

Marktraadpleging

Gecoördineerde fotografie en videoproductie in het buitenland

Naam van de Organisatie

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland

Achtergrond

Met deze marktraadpleging wil de organisatie informatie ontvangen ten aanzien van 'fotografie en videoproductie in het buitenland'.

Mede aan de hand van de uitkomsten van de marktraadpleging bepaalt de organisatie of de opdracht in de markt gezet gaat worden.

Deze marktorientatie heeft als doel onder andere input te leveren voor de inkoopstrategie. De behoefte valt onder bijlage XIV van de Aanbestedingswet.

De behoefte betreft de volgende soort opdrachten:

- Buitenlandvideo's: het produceren van live action video's, reportagevideo's, socialmediavideo's (trailers) en animatievideo's, ruwe footage in het buitenland;
- Fotografie: fotografie opdrachten in het buitenland, reportage-, themafotografie;
- Of een combinatie van beiden.

Het algemene kenmerk van deze producten is dat er een creatief concept aan ten grondslag ligt. Een creatieve insteek voor een multi inzetbaar middel door middel van een kleine aanpassing waardoor het ook voor meerdere doelgroepen beschikbaar kan worden gemaakt. Deze producten kunnen afzonderlijk van elkaar worden gemaakt, maar ook als combinatieopdracht, waarin bijvoorbeeld een animatievideo, reportagevideo en fotografieopdracht als één nadere opdracht worden uitgezet.

In bepaalde gevallen weet nadere opdrachtgever al vrij nauwkeurig hoe de nadere opdracht er conceptueel en/of inhoudelijk uit moet zien. Van Opdrachtnemer wordt in dat geval nog slechts een beperkt voorstel ter uitvoering en (vrijwel) geen advies gevraagd. In andere gevallen wil nadere opdrachtgever een uitgebreid(er) voorstel ontvangen en juist wel geadviseerd worden over vorm, inhoud en creatieve keuzes. Opdrachtnemer heeft in die gevallen dus ook een rol als sparringpartner/adviseur.

Live action video:

Live action video's kunnen worden ingezet om een kijker te activeren, instrueren, informeren en/of enthousiasmeren of een gedragsverandering tot stand te brengen. Vaak worden live action en animatie in één video gecombineerd, al dan niet in de vorm van 'overlays' (beeldlagen die over elkaar liggen).

Een live action video wordt opgenomen met camera's en kan bestaan uit bijvoorbeeld 'talking heads', sfeerbeelden, overzichtshots, straatbeeld. Een belangrijk kenmerk van een live action video is dat er onder regie wordt gedraaid aan de hand van een scenario. Hierdoor kan er, in tegenstelling tot bijvoorbeeld een reportagevideo of videoboodschap, veel invloed uitgeoefend worden op vorm en inhoud.

Denk bij live action video's aan bijvoorbeeld corporate video's, instructievideo's, informatieve video's, video's waarin storytelling wordt toegepast. Er is eventueel sprake van geënceneerde situaties en de inzet van acteurs.

Reportagevideo:

Een reportagevideo wordt ingezet als samenvatting over een bepaald onderwerp, vaak vat deze een (actueel) onderwerp samen in de vorm van een 'minidocumentaire'. Een of meerdere interviews zijn een belangrijk onderdeel van een reportagevideo.

Socialmediavideo's:

Nadat er een live action video, animatievideo, reportagevideo is opgenomen. Moet deze video ook verder verspreid worden op RVO kanalen. Dit wordt middels social media gedaan. Social mediakanalen zoals Instagram, Twitter, Facebook en LinkedIn hanteren andere afmeting en korte fragmenten. Daarnaast zijn de verschillende vormen van video's vaak te lang om te delen via social media. Er zal daarna een keuze worden gemaakt of er een trailer of aangepaste versie(s) moeten worden gemaakt voor de verschillende kanalen.

Animatievideo:

Animaties kunnen worden ingezet om complexe materie naar een begrijpelijk en overzichtelijk verhaal te vertalen. Dit kan door een vereenvoudigde nabootsing van de werkelijkheid, of door accenten te plaatsen die met een andere videovorm moeilijk of niet te realiseren zijn. Ook kan een animatie ingezet worden om situaties weer te geven die (nog) niet bestaan of nog ontwikkeld moeten worden.

Fotografie

Bij reportagefotografie wordt er een gebeurtenis, project of een serie gebeurtenissen vastgelegd. De fotograaf vertelt een verhaal met zijn of haar foto of serie foto's. Gevoel voor sfeer is hierbij heel belangrijk, de toeschouwer moet de emotie kunnen voelen. Deze vorm van fotografie kan eigenlijk worden toegepast op elke soort fotografie. Zo kun je een productieproces, de onderneming of nieuwsitem op deze manier vastleggen, maar ook straatfotografie leent zich goed voor een reportage.

Themagebonden fotografie

Gedurende het hele jaar worden er meerdere campagnes gevoerd, deze campagnes staan vaak in het teken van een bepaald thema. Voor diverse uitingen op diverse mediakanalen in diverse uitsneden kunnen hier fotografie opdrachten uitkomen.

Omvang van de opdracht

Onderstaande aantallen zijn een inschatting van het minimaal verwachte productievolume per jaar zonder verdeling:

Product	Gemiddelde contractwaarde per jaar	Gemiddeld aantal opdrachten per jaar
Buitenlandvideo's	€ 250.000,-	25
Fotografie	€ 40.000,-	20

Vraagstelling

Deze opdracht willen wij waarschijnlijk in de toekomst gaan onderverdelen:

- Afrika/ Europa;
- Azië/ Australië / Oceanië;

- Zuid-Amerika/ Noord-Amerika.

De video en fotografieopdrachten dienen in principe altijd door **lokale ondernemers** te worden uitgevoerd. We willen minder vliegbewegingen en lokale werkgelegenheid bevorderen. Hierdoor is het netwerk van de leverancier van belang. We willen weten welke leveranciers er in welke regio's een sterk netwerk van videoproducenten/fotografen hebben om de productie(s) te realiseren. De eindproducten kunnen door een coördinerende leverancier worden gerealiseerd of in het land waar het materiaal is geschoten. Materiaal dient te voldoen aan Webrichtlijnen (WCAG2.1 <https://www.digitoegankelijk.nl/uitleg-van-eisen> en de Rijkshuisstijl <https://www.rijkshuisstijl.nl>).

Deze marktraadpleging is bedoeld om te onderzoeken welke- en hoeveel leveranciers de opdracht kunnen uitvoeren en geïnteresseerd zijn.

Indien u beschikt over aantoonbare ervaring met vergelijkbare projecten, kunt u uw interesse bij ons kenbaar maken.

Heeft u daarnaast nog andere nuttige vragen of opmerkingen die de organisatie kan gebruiken in de eventuele opdracht of advies voor bijvoorbeeld een andere verdeling, dan ziet de organisatie deze graag tegemoet.

Procedure

Geïnteresseerden kunnen zich per e-mail aanmelden bij de volgende contactpersoon bij de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO):

Sacha Hulsman, Senior inkoper bij het Inkoop Uitvoering Centrum EZK

E-mailadres: jucezteam2@rvo.nl

Voeg bij uw antwoord per e-mail uw bedrijfsgegevens, adres en informatie met betrekking tot aantoonbare ervaring toe.

Resultaten van de marktraadpleging

De organisatie kan de informatie die verzameld is naar aanleiding van deze marktraadpleging gebruiken bij het formuleren van een opdracht. Gegadigden dienen er rekening mee te houden dat informatie die zij in het kader van deze marktraadpleging verstrekken, openbaar (zij het in geanonimiseerde vorm) kan worden gemaakt.

Bij een eventueel vervolgtraject zal geen onderscheid worden gemaakt tussen partijen die al dan niet hebben deelgenomen aan de marktraadpleging.

De marktraadpleging is voor alle partijen (de organisatie en de geïnteresseerden) vrijblijvend en houdt op geen enkele wijze een verplichting in om met deelnemers in een bepaalde rechtsverhouding te treden. Er kunnen geen rechten worden ontleend aan deelname aan de marktraadpleging of tijdens de marktraadpleging verstrekte informatie.

Ik zie graag uw reactie uiterlijk voor 7 maart 2022 tegemoet.

Met vriendelijke groet,

Sacha Hulsman
Senior inkoper IUC EZK