicării/publicitate/jurnalism
- experiență generală într-unul din domeniile: comunicare, publicitate, jurnalism, film, arta teatrală, imagine de cel puțin un an.
- experiență specifică minimă (cel puțin 1 clip) în realizarea de clipuri publicitare, documentare, filme artistice, reportaje, videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică.

Scenarist

- Absolvent al unei instituții de învățământ superior recunoscută la nivel național și internațional în domeniul cinematografiei și artei teatrale
- experiență generală într-unul din domeniile: comunicare, publicitate, jurnalism, film, arta teatrală, imagine de cel puțin un an.
- experiență specifică minimă în realizarea a cel puțin 10 clipuri publicitare, documentare, filme artistice, videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică.

Regizor

- Absolvent al unei instituții de învățământ superior recunoscută la nivel național și internațional în domeniul cinematografiei și artei teatrale
- experiență generală într-unul din domeniile: comunicare, publicitate, jurnalism, film, arta teatrală, imagine de cel puțin un an.
- experiență specifică minimă în realizarea a cel puțin 10 clipuri publicitare, documentare, filme artistice, videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică.

Operatori imagine

- Absolvent al unei instituții de învățământ liceal/post-liceal/profesional sau al unui curs acreditat de operator imagine/cameraman
- experiență generală într-unul din domeniile: comunicare, publicitate, jurnalism, film, arta teatrală, imagine de cel puțin un an.
- experiență specifică minimă (cel puțin 1 clip) în realizarea de clipuri publicitare, documentare, filme artistice, reportaje, videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică.

Editor montaj

- Absolvent al unei instituții de învățământ liceal/post-liceal/profesional sau al unui curs acreditat de montaj
- experiență generală într-unul din domeniile: comunicare, publicitate, jurnalism, film, arta teatrală, imagine de cel puțin un an.
- experiență specifică minimă în realizarea a cel puțin 10 clipuri publicitare, documentare, filme artistice, videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică.

Sunetist

- Absolvent al unei instituții de învățământ liceal/post-liceal/profesional sau al unui curs acreditat de sunet
- experiență generală într-unul din domeniile: comunicare, publicitate, jurnalism, film, arta teatrală, imagine de cel puțin un an.
- experiență specifică minimă (cel puțin 1 clip) în realizarea de clipuri publicitare, documentare, filme artistice, reportaje, videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică.

Experiența

Experiența per ansamblu a ofertantului constituie cerință obligatorie. Astfel, ofertantul trebuie să fi realizat cel puțin 10 clipuri publicitare sau documentare sau filme artistice sau videoclipuri muzicale sau clipuri de promovare turistică sau reportaje.

Capacitatea tehnică

Ofertantul trebuie să prezinte o ofertă tehnică care să respecte următoarele cerințe tehnice:

- camera de filmat digitală, cu senzor Super 35mm, capabilă să realizeze filmări în format minim ProRes Raw, recomandabil CinemaDNG, calitate UHD (3840x2160), 60fps
- dronă capabilă să furnizeze imagini de calitate minim UHD (3840x2160)
- macara cu o lungime minimă de braț de 3 metri și cap motorizat