

## **ZAŁĄCZNIK NR 2**

### **SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

Kompleksowa obsługa foto-video oraz aranżacja i obsługa przestrzeni wizualnej podczas wizyt w klubach sportowych objętych Programem „KLUB PRO 2026”

#### **1. Cel zamówienia**

1. Celem zamówienia jest przygotowanie spójnej, profesjonalnej i prestiżowej dokumentacji foto-video Programu „KLUB PRO 2026” oraz zapewnienie kompleksowej oprawy wizualnej wizyt w klubach sportowych objętych Programem.
2. Materiały mają przedstawiać realny wpływ Programu na rozwój sportu wyczynowego młodzieży, poprawę warunków szkoleniowych, dostęp do profesjonalnego sprzętu, rozwój infrastruktury oraz wsparcie trenerów i osób współpracujących z klubami.
3. Realizacja ma wzmacniać wizerunek Fundacji LOTTO im. Haliny Konopackiej i Ministerstwa Sportu i Turystyki jako instytucji inwestujących w młodych sportowców i profesjonalizację klubów oraz stworzyć ogólnopolską bazę materiałów do kampanii digital, mediów społecznościowych, komunikacji prasowej, sprawozdawczości i produkcji Gali „KLUB PRO 2026”.
4. Wykonawca odpowiada nie tylko za nagrania i zdjęcia, lecz za całą przestrzeń wizualną wizyty: transport, ustawienie, ekspozycję, bieżącą obsługę, estetykę, bezpieczeństwo i demontaż elementów promocyjnych przekazanych przez Zamawiającego.

#### **2. Definicje**

1. „Program” - Program „KLUB PRO”, w pierwszej kolejności edycja 2026.
2. „Wizyta” - kompleksowa realizacja w jednej lokalizacji, obejmująca równocześnie obsługę foto-video i pełną obsługę przestrzeni wizualnej, w wymiarze do 8 godzin pracy na miejscu, licząc od rozpoczęcia montażu do zakończenia demontażu.
3. „Branding” lub „elementy promocyjne” - namioty, leżaki, balon, bramy, roll-upy, tablice, flagi, windery, banery, elementy ekspozycyjne, wyposażenie i inne materiały przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego.
4. „Materiały” - wszystkie nagrania, fotografie, pliki źródłowe, projekty montażowe, napisy, grafiki, wersje robocze i finalne powstałe w ramach zamówienia.
5. „Gala” - Gala „KLUB PRO”, planowana do emisji telewizyjnej lub publikacji w kanałach wskazanych przez Zamawiającego.
6. „Zlecenie jednostkowe” - dokument lub wiadomość określająca konkretną wizytę, lokalizację, termin, zakres, elementy brandingu, produkty, terminy i wynagrodzenie według cen jednostkowych z oferty.

#### **3. Ogólny zakres zamówienia**

1. Zamówienie obejmuje w szczególności:
  - 1) opracowanie koncepcji kreatywnej i organizacyjnej realizacji materiałów oraz zachowania spójnego stylu we wszystkich wizytach;
  - 2) przygotowanie list ujęć, pytań do wypowiedzi, planów realizacyjnych i harmonogramów godzinowych;
  - 3) gotowość operacyjną oraz mobilizację ekipy, sprzętu, pojazdów i brandingu na terenie całej Polski;
  - 4) odbiór, inwentaryzację, przechowywanie, transport, załadunek, rozładunek, montaż, aranżację, bieżącą obsługę, demontaż, spakowanie i zwrot elementów promocyjnych;
  - 5) realizację nagrań filmowych, fotografii, wypowiedzi, krótkich wywiadów i materiałów do mediów społecznościowych;
  - 6) realizację materiałów źródłowych przydatnych do produkcji Gali, w jakości umożliwiającej emisję telewizyjną;
  - 7) montaż, korekcję barwną, udźwiękowienie, postprodukcję, przygotowanie plansz, napisów, wersji z napisami i bez napisów oraz formatów do różnych kanałów;
  - 8) przekazanie materiałów źródłowych, roboczych i finalnych w chmurze wskazanej przez Zamawiającego;
  - 9) zapewnienie praw, licencji i zgód, w tym zgód wizerunkowych oraz praw do muzyki, grafik, fontów, materiałów stockowych i lektora;
  - 10) zapewnienie ciągłości, zespołu rezerwowego, sprzętu zastępczego i procedur awaryjnych.

#### 4. Orientacyjna liczba i charakter wizyt

1. Zamówienie podstawowe może obejmować około 30 wizyt w klubach sportowych, z możliwością rozszerzenia ich w ramach prawa opcji. Liczby mają charakter orientacyjny i nie stanowią gwarancji minimalnego ani maksymalnego zakresu zleceń.
2. Wizyty obejmują różne dyscypliny sportowe, kluby z całej Polski, ośrodki miejskie i mniejsze miejscowości oraz zróżnicowane warunki obiektowe, pogodowe i organizacyjne.
3. Wizyty mogą odbywać się z udziałem przedstawicieli Zamawiającego, Ministerstwa Sportu i Turystyki, władz klubów, zawodników, trenerów, rodziców lub opiekunów, lokalnych społeczności, gości i mediów.
4. Kolejne wizyty mogą odbywać się dzień po dniu w odległych województwach, również w weekendy, święta, godzinach porannych i wieczornych. Wykonawca zapewni taką organizację pracy, aby podróże, noclegi, montaż, demontaż i postprodukcja nie ograniczały gotowości do następnego zlecenia.

#### 5. Grupy docelowe materiałów

- zawodnicy, w tym młodzik, junior młodszy, junior i młodzieżowiec;
- trenerzy, instruktorzy, fizjoterapeuci, psychologowie, dietetycy i inne osoby wspierające proces szkoleniowy;
- rodzice lub opiekunowie zawodników;
- zarządy klubów i działacze sportowi;
- lokalne społeczności i kibice;
- odbiorcy ogólnopolskiej emisji lub publikacji Gali „KLUB PRO 2026”;
- użytkownicy mediów społecznościowych, stron internetowych, serwisów wideo i mediów informacyjnych.

#### 6. Mobilizacja, przekazywanie zleceń i tryb pilny

1. Dokładna data, godzina i lokalizacja wizyty mogą zostać przekazane Wykonawcy z wyprzedzeniem wynoszącym 16 godzin przed planowanym rozpoczęciem realizacji.
2. Zlecenie będzie przekazywane pocztą elektroniczną; Zamawiający może dodatkowo przekazać informację telefonicznie lub wiadomością SMS.
3. Wykonawca potwierdzi otrzymanie zlecenia i pełną gotowość w ciągu 120 minut od jego przekazania. Brak potwierdzenia nie zwalnia z realizacji, chyba że Zamawiający odwoła zlecenie.
4. Wykonawca zapewni całodobowy numer telefonu i adres e-mail, obsługiwane przez osobę uprawnioną do podejmowania decyzji operacyjnych.
5. Wykonawca zapewni ekipę podstawową i rezerwową, sprzęt podstawowy i zastępczy, pojazdy oraz zaplecze magazynowe umożliwiające realizację zleceń w całej Polsce.
6. Wykonawca uwzględni możliwość zmian godzinowych, zmian kolejności punktów wizyty oraz uzasadnionych korekt organizacyjnych przekazywanych na miejscu przez koordynatora Zamawiającego.
7. Krótszy niż 16 godzin termin mobilizacji może być realizowany wyłącznie po odrębnym potwierdzeniu przez Wykonawcę.

#### 7. Przygotowanie przed każdą wizytą

1. Niezwłocznie po otrzymaniu zlecenia Wykonawca:
  - 1) potwierdzi skład ekipy, pojazd, sprzęt podstawowy i rezerwowo oraz osobę koordynującą;
  - 2) uzgodni z koordynatorem Zamawiającego plan godzinowy, kolejność działań, moment gotowości przestrzeni, listę kluczowych osób i ujęć;
  - 3) zweryfikuje warunki obiektu, dostęp, możliwość rozładunku, zasady BHP i PPOŻ, warunki oświetleniowe, zasilanie i ograniczenia dotyczące montażu;
  - 4) sprawdzi kompletność i stan elementów brandingu przeznaczonych do wizyty;
  - 5) przygotuje listę kontrolną ujęć, wypowiedzi i fotografii oraz plan wykorzystania brandingu w kadrach;
  - 6) potwierdzi sposób pozyskania lub dokumentowania zgód wizerunkowych, w szczególności osób małoletnich;
  - 7) założy folder wizyty w chmurze.
2. Wykonawca przyjedzie na miejsce z wyprzedzeniem umożliwiającym pełny montaż i przygotowanie przestrzeni przed czasem gotowości wskazanym w zleceniu.

#### 8. Kompleksowa obsługa przestrzeni wizualnej

1. Wykonawca odpowiada za całość przestrzeni wizualnej wizyty od chwili rozpoczęcia rozładunku do zakończenia demontażu i uporządkowania miejsca.
2. Zakres obejmuje w szczególności:
  - 1) rozładunek i przeniesienie elementów do miejsca ekspozycji;
  - 2) montaż namiotu, leżaków, balonów, roll-upów, tablic, flag, banerów i innych elementów wskazanych przez Zamawiającego;

- 3) estetyczne rozplanowanie przestrzeni z uwzględnieniem ruchu uczestników, bezpieczeństwa, warunków obiektu i planowanych kadrów;
  - 4) prawidłowe kotwienie, obciążenie i zabezpieczenie elementów przed przewróceniem, przesunięciem lub uszkodzeniem;
  - 5) ustawienie logotypów i elementów informacyjnych zgodnie z księgami znaku i wytycznymi;
  - 6) bieżące korygowanie ustawienia, czyszczenie, prostowanie, usuwanie elementów uszkodzonych lub stwarzających ryzyko;
  - 7) przemieszczanie elementów wraz ze zmianą miejsca aktywności, jeżeli jest to potrzebne do zachowania widoczności i spójności;
  - 8) ograniczanie zbędnych lub nieuzgodnionych elementów reklamowych osób trzecich w kadrach, w granicach uzgodnionych z klubem i Zamawiającym;
  - 9) demontaż, kontrolę kompletności, bezpieczne pakowanie, załadunek, uporządkowanie miejsca i przygotowanie zestawu do kolejnej wizyty.
3. Przez cały czas wizyty co najmniej jedna osoba Wykonawcy będzie odpowiedzialna za nadzór nad estetyką i bezpieczeństwem przestrzeni. Osoba ta nie może być jednocześnie jedynym operatorem głównej kamery.
  4. Wykonawca zapewni we własnym zakresie narzędzia, pompy, obciążniki, odciąg, mocowania, przedłużacze, podstawowe materiały techniczne i środki do utrzymania czystości.
  5. Montaż i demontaż będą prowadzone zgodnie z instrukcjami producentów, zasadami BHP i PPOŻ oraz wymaganiami obiektu. W przypadku warunków zagrażających bezpieczeństwu Wykonawca niezwłocznie poinformuje Zamawiającego i zastosuje rozwiązanie bezpieczne.

## 9. Przekazanie, przechowywanie i odpowiedzialność za elementy brandingu

1. Elementy brandingu zostaną przekazane Wykonawcy protokolarnie, wraz z informacją o liczbie, stanie, sposobie pakowania, akcesoriach i - jeżeli zostanie wskazana - wartości odtworzeniowej.
2. Od chwili przekazania do chwili zwrotu Wykonawca odpowiada za właściwe przechowywanie, zabezpieczenie przed kradzieżą, wilgocią, zabrudzeniem i uszkodzeniem oraz za prawidłowy transport i użytkowanie.
3. Wykonawca prowadzi bieżącą ewidencję elementów i po każdej wizycie sprawdza kompletność zestawu. Braki lub uszkodzenia zgłasza Zamawiającemu niezwłocznie, nie później niż w ciągu 2 godzin od ich stwierdzenia, wraz z dokumentacją fotograficzną.
4. Wykonawca nie dokonuje trwałych modyfikacji, napraw ani znakowania elementów bez zgody Zamawiającego, z wyjątkiem działań niezbędnych do usunięcia bezpośredniego zagrożenia.
5. Normalne zużycie wynikające z prawidłowego korzystania nie stanowi uszkodzenia. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za utratę, zniszczenie lub uszkodzenie wynikające z niewłaściwego zabezpieczenia, transportu, montażu, użytkowania albo demontażu.
6. Szczegółowy orientacyjny wykaz elementów zostanie doprecyzowany w protokole przekazania i zleceniu jednostkowym, bez zmiany charakteru zamówienia.

## 10. Kluczowe elementy narracyjne i wizualne

- dynamiczne, autentyczne ujęcia z treningów, zawodów, pracy sztabu i życia klubu;
- pokazanie sprzętu, infrastruktury i warunków szkoleniowych poprawionych dzięki Programowi;
- krótkie formy storytellingowe, np. „dzień z życia klubu”, „młody zawodnik”, „trener o programie”, „sprzęt, który zmienił trening”;
- spójny styl wizualny, narracyjny, dźwiękowy i graficzny we wszystkich wizytach;
- emocje, sukces, wysiłek, profesjonalizm, relacje i rozwój sportowy młodych zawodników;
- różnorodność dyscyplin, lokalizacji, skali klubów i środowisk;
- rola trenerów, sztabu, infrastruktury, Fundacji LOTTO i Ministerstwa Sportu i Turystyki;
- materiały przygotowane w sposób użyteczny dla social media, komunikacji prasowej, materiałów programowych i Gali.

## 11. Zakres materiału filmowego podczas wizyty

1. Wykonawca zarejestruje co najmniej:
  - ujęcia otwierające lokalizację i obiekt (establishing shots);
  - ujęcia treningowe, zawodów lub innych aktywności sportowych z różnych perspektyw;
  - ujęcia infrastruktury i sprzętu zakupionego lub wykorzystywanego dzięki Programowi;
  - szerokie plany, detale, slow motion oraz stabilne ujęcia ruchome;
  - ujęcia trenerów, sztabu, zawodników, pracy zespołu i relacji międzyludzkich;
  - ujęcia przedstawicieli Zamawiającego i Ministerstwa Sportu i Turystyki, w tym powitania, oglądania treningu, rozmów i części oficjalnej;
  - wypowiedzi lub krótkie soundbites zawodników, trenerów, przedstawicieli klubu, Zamawiającego lub Ministerstwa - zgodnie z dostępnością i planem wizyty;

- ujęcia z czytelnym brandingiem Programu, Fundacji LOTTO i Ministerstwa Sportu i Turystyki;
  - materiał w pionie 9:16 przeznaczony do mediów społecznościowych;
  - materiały źródłowe do Gali, w tym technicznie poprawne wypowiedzi, przebitki, emocje, sukces, pracę i wysiłek.
2. Materiały do Gali powinny obejmować stabilne kadry, detale, szerokie plany, slow motion, wypowiedzi z dźwiękiem o jakości broadcast oraz tło zawierające prawidłowo ustawiony branding.
  3. Wymagane jest nagrywanie co najmniej w 4K; wybrane materiały wskazane do Gali mogą wymagać 8K.
  4. Ujęcia z drona są realizowane, gdy są celowe, bezpieczne, zgodne z przepisami, warunkami obiektu i pogodą oraz zostały wskazane lub zaakceptowane przez Zamawiającego. Brak możliwości wykonania lotu nie stanowi wady, jeżeli przyczyna została udokumentowana i uzgodniono ujęcia zastępcze.

## 12. Zakres materiału fotograficznego podczas wizyty

- zdjęcia akcji sportowej;
  - portrety zawodników i trenerów;
  - zdjęcia zespołowe i fotografie grupowe wskazane przez Zamawiającego;
  - zdjęcia sprzętu, infrastruktury i warunków szkoleniowych;
  - zdjęcia przedstawicieli Zamawiającego i Ministerstwa Sportu i Turystyki;
  - zdjęcia pokazujące branding i całą przestrzeń wizualną;
  - zdjęcia do grafik promocyjnych w układzie poziomym, pionowym i - na żądanie - kwadratowym.
1. Z każdej wizyty Wykonawca przekaże co najmniej 10 profesjonalnie wybranych i obrobionych fotografii, chyba że zlecenie jednostkowe określi większą liczbę.
  2. Fotografie powinny zostać przekazane w pełnej rozdzielczości, bez znaków wodnych, w jakości umożliwiającej publikację internetową, wykorzystanie w mediach społecznościowych i druk materiałów promocyjnych, co do zasady 300 dpi.

## 13. Minimalne produkty z jednej wizyty

| Produkt               | Minimalny zakres                                                                                                                 | Format / parametry                                                                                               |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Film główny           | co najmniej 1 film; do 180 s, rekomendowane 90-180 s                                                                             | 16:9; MP4; minimum 4K lub Full HD po uzgodnieniu; wersja z napisami i bez napisów; z lektorem i bez              |
| Krótkie formy / Reels | co najmniej 2 materiały; rekomendowane 10-30 s każdy                                                                             | 9:16; MP4; minimum 1080×1920; dynamiczny montaż; napisy                                                          |
| Fotografie            | co najmniej 10 finalnych fotografii                                                                                              | JPG oraz - na żądanie - PNG; pełna rozdzielczość; 300 dpi; co najmniej 4000 px na dłuższym boku lub 12 Mpix      |
| Materiały do Gali     | komplet technicznie poprawnych materiałów źródłowych z wizyty, wyselekcjonowanych i opisanych zgodnie z wytycznymi Zamawiającego | minimum 4K, wybrane materiały 8K; dźwięk 48 kHz; stabilne kadry, szerokie plany, detale, slow motion, wypowiedzi |
| Materiały źródłowe    | nagrania i fotografie źródłowe, projekty montażowe i pliki użyte do realizacji - w zakresie wskazanym przez Zamawiającego        | oryginalne formaty urządzeń                                                                                      |

1. Szczegółowy zakres produktów może zostać doprecyzowany w zleceniu jednostkowym. Zlecenie nie może ograniczyć minimalnego standardu, chyba że charakter konkretnej wizyty lub decyzja Zamawiającego uzasadnia inny zestaw produktów.

## 14. Film zbiorczy / materiał podsumowujący

1. Wykonawca przygotowuje 1 film zbiorczy pokazujący skalę, przebieg i efekty Programu na podstawie materiałów zrealizowanych podczas wizyt oraz materiałów przekazanych przez Zamawiającego.
2. Rekomendowany czas trwania filmu wynosi 3-6 minut. Film będzie przygotowany w formacie 16:9, co najmniej Full HD, a jeżeli materiał źródłowy i zlecenie na to pozwalają - 4K.
3. Film będzie zawierał spójną narrację, wypowiedzi lub soundbites, plansze, napisy, branding oraz wersję z napisami i bez napisów, chyba że Zamawiający postanowi inaczej.
4. Wykonawca przekaże również plik napisów SRT lub VTT oraz materiały źródłowe wykorzystane w filmie, w zakresie wskazanym przez Zamawiającego.

## 15. Parametry techniczne i jakościowe

- stabilny, ostry, poprawnie skomponowany i naświetlony obraz;
- czytelny dźwięk wypowiedzi, bez zakłóceń utrudniających odbiór;

- nagrania wypowiedzi w jakości odpowiedniej do emisji telewizyjnej, jeżeli materiał jest przeznaczony do Gali;
  - spójna korekcja barwna i estetyka materiałów ze wszystkich wizyt;
  - płynny montaż, logiczna narracja i właściwe tempo;
  - muzyka i dźwięki nieutrudniające zrozumienia wypowiedzi;
  - brak znaków wodnych, nieuprawnionych logotypów i elementów reklamowych osób trzecich;
  - materiały przedstawiające uczestników z poszanowaniem ich godności, bez ośmieszania, stereotypizacji lub infantylizacji;
  - brak błędów językowych, literówek i nieprawidłowego użycia logotypów.
1. Materiały filmowe należy przekazać w formacie MP4 z kodekiem H.264 albo H.265 oraz dźwiękiem AAC 48 kHz lub w formacie równoważnym zaakceptowanym przez Zamawiającego.
  2. Na żądanie Zamawiającego Wykonawca przekaże także wersje master o wyższym bitrate, pliki projektów montażowych, pliki źródłowe grafik i animacji oraz oryginalne nagrania audio.
  3. Wszystkie finalne materiały powinny być zoptymalizowane pod publikację co najmniej w serwisach Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn i TikTok, bez konieczności dodatkowej konwersji przez Zamawiającego.

## **16. Branding Fundacji LOTTO, Ministerstwa Sportu i Turystyki i Programu „KLUB PRO”**

1. Wszystkie materiały oraz cała przestrzeń wizualna muszą uwzględniać branding Fundacji LOTTO im. Haliny Konopackiej, Ministerstwa Sportu i Turystyki i Programu „KLUB PRO”, zgodnie z aktualnymi księgami znaku i wytycznymi przekazanymi przez Zamawiającego.
2. Każdy finalny film musi zawierać czytelny branding przez co najmniej 2 sekundy, chyba że wytyczne danego formatu wymagają innego sposobu ekspozycji.
3. W zestawie fotografii z każdej wizyty muszą znaleźć się zdjęcia z czytelną ekspozycją wszystkich wymaganych marek. Fotografie przeznaczone do publikacji powinny zawierać co najmniej jeden element brandingu, o ile jest to technicznie i kompozycyjnie możliwe; odstępstwa wymagają akceptacji Zamawiającego.
4. Branding może być realizowany przez ekspozycję logotypów na elementach infrastruktury, odzieży klubowej, namiocie, roll-upach, tablicach, flagach i innych elementach oraz przez dodanie logotypów w postprodukcji, w tym w intro, outro, belkach, planszach.
5. Logotypy muszą być używane zgodnie z księgami znaku, bez deformacji, zmiany proporcji, kolorystyki, pola ochronnego lub nieuprawnionego łączenia z innymi znakami.
6. Materiały do Gali muszą uwzględniać logotypy w wysokiej rozdzielczości, czytelność w szerokich i średnich planach oraz nagrywanie wypowiedzi na tle prawidłowo ustawionego brandingu.
7. Wykonawca nie może wykorzystywać logotypów ani elementów brandingu poza realizacją zamówienia bez uprzedniej zgody Zamawiającego.

## **17. System wymiany plików i workflow chmurowy**

1. Zamawiający zapewni przestrzeń chmurową, np. OneDrive, Dropbox lub inny wskazany system, stanowiącą centralne repozytorium materiałów.
2. Wykonawca wgra materiały źródłowe i robocze z każdej wizyty w terminie do 72 godzin od zakończenia nagrań, chyba że zlecenie wymaga krótszego terminu.
3. Pliki powinny mieć nazwy umożliwiające identyfikację lokalizacji, daty, zawartości i wersji.
4. Chmura będzie służyć do przekazywania materiałów RAW, wersji roboczych i finalnych, akceptacji przez Zamawiającego oraz archiwizacji materiałów do Gali.
5. Uwagi, poprawki i akceptacje będą prowadzone w systemie chmurowym lub innym kanale wskazanym przez Zamawiającego, w sposób zapewniający przejrzystość i jednolity workflow.
6. Wykonawca zachowa bezpieczną kopię materiałów co najmniej do upływu 90 dni od odbioru finalnego danego zlecenia, chyba że Zamawiający wskaże dłuższy okres.

## **18. Terminy przekazywania materiałów i poprawki**

1. Wybrane fotografie lub krótkie ujęcia przeznaczone do komunikacji bieżącej mogą być wymagane w dniu wizyty albo do godziny wskazanej następnego dnia.
2. Materiały źródłowe i robocze z wizyty należy wgrać do chmury w ciągu 72 godzin.
3. Pierwszą wersję montażową kompletu materiałów z wizyty należy przekazać do 4 dni roboczych od nagrań, chyba że zlecenie określi krótszy termin.
4. Zamawiający przekaże jedną skonsolidowaną rundę uwag. Wykonawca przekaże wersję poprawioną do 4 dni roboczych od otrzymania uwag, chyba że ustalono krótszy termin.
5. Usunięcie błędów, braków, naruszeń brandingu, błędów językowych, wad technicznych lub niezgodności z OPZ nie jest traktowane jako dodatkowa runda uwag i nie powoduje dodatkowego wynagrodzenia.
6. Odbiór następuje po przekazaniu kompletu produktów, plików źródłowych wymaganych dla danego zlecenia, napisów, dokumentacji praw i zgód oraz po usunięciu niezgodności.

## 19. Napisy i dostępność

1. Każdy finalny film powinien zostać przygotowany w wersji z napisami oraz bez napisów, chyba że Zamawiający zrezygnuje z jednej wersji.
2. Napisy muszą być poprawne językowo, czytelne, zsynchronizowane, kontrastowe i estetycznie dopasowane do materiału.
3. Plansze, CTA i inne elementy tekstowe powinny być czytelne na urządzeniach mobilnych i nie mogą zasłaniać istotnych elementów kadru ani logotypów.

## 20. Wizerunek, dane osobowe i praca z osobami małoletnimi

1. Wykonawca odpowiada za uzyskanie albo udokumentowanie zgód na utrwalenie i rozpowszechnianie wizerunku, chyba że Zamawiający lub klub przekaże zgody pozyskane wcześniej.
2. W przypadku osoby małoletniej wymagana jest zgoda przedstawiciela ustawowego. Wykonawca stosuje sposób organizacji kadrów umożliwiający poszanowanie decyzji osób bez zgody.
3. Wykonawca powinien unikać utrwalania list obecności, danych kontaktowych, dokumentów, numerów, adresów e-mail, informacji medycznych i innych danych niezwiązanych z celem materiału.
4. Materiały powinny przedstawiać młodych sportowców w sposób bezpieczny, godny i adekwatny do celu Programu.

## 21. Prawa autorskie i materiały osób trzecich

1. Wykonawca zapewni, że wszystkie materiały mogą być legalnie wykorzystywane przez Zamawiającego w zakresie określonym w umowie, bez ograniczeń terytorialnych i czasowych.
2. Wykonawca zapewni prawa lub licencje do muzyki, grafik, fontów, animacji, materiałów stockowych, lektora i innych elementów.
3. Materiały nie mogą naruszać praw osób trzecich ani zawierać elementów, których dalsze wykorzystanie przez Zamawiającego wymaga nieujawnionych opłat lub zgód.
4. Wykonawca przekaże dokumenty potwierdzające zakres licencji lub praw na żądanie Zamawiającego.
5. Wykonawca nie może publikować materiałów w portfolio ani wykorzystywać ich do własnej promocji bez uprzedniej zgody Zamawiającego.

## 22. Zespół realizacyjny

1. Podczas standardowej wizyty Wykonawca zapewni co najmniej 4 osoby na miejscu albo wykaże w planie organizacji równoważny sposób realizacji, który zapewni jednocześnie wykonanie wszystkich czynności bez obniżenia jakości i bezpieczeństwa.
2. Funkcje mogą być łączone, z wyjątkiem sytuacji, w której jedyny operator głównej kamery miałby jednocześnie pełnić stały nadzór nad przestrzenią wizualną.
3. Wykonawca zapewni skład rezerwowy i możliwość niezwłocznego zastąpienia niedostępnej osoby. Osoba zastępująca musi posiadać kwalifikacje i doświadczenie nie gorsze niż osoba zastępowana.
4. Ekipa będzie ubrana schludnie i neutralnie, będzie przestrzegać zasad obiektu i wykonywać pracę w sposób niezakłócający treningu oraz części oficjalnej.

## 23. Minimalny potencjał techniczny i logistyczny

- profesjonalne kamery umożliwiające rejestrację co najmniej 4K, a w razie wskazania - 8K;
- profesjonalny sprzęt fotograficzny;
- zestawy mikrofonów bezprzewodowych i kierunkowych, rejestratory dźwięku i słuchawki odsłuchowe;
- oświetlenie, statywy, stabilizatory, gimbal, slider lub rozwiązania równoważne;
- sprzęt i nośniki zapasowe, baterie, ładowarki i rozwiązania do bezpiecznego backupu;
- komputery i oprogramowanie do montażu, korekcji barwnej, dźwięku, napisów i eksportu;
- pojazd lub pojazdy umożliwiające bezpieczny transport zespołu, sprzętu, namiotu, leżaków, balonów i pozostałych elementów;
- bezpieczna przestrzeń magazynowa dla brandingu;
- narzędzia, pompy, obciążniki, odciąg, mocowania, przedłużacze, środki zabezpieczające i czyszczące;
- ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej związanej z prowadzoną działalnością i realizacją usług.

## 24. Ujęcia z drona

1. Wykonawca zapewni możliwość wykonania ujęć z drona, jeżeli są celowe dla danego materiału, wskazane lub zaakceptowane przez Zamawiającego i możliwe zgodnie z prawem, bezpieczeństwem, ograniczeniami lokalnymi i pogodą.
2. Wykonawca odpowiada za wymagane uprawnienia, zgłoszenia, zezwolenia, ubezpieczenie i przestrzeganie zasad bezpieczeństwa lotów.

3. Jeżeli ujęcia z drona okażą się niemożliwe albo niecelowe, Wykonawca uzgodni ujęcia zastępcze i udokumentuje przyczynę rezygnacji z lotu.

## 25. Kryteria odbioru

1. Zamawiający może odmówić odbioru materiału lub wizyty, jeżeli w szczególności:
  - brakuje wymaganego produktu, ujęcia, fotografii, pliku źródłowego, wersji z napisami lub dokumentacji zgód;
  - materiał jest technicznie wadliwy, nieostry, źle naświetlony, ma niezrozumiałą dźwięk lub błędy montażowe;
  - branding jest nieprawidłowy, niewidoczny, zdeformowany lub niezgodny z wytycznymi;
  - przestrzeń nie była przygotowana w wymaganym czasie, była nieestetyczna lub niebezpieczna;
  - elementy promocyjne nie zostały prawidłowo zamontowane, zabezpieczone, obsłużone, zdemontowane lub zwrócone;
  - materiał narusza prawa, wizerunek, poufność lub dane osobowe;
  - Wykonawca nie dotrzymał struktury folderów, nazewnictwa i terminów przekazania.
2. Odbiór nie wyłącza odpowiedzialności Wykonawcy za wady ukryte, naruszenia praw, brak zgód, utratę danych, uszkodzenie powierzonego mienia ani inne nieprawidłowości ujawnione później.

## 26. Prawo opcji i brak gwarancji zakresu

1. Zamawiający przewiduje prawo opcji o maksymalnej łącznej wartości nieprzekraczającej 50% wartości zamówienia podstawowego.
2. Prawo opcji może obejmować dodatkowe filmy, krótkie formy, fotografie, film zbiorczy, dodatkowe godziny lub dni realizacyjne, wyłącznie według cen jednostkowych z oferty.
3. Skorzystanie z opcji jest uprawnieniem, a nie obowiązkiem Zamawiającego.
4. Wynagrodzenie przysługuje wyłącznie za zakres faktycznie zlecony, prawidłowo wykonany i odebrany.

## 27. Mini checklista dla ekipy Wykonawcy

### Przed wizytą:

- potwierdzony termin, godzina, lokalizacja i kontakt do klubu;
- potwierdzony skład ekipy podstawowej i rezerwowej;
- potwierdzona obecność zawodników, trenerów, przedstawicieli Zamawiającego i Ministerstwa - w zakresie dostępnych informacji;
- sprawdzony komplet brandingu, akcesoriów, narzędzi i środków zabezpieczających;
- potwierdzone zasady dostępu, rozładunku, montażu, zasilania i bezpieczeństwa;
- potwierdzony sposób pozyskania lub dokumentowania zgód wizerunkowych;
- przygotowany folder wizyty w chmurze i lista wymaganych ujęć.

### Na miejscu:

- pełne ustawienie i zabezpieczenie brandingu przed czasem gotowości;
- nagranie ujęć otwierających obiekt i przestrzeń;
- nagranie sprzętu i infrastruktury zakupionej lub wspieranej przez Program;
- nagranie aktywności sportowej z różnych perspektyw;
- nagranie wypowiedzi i soundbites;
- wykonanie fotografii akcji, portretów, sprzętu, brandingu i części oficjalnej;
- bieżące pilnowanie estetyki, czystości, logotypów i bezpieczeństwa;
- realizacja ujęć do Gali oraz materiałów pionowych;
- demontaż, inwentaryzacja i bezpieczne spakowanie wszystkich elementów.

### Po wizycie:

- sprawdzenie kompletności i stanu elementów; zgłoszenie braków lub uszkodzeń;
- wykonanie kopii bezpieczeństwa materiałów;
- wgranie i uporządkowanie plików w chmurze w terminie;
- wybór i szybkie przekazanie materiałów wskazanych do bieżącej komunikacji;
- przygotowanie wersji montażowych, napisów, plików finalnych i dokumentacji praw.