

MEDIALNY PROJEKT ABW ZA PONAD 200 TYS. ZŁOTYCH

Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego wybrała firmę, która odpowiedzialna będzie za utworzenie kanału na YouTube, strony internetowej oraz przygotowanie materiałów wideo i animacji, dotyczących przeciwdziałaniu współczesnym zagrożeniom terrorystycznym. Spółka Aplan Media z Łodzi za realizację zamówienia otrzyma od Agencji ponad 200 tys. złotych.

Jak informowało InfoSecurity24.pl pod koniec września, finansowanie medialnego projektu ABW mają zapewnić środki z Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji w ramach rezerwy celowej, przeznaczonej na wdrażanie „Narodowego Programu Antyterrorystycznego na lata 2015-2019”.

Agencja wybierała spośród sześciu zgłoszonych ofert, z czego jedna nie podlegała ocenie. Co ciekawe, zgodnie z informacjami przekazanymi przez ABW, na realizację zamówienia przygotowanych było 195 332,50 złotych brutto, a wartość wybranej oferty, która i tak była najtańsza ze wszystkich złożonych propozycji, to 221 400 złotych brutto. Oznacza to, że Agencja musiała sięgnąć głębiej do kieszeni MSWiA, bo na sfinansowanie projektu, zgodnie z pierwotnym planem, brakowało jej ponad 26 tys. złotych. Jak widać, wygospodarowanie dodatkowych środków nie stanowiło jednak problemu.

Co obejmować będzie umowa? ABW chodzi przede wszystkim o „wykonanie 5-minutowego materiału wideo wraz z teaserem w ramach kampanii społecznej <<CPT ABW 4U>> oraz czterech animacji (każda po 90-120 sekund) i utworzenia Landing Page w terminie do 24 dni od dnia podpisania umowy” – czytamy w informacji z otwarcia ofert. Dodatkowo łódzka firma założy Agencji kanał YouTube oraz będzie go obsługiwać od dnia podpisania przez ABW protokołów odbioru przekazanych materiałów wideo i animacji do 21 grudnia 2019 roku. Co więcej, wykonawca ma zapewnić zasięg głównego materiału wideo na minimum 500 tys. wyświetleń.

Czytaj też: [ABW rusza z kanałem na YouTube](#)

ABW przygotowała też założenia do scenariusza, zgodnie z którymi materiał wideo ma m.in. przedstawiać realne zdarzenie o charakterze terrorystycznym, które może przydarzyć się w każdym kraju, o każdej porze; akcja materiału wideo ma działać przed i w środku centrum handlowego lub w budynku użyteczności publicznej; w wybranych momentach akcja materiału ma się zatrzymać i pojawić mają się napisy (głos lektora) tłumaczące właściwe zachowanie; a materiał ma kończyć się w momencie obezwładnienia sprawcy. Zgodnie z wymaganiami ABW głównymi bohaterami opowieści będą Magda i Artur - to oni przeprowadzą widza przez całą historię.

ABW do tej pory stroniła raczej od tego typu form komunikacji. Co więcej, w ostatnich latach komunikację z mediami przejął rzecznik ministra koordynatora służb specjalnych, a w samej agencji nie powołano rzecznika prasowego - jak miało to miejsce wcześniej.

DM