# Technische bepalingen

**ALGEMEEN**

In een snel evoluerende maatschappij met alsmaar meer visueel ingestelde mensen is video niet meer weg te denken uit de mediamix. Videocontent domineert het internet op alle mogelijke manieren: zo bestaat 80% van het huidige webverkeer uit het kijken van video’s.

Stad Genk zoekt voortdurend naar kanalen en media om diverse doelgroepen zo goed mogelijk te bereiken en te informeren. Het stadsbestuur is dan ook op zoek naar één of meerdere creatieve firma’s om videoproducties op maat te maken.

De Dienst MarCom wenst via dit aanbestedingsdossier een raamcontract af te sluiten m.b.t. videoproducties voor Stad Genk. De formats, thema’s en doelgroepen van de video’s zijn zeer uiteenlopend. Opdrachten voor videoproducties worden telkens op afroep gegeven, verspreid over het jaar, en na prijsofferte naargelang de behoefte van het bestuur. Per opdracht wordt een aparte inhoudelijke briefing opgesteld, die met de firma afgestemd wordt.

Het raamcontract loopt over een periode van twee jaar, met ingang op de dag na de schriftelijke toewijzing. Het stadsbestuur behoudt zich het recht voor om te allen tijde het contract op te zeggen, met een opzegperiode van drie maanden.

**GEZOCHT: ALL ROUND PRODUCTIEHUIS**

Stad Genk is op zoek naar een all-round videobedrijf, waarbij volgende criteria in acht genomen dienen te worden:

**1. ALL-ROUND EXPERTISE**

Stad Genk zoekt een videobedrijf dat all-round expertise kan aanbieden op volgende domeinen:

* drone video’s;
* technische (2D en 3D) animatie;
* interactieve video;
* live action;
* stop motion.

**2. FULL SERVICE**

De videoproducties dienen door de aanbieder van A tot Z gecoördineerd te worden. Deze full service betekent concreet:

* uiteenzetten van een creatief basisconcept op basis van de inhoudelijke briefing;
* uitwerking van volledige en gedetailleerde scenario’s en storyboards;
* copywriting van alle gesproken en geschreven tekst;
* volledige uitvoering en productionele opvolging van het scenario, inclusief het zoeken van figuranten;
* montage, studiowerk, grafische vormgeving en animatie tot een volwaardig eindproduct.

**3. FLEXIBILITEIT**

Een grote mate van flexibiliteit is vereist bij het uitvoeren van de videoproducties. Dat betekent concreet dat er regelmatig snel geschakeld wordt, en dat het proces tussen inhoudelijke briefing, concept en uitvoering niet te veel tijd in beslag mag nemen. De firma dient dus over voldoende mankracht te beschikken om flexibel op deze projecten in te kunnen spelen.

Er wordt door Stad Genk een basisjaarplanning voorgelegd met recurrente opdrachten. Daar worden doorheen het jaar op regelmatige tijdstippen ad hoc-opdrachten aan toegevoegd.

**4. CREATIVITEIT**

Dagelijks verschijnt een grote hoeveelheid video’s online. Het is dus belangrijk, doch niet evident, om er tussenuit te springen. De creatieve insteek van de video’s is dus van cruciaal belang. Stad Genk hanteert telkens enkele basisvoorwaarden bij de beoordeling van de creativiteit van videocampagnes:

- originaliteit en opvallendheid;

- een vleugje humor;

- een ‘hoekje af’, een beetje ‘gek’;

- heldere, laagdrempelige, eenvoudig begrijpbare boodschap;

- de juiste doelgroep aansprekend;

- passend bij het merkprofiel en de identiteit van de stad.

## Perceel 1 “Spots”

Stad Genk wenst haar stedelijke wervingskracht te vergroten en haar informatieopdracht naar de Genkse bevolking te vervullen door haar identiteit, beleid en stedelijk aanbod door middel van spots en korte video’s in de kijker te zetten bij verschillende doelgroepen.

**Aantal producties**

Er wordt uitgegaan van 10 spotproducties op jaarbasis. Dit aantal kan echter jaarlijks schommelen, zowel naar boven als naar beneden. Stad Genk wenst zich niet te binden aan een minimum aantal producties op jaarbasis.

**Verspreiding en formaten**

De spots worden in de eerste plaats online gebruikt. Er wordt dus standaard een spot gevraagd in de verschillende formaten, passend voor YouTube, Facebook, Instagram, Instagram Stories en de meest courante websites. De spots worden ook regelmatig commercieel ingezet als ‘preroll’ in het kader van marketingcampagnes. Het eindproduct wordt in elk van deze gevallen rechtstreeks digitaal aan de Stad Genk aangeleverd in de gevraagde formaten.

In de tweede plaats worden de spots verspreid via (regionale) televisie, volgens vooraf doorgegeven specificaties. Hier wordt de spot digitaal aangeleverd aan het respectievelijke medium en aan Stad Genk. De stad behoudt zich het recht voor om de spot te reproduceren en te hergebruiken waar relevant.

Ten derde worden de spots occasioneel voor bioscoopreclame of andere digitale dragers gebruikt. Hier gelden dezelfde aanleverspecificaties als voor televisie.

**Duur van de spots**

Stad Genk gaat uit van twee basislengtes, 15 seconden en 30 seconden. Bij elke productie, afhankelijk van de in te zetten kanalen, kunnen echter ook extra versies, bijvoorbeeld van 20 seconden, gevraagd worden voor online gebruik.

**Huisstijl**

Van de inschrijver wordt verwacht dat hij zich houdt aan de grafische huisstijl(en) die Stad Genk heeft ontwikkeld, zodat de spots een grote mate van herkenbaarheid voor Genk genereren. Stad Genk heeft een basishuisstijl voor haar stedelijke communicatie, maar andere projecten en sites kunnen hiervan afwijken. Dit wordt steeds per project bekeken. Stad Genk levert, indien relevant, een grafisch pakket aan waarmee rekening gehouden dient te worden.

Er zijn telkens enkele grafische basisrichtlijnen waaraan het productiehuis zich dient te houden (lettertype, logogebruik, eindpancarte). Op basis van die richtlijnen kan er in animatie en grafiek creatief aan de slag worden gegaan. Er wordt verwacht dat de productiefirma, net als Stad Genk, als bewaker van deze huisstijl optreedt bij de verschillende producties.

**Gebruiksrechten**

Het beeldmateriaal dat door de firma gemaakt wordt, kan door Stad Genk opgevraagd worden, ten behoeve van toekomstig gebruik door de stad of derden, evenals het gebruiksrecht op dit beeldmateriaal. In dit geval levert de inschrijver het ruwe materiaal aan het stadsbestuur, in HD-kwaliteit en digitaal.

De inschrijver verkoopt de rechten aan Stad Genk, waardoor het stadsbestuur de spot in eigendom verwerft en kan gebruiken en/of reproduceren naar eigen goeddunken.

**GDPR**

In het kader van de nieuwe GDPR-wetgeving dient de inschrijver rekening te houden met de formaliteiten met betrekking tot het portretrecht en hier voor alle producties mee in orde te zijn. Stad Genk wenst de schriftelijke goedkeuringen van alle geportretteerde mensen te ontvangen.

**Prijsofferte**

Aan de inschrijver wordt gevraagd om volgende zaken aan te leveren:

1. een **gemiddelde totaalprijs per** productie op te geven, met alle kosten inbegrepen. De inschrijver specifieert hierbij volgende mogelijke deelkosten:

***PREPRODUCTIE***

*-> creatief basisconcept en scenario (storyboard) prijs/uur*

*-> copywriting prijs/uur*

*-> verdere uitwerking concept prijs/uur*

***PRODUCTIE***

*-> cameraman prijs/dag*

*-> materialen (cameraset, belichting, statief, lenzen, drone, ...) prijs/dag*

*-> regie prijs/dag*

*-> productiekosten prijs/dag*

***POSTPRODUCTIE***

*-> montage (alle versies) prijs/dag*

*-> rechtenvrije muziek prijs/track*

*-> grafiek, animatie en eindpancarte prijs/dag*

***EVENTUELE BIJKOMENDE KOSTEN*** *in te vullen*

2. een **uitgewerkte case**:

Bedenk een creatief concept en werk een volledig en gedetailleerd scenario uit voor een spotcampagne om het shoppen in Genk-centrum te promoten, met als basisslogan ‘**Shoppen? Doe es Genk**’. Het doel van de spot is meer kooppubliek voor de stad aan te trekken. De doelgroep is ‘vrouwen van 35 tot 65 jaar’, afkomstig uit de provincie Limburg. Originaliteit en humor worden hoog in het vaandel gedragen. De herkenbare ‘Genkse’ toets is erg belangrijk.

De spot dient afgeleiden te hebben voor alle inzetbare online kanalen: YouTube, Facebook, Instagram, Instagram Stories. Er worden prerolls voorzien op YouTube en op enkele regionale nieuwswebsites. De spot wordt ook op TV Limburg en in de Limburgse bioscoopcomplexen vertoond worden.

Hou rekening met alle basisvoorwaarden die hierboven zijn gespecifieerd. Extra bijkomende informatie kan opgevraagd worden via de Dienst MarCom.

3. een gedetailleerde **werkwijze en stappenplan** met timing in werkdagen van hoe een spotproductie van A tot Z tot stand komt.

4. een referentielijst in de vorm van een **portfolio** met een top 3-ranking van afgeleverde opdrachten.

## Perceel 2 “Langere video's en videoreportages”

Stad Genk wenst haar stedelijke wervingskracht te vergroten en haar informatieopdracht naar de Genkse bevolking te vervullen door haar identiteit, beleid en stedelijk aanbod door middel van langere video’s en videoreportages in de kijker te zetten bij verschillende doelgroepen.

**Aantal producties**

Er wordt uitgegaan van 5 videoproducties op jaarbasis. Dit aantal kan echter jaarlijks schommelen, zowel naar boven als naar beneden. Stad Genk wenst zich niet te binden aan een minimum aantal producties op jaarbasis.

**Verspreiding en formaten**

De video’s worden in de eerste plaats online gebruikt. Er wordt dus standaard een video gevraagd in de verschillende formaten, passend voor YouTube, Facebook, Instagram, Instagram Stories en de meest courante websites. Het eindproduct wordt in elk van deze gevallen rechtstreeks digitaal aan de Stad Genk aangeleverd in de gevraagde formaten.

In de tweede plaats kunnen de video’s verspreid worden via (regionale) televisie, volgens vooraf doorgegeven specificaties. Hier wordt de spot digitaal aangeleverd aan het respectievelijke medium en aan Stad Genk. De stad behoudt zich het recht voor om de video te reproduceren en te hergebruiken waar relevant.

Ten derde kunnen de video’s occasioneel voor andere digitale dragers gebruikt worden. Hier gelden dezelfde aanleverspecificaties als voor televisie.

**Duur van de video’s**

Er is geen standaard basisduur voor de video’s. Afhankelijk van de opdracht en het medium kan het om een productie van 2 minuten, 3 minuten, 5 minuten of zelfs 10 minuten gaan. De lengte van de productie wordt telkens in onderling overleg afgestemd.

Bij elke productie, afhankelijk van de in te zetten kanalen, kunnen echter ook extra kortere of langere versies gevraagd worden voor online gebruik. In veel gevallen zal standaard een korte afgeleide spot voor online gebruik gevraagd worden.

**Huisstijl**

Van de inschrijver wordt verwacht dat hij zich houdt aan de grafische huisstijl(en) die Stad Genk heeft ontwikkeld, zodat de video’s een grote mate van herkenbaarheid voor Genk genereren. Stad Genk heeft een basishuisstijl voor haar stedelijke communicatie, maar andere projecten en sites kunnen hiervan afwijken. Dit wordt steeds per project bekeken. Stad Genk levert, indien relevant, een grafisch pakket aan waarmee rekening gehouden dient te worden.

Er zijn telkens enkele grafische basisrichtlijnen waaraan het productiehuis zich dient te houden (lettertype, logogebruik, eindpancarte). Op basis van die richtlijnen kan er in animatie en grafiek creatief aan de slag worden gegaan. Er wordt verwacht dat de productiefirma, net als Stad Genk, als bewaker van deze huisstijl optreedt bij de verschillende producties.

**Gebruiksrechten**

Het beeldmateriaal dat door de firma gemaakt wordt, kan door Stad Genk opgevraagd worden, ten behoeve van toekomstig gebruik door de stad of derden, evenals het gebruiksrecht op dit beeldmateriaal. In dit geval levert de inschrijver het ruwe materiaal aan het stadsbestuur, in HD-kwaliteit en digitaal.

De inschrijver verkoopt de rechten aan Stad Genk, waardoor het stadsbestuur de videoproductie in eigendom verwerft en kan gebruiken en/of reproduceren naar eigen goeddunken.

**GDPR**

In het kader van de nieuwe GDPR-wetgeving dient de inschrijver rekening te houden met de formaliteiten met betrekking tot het portretrecht en hier voor alle producties mee in orde te zijn. Stad Genk wenst de schriftelijke goedkeuringen van alle geportretteerde mensen te ontvangen.

**Prijsofferte**

Aan de inschrijver wordt gevraagd om volgende zaken aan te leveren:

1. een **gemiddelde totaalprijs per** productie op te geven, met alle kosten inbegrepen. De inschrijver specifieert hierbij volgende mogelijke deelkosten:

***PREPRODUCTIE***

*-> creatief basisconcept en scenario (storyboard) prijs/uur*

*-> copywriting prijs/uur*

*-> verdere uitwerking concept prijs/uur*

***PRODUCTIE***

*-> cameraman prijs/dag*

*-> materialen (cameraset, belichting, statief, lenzen, drone, ...) prijs/dag*

*-> regie prijs/dag*

*-> productiekosten prijs/dag*

***POSTPRODUCTIE***

*-> montage (alle versies) prijs/dag*

*-> rechtenvrije muziek prijs/track*

*-> grafiek, animatie en eindpancarte prijs/dag*

***EVENTUELE BIJKOMENDE KOSTEN*** *in te vullen*

2. een **uitgewerkte case**:

Bedenk een creatief concept en werk een volledig en gedetailleerd scenario uit voor een verhalende, informatieve videoreportage rond de aanpak van **zwerfvuil in Genk**. Het doel van de video is enerzijds sensibiliserend, anderzijds een verhalende vertaling van het stedelijk beleid rond de aanpak van zwerfvuil. De doelgroep is ruim: in de eerste plaats situeert het probleem zich bij jongeren, maar ook een ouder publiek moet zich aangesproken voelen door de video. De video richt zich specifiek op een Genks publiek. Ook hier wordt originaliteit hoog in het vaandel gedragen, maar is ook de laagdrempeligheid van de boodschap en de ‘Genkse’ toets belangrijk.

De video dient afgeleiden te hebben voor alle inzetbare online kanalen: YouTube, Facebook, Instagram, Instagram Stories.

Hou rekening met alle basisvoorwaarden die hierboven zijn gespecifieerd. Extra bijkomende informatie kan opgevraagd worden via de Dienst MarCom.

3. een gedetailleerde **werkwijze en stappenplan** met timing in werkdagen van hoe een spotproductie van A tot Z tot stand komt.

4. een referentielijst in de vorm van een **portfolio** met een top 3-ranking van afgeleverde opdrachten.

## Perceel 3 “Databank figuranten”

Stad Genk is op zoek naar een aanbieder van een gevulde webbased database voor figuranten, zowel voor fotografie- als videoproducties. Deze database kan gezamenlijk raadpleegbaar zijn, en kan ook door meerdere partijen aangevuld worden. De database wordt bij voorkeur in de vorm van een abonnement voor Stad Genk opengesteld. De database dient bij start van de samenwerking minstens 50 relevante contacten te bevatten.

Belangrijke kanttekeningen en voorwaarden:

1. De database dient volledig in lijn te zijn met de huidige GDPR-wetgeving. Elk contact dient uitdrukkelijke toestemming gegeven te hebben om hierin opgenomen te zijn. Deze toestemming dient op regelmatige basis herhaald te worden (bij voorkeur jaarlijks). Het opvragen van de toestemming dient door de aanbieder te gebeuren.

2. Zowel Stad Genk als de aanbieder kunnen contacten toevoegen aan de database. Stad Genk kan de database te allen tijde raadplegen en heeft toestemming om de figuranten zelf te contacteren wanneer nodig.

3. Een contact in de database bestaat ten minste uit volgende gegevens:

- naam, adres en telefoonnummer

- minstens 1 duidelijke foto

- geboortedatum

- optioneel: korte motivatie

- optioneel: korte introductievideo

4. Het beheer en onderhoud van het systeem ligt volledig bij de aanbieder.

5. De aanbieder zorgt zelf regelmatig voor het aanvullen van de databank, zodat er te allen tijde een basishoeveelheid contacten is om uit te selecteren.

**Prijsofferte**

Aan de aanbieder wordt een abonnementsprijs gevraagd voor het gebruikmaken van de contacten uit de figurantendatabase.