**БРИФ НА СТВОРЕННЯ ВІДЕОМАТЕРІАЛІВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Клієнт | БФ «Право на захист» |
| Найменування твору, що створюється(наприклад: рекламний ролик, соціальний ролик, презентаційний фільм, спонсорський ролик, спонсорська плашка, спонсорський логотип тощо)  | Просвітницький ролик, відеоексплейнер |
| Тематика | Юридична |
| Кількість | 5 роликів+1 відео промо |
| Візуальне вирішення (графічний ролик) | Відео + анімація/графіка.Формат мобільний, тобто вертикальний |
| Хронометраж | **1-1.5 хв.** *кожен* |
| Місце трансляції/в якій програмі якого телеканалу виходитиме вироблений продукт | YouTube shorts, Соц. мережі (ФБ, IG - reels), веб-ТВ |
| Мета рекламної кампанії +головний маркетинговий меседж матеріалів, що створюються | Простими словами пояснити складні юридичні механізми захисту прав ВПО |
| Координати представника замовника | Галина Горешнякg.goreshnyak@r2p.org.ua +380957693181 |

|  |
| --- |
| **ОПИС БРЕНДУ** |
| Організація / Бренд | Благодійний фонд “Право на захист” у співпраці з УВКБ ООН |
| Царина діяльності компанії | Юридична, психологічна, матеріальна грошова та негрошова допомога ВПО |
| Сайт бренду/компанії | [Сайт](https://r2p.org.ua/), [ФБ](https://www.facebook.com/right2protection), [Інстаграм](https://www.instagram.com/right2protection/) |
| Цільова аудиторія бренду/рекламної кампанії | ВПО та Постраждалі від воєнних дій, без обмеження по віку і статі |

|  |
| --- |
| **ОПИС МАТЕРІАЛІВ, ЩО СТВОРЮЮТЬСЯ** |
| Ідея/побажання (якщо є) | Простими словами пояснити складні юридичні механізми захисту прав ВПО, пояснити норми законодавства, які стосуються ВПО.Побажання щодо формату: залучення експерта БФ “Право на захист” у вигляді spokesperson. Людина має високий ступінь експертизи та розуміння теми, але не є професійним диктором.  |
| Слоґан | Рекомендація, якщо потрібно |
| Обов'язкові елементи в кадрі  | Лого БФ “Право на захист”, лого партнера УВКБ ООН - пекшот. Все інше - обговорюється |
| Обов’язковий текст у кадрі (слоґан, тощо) | Теми з описом ми надамо, необхідно буде опрацювати її, запропонувати назву, що саме озвучувати, що **демонструвати у графіці, як адаптовувати і т.д.** |
| Лексичне поле (набір слів, фраз, які відображають філософію бренду і відповідають цілям даної кампанії) | є обмеження, які надамо в процесі (просто сталий вордінг, який не вплине критично) |
| **СТИЛІСТИКА МАТЕРІАЛІВ, ЩО СТВОРЮЮТЬСЯ** |
| Музичний супровід | рекомендація |
| Звуковий супровід (текст начитування диктора та мова начитування) | рекомендація |
| Образи, емоції, стиль (якщо є) | ніякого панібратства, але складні теми розповідаємо легко, просто, тобто понижуємо ступінь офіційності, намагаємось відійти від юридичних кліше, настрій злегка позитивний |

|  |
| --- |
| **МАТЕРІАЛИ, ЩО Є В НАЯВНОСТІ** |
| Надані вихідні матеріали (логотип у векторі .ai, брендбук, шрифт) | Логотипи БФ та партнера УВКБ ООН, гайди |
| Надані матеріали | Текстове роз’яснення 1 теми будуть надані |
| Надані аудіоматеріали (.wav) | - |
| **ОРГАНІЗАЦІЙНІ МОМЕНТИ** |
| Узгодження | Обов’язкове узгодження з партнером та БФ на етапах: * текстового варіанту ідей
* сторіборд
* фінального відеоматеріалу + айдентики БФ та партнера у ролику

Додатково. Можуть бути правки – коментарі від команди та партнера.**Бажана дата зйомок - 2.12, Київ** |
| Якщо є, можливі обмеження майнових прав інтелектуальної власності, які передають Замовникові, термін дії, територія дії майнових прав і способи використання Творів | Маємо отримати повні права на відео, аби безперешкодно поширювати його |
| Дата заповнення брифа | 10.11.2023 |
| Планова дата початку співпраці | попередньо з 27.11  |
| Планова дата здачі матеріалів | грудень 2023 р. (тобто максимум 1 місяць на продакшн, точно закрити усі роботи до **29.12**) |
| Організація зйомок | У кошторис мають бути включені також:* стиліст/костюмер та обраний одяг для зйомки
* стиліст по волоссю/гример/грумер/барбер в залежності від статі спікера/ки
 |