**БРИФ НА СТВОРЕННЯ ТБ СЮЖЕТІВ**

|  |
| --- |
| Клієнт | БФ «Право на захист» |
| Найменування завдання | 1. Розробка ідеї та концепції за заданим брифом щодо створення **трьох інформаційних сюжетів (жанр - дослідження / розслідування).**
2. Реалізація концепції, включаючи створення сюжету під ключ (до 4 хвилин). Локація зйомок: попередньо м. Київ та область (можливе відрядження в місто Суми та область - надати окремий прорахунок опції з відрядженням).
3. Розміщення сюжету в ефірі національного ТБ (зокрема, в ефірі новин) у прайм тайм.

Ми надамо наратив, але очікуємо **поради щодо фінальної версії сценарію** та **пропозицію по візуальних рішеннях та зйомці.** |
| Тематика | Тематика відео фокусується на особистих історіях людей історії людей, які зіштовхнулися із неможливістю подати заяву на компенсацію за пошкоджене чи зруйноване житло, бо не мали підтвердження права власності у звʼязку з відсутністю в Державному реєстрі речових прав відомостей про їх право власності. У цих сюжетах мають бути описані перешкоди на шляху людини, житло якої було знищене або пошкоджене, і яка не знає про алгоритм дій щодо визнання права власності в судовому порядку для отримання компенсації за знищене або пошкоджене нерухоме майно. Також сюжет має розповісти і про шлях людини, якій вдалося отримати компенсацію, попри невнесення відомостей про її право власності в ДРРП, а також погляд юриста/адвоката БФ “Право на захист”, який надає професійну правничу допомогу в такій категорії справ. Історії такої допомоги є у юристів БФ “Право на захист”, і можуть бути використані при створенні сюжетів. Для сюжетів мають бути використані коментарі. Зокрема, фахівців і БФ “Право на захист” та інших експертів відповідно до сценарію сюжету**Попередні ролі героїв для участі у відео (героїв Фонд може рекомендувати, точково сприяти домовленості, але організаційні моменти щодо співпраці та знімання у відео просимо взяти на себе) :*** люди, які мають пошкоджене чи втрачене внаслідок війни житло
* люди з досвідом вимушеного переміщення, які мають пошкоджене чи втрачене житло
* фахівці БФ “Право на захист” (список є у доданому документі);
* представники органів влади, відомств та експерти сфери (список є у доданому документі)
 |
| Бажані формати матеріалів та кількість | Три відео тривалістю до **4 хвилин у форматі, відповідному до вимог трансляції на національному ТБ.** |
| Візуальне вирішення  | Чекаємо на пропозиції від підрядника. Прохання дотримуватись концепції. Має бути лаконічна і зрозуміла подача інформації, а також чіпляти глядача та викликати емоції.  |
| Хронометраж | Кожне відео — до 4 хвилин. |
| Місце промотування | Ефір національного ТБ (бажано у Єдиному марафоні). А опісля розміщення Фондом цих сюжетів на сайті у рубриці: “ЗМІ про нас”.  |
| Мета матеріалів, що створюються | Мета відео — привернути увагу суспільства і влади до важливої теми: процедури компенсації за пошкоджене чи знищене житло. Акцентувати на тому, аби українці убезпечили себе та внесли дані про своє майно в ДРРП. А ті громадяни, чиє житло пошкоджене чи зруйноване, знали про алгоритм дій для реалізації свого права на компенсації. Показати, що і у не простих випадках є вихід - постраждалим допомагають кваліфіковані фахівці (безоплатна юридична допомога БФ “Право на захист”).**У відео також є мета привернути увагу і представників влади до необхідності спростити порядок державної реєстрації права власності на знищене або пошкоджене нерухоме майно у випадку відсутності доступу до матеріалів підприємство бюро технічної інвентаризації.** |
| Координати представника замовника | Ярослава Кривцун+38 (099) 431 7978y.kryvtsun@r2p.org.ua |

|  |
| --- |
| **ОПИС ОРГАНІЗАЦІЇ** |
| Організація | Благодійний фонд “Право на захист”  |
| Царина діяльності компанії | Комплексна допомога ВПО та постраждалим від війни; допомога ветеранам; посилення спроможності локальних організацій та інше. |
| Сайт бренду/компанії | [Сайт](https://r2p.org.ua/), [ФБ](https://www.facebook.com/right2protection), [Інстаграм](https://www.instagram.com/right2protection/) |
| Цільова аудиторія відеоматеріалів | * Широка українська аудиторія.
* Постраждалі, які мають пошкоджене чи втрачене житло;
* представники влади та відомств;
* Потенційні донори, партнери, представники міжнародних організацій.
 |

|  |
| --- |
| **ОПИС МАТЕРІАЛІВ, ЩО СТВОРЮЮТЬСЯ** |
| Ідея/побажання (якщо є) | Просимо майбутнього підрядника представити своє бачення реалізації проєкту та доповнення наших ідей або їхнє коригування.  |
| Обов'язкові елементи в кадрі  | Лого БФ “Право на захист”, лого партнерів |
| Обов’язковий текст у кадрі (слоґан, тощо) | Буде напрацьований додатково.  |
| Лексичне поле (набір слів, фраз, які відображають філософію бренду і відповідають цілям даної кампанії) | знищене, пошкоджене житло, компенсації за знищене та пошкоджене житло, Державний реєстр речових прав відомостей, право власності, подача заяви на компенсацію, речові права, постраждалі, безоплатна правова допомога, спрощення процедури подачі заяви на компенсацію, Бюро технічної інвентаризації, бенефіціари, постраждалі від війни, ВПО  |
| **СТИЛІСТИКА МАТЕРІАЛІВ, ЩО СТВОРЮЮТЬСЯ** |
| Музичний супровід | рекомендація |
| Звуковий супровід (текст начитування диктора та мова начитування) | рекомендація |

|  |
| --- |
| **МАТЕРІАЛИ, ЩО Є В НАЯВНОСТІ** |
| Надані вихідні матеріали (логотип у векторі .ai, брендбук, шрифт) | Логотипи БФ, донора, візібіліті гайд Фонду |
| Надані матеріали | Гайдлайни, бренд-буки, меседжд-бокси, супроводження комунікаційників з досвідом на телебаченні на всіх етапах виробництва.  |
| Надані аудіоматеріали (.wav) | - |
| **ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОМЕНТИ** |
| Узгодження | Обов’язкове узгодження з БФ на всіх етапах: підбору локацій, героїв, сценарних рішень, ідей для візуалізацій, зйомок, форматів тощо. **Просимо три кола правок на кожному з цих етапів:*** Підбір героїв/спікерів
* Написання сценарію/тексту
* Зйомка відео (до зйомок погоджується фінальний сценарій, розкадровка, таймінг, локації, реквізит.)
* Чорновий монтаж (Draft Cut)
* Фінальний монтаж (Final Cut)
 |
| Якщо є, можливі обмеження майнових прав інтелектуальної власності, які передають Замовникові, термін дії, територія дії майнових прав і способи використання Творів |  |
| Інші орг. моменти | Зйомки відбуватимуться попередньо у Києві та області (або іншому місті - надати окремий прорахунок опції з відрядженням), тому підрядник має забезпечити виїзд на локацію до героїв або організувати зйомку в погодженому просторі відповідно до стильового бачення проєкту.Узгодження на всіх етапах: концепції, локації та залучені експерти / герої, фінальні сюжети мають бути погоджені з командою БФ «Право на захист» до початку та під час виробництва.Координація з комунікаційною командою Фонду — для доступу до героїв, підбору місць зйомок, консультацій щодо меседжів та дотримання етичних стандартів у роботі з вразливими людьми. |
| Дата заповнення брифа | 11.08.25. |
| Планова дата початку співпраці | Вересень |
| Планова дата здачі матеріалів | Вересень - початок листопада |
| **Критерії відбору переможця** |
| 1. Чіткий підхід до створення та розміщення відеосюжету - журналістського розслідування на національному ТБ в ефірі новин
 | **0-30 балів**30 балів — телеканал з національним покриттям та може створити три сюжети (журналістське розслідування/дослідження) на суспільно значущу тематику, та розмістити його в ефірі новин (бажано телемарафону). Має відповідний досвід створення таких сюжетів та розміщення їх в ефірі (додати приклади таких робіт, у портфоліо їх не менше 5).Може запропонувати безоплатне просування через соц. мережі каналу (не менше 1 допису на 1 сюжет).15 балів — телеканал є національним, може створити три сюжети соціального спрямування та розмістити в ефірі новин. Має відповідний досвід створення таких сюжетів та розміщення їх в ефірі (додати приклади робіт).10 балів — телеканал є національним, може створити три сюжети за задану тематику, але не має відповідного досвіду створення такого відеопродукту.0 балів — телеканал не є національним та не має релевантного досвіду створення відеоматеріалів. |
| 2.Мають описані текстово ідеї щодо сценарію та візуального стилю, формату подачі, аби вигідно підкреслити основні меседжі матеріалів. Відповідають високому рівню організації знімального процесу | **0-20 балів**20 балів — Підрядник представив продуману концепцію відео у вигляді текстового документа або презентації (Power point, Google, Canva тощо), яка повністю відповідає ідеї кампанії, включає запропоновані у драфті акценти. У концепті описано покроковість створення сюжетів, етапи уточнення, таймлайн. Підрядник надає сценарій сюжетів зі своїми пропозиціями. У документі вже зазначені спікери, які будуть використані для зйомок відеоматеріалі.15 балів — Представлено базову, загалом релевантну ідею сценарію та подачі у вигляді текстового документа або презентації (Power point, Google, Canva тощо), яка відповідає концепції, але потребує доопрацювання. Наявні базові відомості про хід знімального процесу, але без деталізації в аспектах героїв, залучення візажистів та стилістів.10 балів — Ідеї у вигляді текстового документа або презентації (Power point, Google, Canva тощо) нечіткі або не відповідають тематиці. Кампанійний контекст не враховано, пропозиція виглядає шаблонною. Хід знімального процесу описаний стисло, відомості про наявність послуг з брифу надані частково. 0 балів — Релевантна ідея (у вигляді текстового документа або презентації (Power point, Google, Canva тощо) відсутня, подані матеріали не відповідають тематиці або суперечать цінностям проєкту. Відомості про наявність послуг з брифу не надана.  |
| 3. Терміни виконання | **0-20 балів**20 балів — Підрядник готовий зняти, змонтувати, погодити та розмістити всі три відео протягом періоду до 4 тижнів після затвердження сценаріїв. Чітко прописаний графік робіт (з розбивкою по днях, у вигляді excel таблиці, так званий таймлайн), враховано етапи погодження.15 балів — Вказаний термін виконання до 5 тижнів. Загалом реалістичний план, проте без детального розпису або з можливими ризиками затримки. Чітко прописаний графік робіт (з розбивкою по днях, у вигляді excel таблиці, так званий таймлайн), враховано етапи погодження. 10 балів — Термін виконання до 6 тижнів, або терміни не узгоджені з очікуваним графіком проєкту. Наявні загальні оцінки без деталізації процесу, враховано етапи погодження.0 балів — Вказано термін понад 6 тижнів, або взагалі не вказано терміни виконання. Пропозиція не відповідає часовим рамкам проєкту. Відсутній таймлайн |
| **Всього** | **70 балів** |

Додаткові вимоги до учасника тендеру

**Правовий статус учасника**

1. До участі допускаються фізичні особи-підприємці (ФОП) або юридичні особи (ТОВ), які мають право на здійснення діяльності, пов’язаної з виробництвом відеоконтенту.
2. Учасник повинен бути зареєстрований відповідно до чинного законодавства України.

**Пакет документів**

1. Копія реєстраційних документів (для ФОП або ТОВ).
2. Портфоліо релевантних робіт (приклади робіт; у вигляді текстового документа з посиланнями на роботи або презентація (Power Point, Google presentation, Canva тощо)
3. Креативна пропозиція прописана у вигляді текстового документа або презентації (Power point, Google, Canva тощо).
4. Опис знімального процесу
5. Чітко прописаний графік робіт (з розбивкою по днях, у вигляді excel таблиці), враховано етапи погодження.
6. Контактні дані для укладення договору.
7. Форма фінансової пропозиції. (та детальний кошторис)