

Toruń, 25 kwietnia 2016 r.



ul. Pod Krzywą Wieżą 1, 87-100 Toruń
tel. 56 621 03 33 • fax 56 651 02 37
info@tak.torun.pl • www.tak.torun.pl

ZP.3400-1/8./2016

ZAPYTANIE OFERTOWE

I. Toruńska Agenda Kulturalna składa zapytanie ofertowe na przygotowanie i realizację kampanii promocyjnej Święta Miasta, odbywającego się w Toruniu w dniach od 23 do 26 czerwca 2016 roku, zawierającej działania reklamowe, w tym w lokalnej prasie, radiu, i telewizji oraz eventowe, w tym organizację wydarzenia o charakterze promocyjnym, odbywającego się w dniu 25 czerwca 2016 roku. Wydarzenie organizowane w trybie imprezy masowej na co najmniej 2 tysiące widzów, w formie rodzinnego pikniku połączonego z występami muzycznymi i tanecznymi, odbywającego się na zrewitalizowanych Błoniach Nadwiślańskich:

Przedstawiona oferta musi zawierać następujące dane:

1. wykaz zapewnionych przez Oferenta działań reklamowych, w tym:

- reklama w formie czterostronicowej wkładki na rozkładówce, 4 strony formatu minimum 263 x 306,9mm w wydaniu lokalnego dziennika w piątek - tydzień przed wydarzeniem, (skład redakcyjny i złożenie graficzne po stronie wykonawcy),
- 15 emisji reklamy graficznej w wymiarze co najmniej 1/2 strony na łamach lokalnych dzienników w Toruniu i Bydgoszczy,
- 5 emisji reklamy tekstowej w wymiarze co najmniej 1/2 strony na łamach lokalnego dziennika w Toruniu,
- 2 emisje reklamy graficznej w wymiarze co najmniej 1/2 strony na łamach dwóch miesięczników o zasięgu wojewódzkim o tematyce biznesowej oraz life stylowej dla kobiet, w numerach poprzedzających wydarzenie,
- 3 emisje reklamy graficznej w wymiarze co najmniej 1/2 strony każda, po jednej w dzienniku w wybranych przez Zamawiającego trzech różnych miastach wojewódzkich, poza województwem kujawsko-pomorskim,
- 80.000 sztuk ulotek formatu A5 – druk oraz kolportaż do skrzynek pocztowych na terenie Torunia,
- dystrybucja ulotek informacyjnych formatu A5 w dniu wydarzenia (1.000 sztuk), z użyciem dwóch pojazdów Segway (obrandowanych herbem miasta Torunia),
- ekspozycja 40 sztuk plakatów B2 na słupach ogłoszeniowych na terenie Torunia przez okres 2 tygodni bezpośrednio przed wydarzeniem,
- ekspozycja reklamy formatu A3 na 20 latarniach ulicznych na terenie Torunia przez okres 1 tygodnia bezpośrednio przed wydarzeniem,
- kampania reklamowa w Radiu Gra oraz Radiu Zet Gold – minimum 70 spotów 30-sekundowych emitowanych na antenie w okresie nie dłuższym niż 1 tydzień wraz z produkcją zapowiedzi,
- kampania reklamowa w TV Toruń – minimum 35 spotów 30-sekundowych emitowanych na antenie w okresie nie dłuższym niż 1 tydzień wraz z produkcją zapowiedzi,
- kampania promocyjna o zasięgu regionalnym, zawierająca zapowiedź graficzną i tekstową w mediach społecznościowych na profilach Facebook oraz Instagram:
 - o tematyce life stylowej dla rodziców – 2 posty/tydzień – przez okres 2 tygodni przed wydarzeniem,



- o tematyce life stylowej dla kobiet – 3 posty/tydzień – przez okres 3 tygodni przed wydarzeniem,
- o tematyce biznesowej – 1 post/tydzień – przez okres 3 tygodni przed wydarzeniem,
- dziennika bydgoskiego o zasięgu lokalnym – 2 posty/tydzień – przez okres 2 tygodni przed wydarzeniem,
- dziennika toruńskiego o zasięgu lokalnym – 3 spoty/tydzień – przez okres 4 tygodni przed wydarzeniem,
- utworzenie grupy wydarzenia, na którym publikowane będą posty co drugi dzień przez okres co najmniej 1 miesiąca przed wydarzeniem, zawierające zdjęcia, linki do serwisu Youtube, informacje o atrakcjach oraz partnerach wydarzenia, wspomnienia z dzieciństwa mieszkańców Torunia, konkursy oraz wykupienie 4 płatnych postów na portalu Facebook promujących stworzoną grupę (grupa docelowa mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego),
- promocja na kanale Youtube przez okres 1 miesiąca przed wydarzeniem – filmiki ze wspomnieniami znanych torunian, filmiki z przygotowań do wydarzenia,
- kampania viralowa – wspomnienia znanych torunian – realizacja 6 filmów 2 minutowych promowanych przez okres 2 tygodni za pośrednictwem mediów społecznościowych (strony www, Facebook, Youtube),
- promocja na stronach www portali o zasięgu lokalnym w Toruniu i Bydgoszczy – baner główny na stronie, obraz banery na podstronach portali przez okres 1 miesiąca przed wydarzeniem,
- promocja na stronach dwóch portali www o zasięgu wojewódzkim o tematyce biznesowej oraz life stylowej dla kobiet przez okres 1 miesiąca przed wydarzeniem,
- organizacja happeningu na terenie Torunia o tematyce nawiązującej do obchodów Święta Miasta w weekend poprzedzający wydarzenie,
- reklama ambientowa w formie plansz do gry w klasy na przystankach autobusowych – 20 przystanków w centrum Torunia przez okres jednego tygodnia przed wydarzeniem,
- produkcja materiałów reklamowych niezbędnych do przeprowadzenia wyżej wymienionych działań promocyjnych,

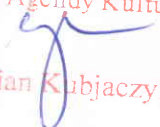
2. wykaz zapewnionych przez Oferenta działań eventowych, w tym:

- przygotowanie i przedłożenie Zamawiającemu właściwie sporządzonych dokumentów dot. organizacji wydarzenia kulturalnego w trybie imprezy masowej na co najmniej 2.000 widzów, wraz z kompletem zgód i pozwoleń niezbędnych przy tego typu przedsięwzięciu,
- zapewnienie podestu z zadaszeniem z wyodrębnioną sceną taneczną o powierzchni minimum 450m² wraz z montażem i demontażem oraz ochroną na czas montażu i demontażu oraz z techniką sceniczną (oświetlenie, nagłośnienie, profesjonalna scenografia), to jest odpowiadającą wymaganiom technicznym niezbędnym do przeprowadzenia działań zgodnie z harmonogramem wydarzenia,
- zapewnienie trzech namiotów o powierzchni minimum 50m² wraz z montażem i demontażem oraz ochroną na czas montażu i demontażu oraz przyłączem prądowym
- pokrycie kosztów prądu zużytego na potrzeby wydarzenia, wraz z zapewnieniem elektryka dyżurującego na miejscu podczas wydarzenia,
- logistyka wydarzenia, w tym ubezpieczenie wydarzenia i zapewnienie najazdów kablowych w ilości niezbędnej do zabezpieczenia wyeksponowanych kabli oraz barierek zabezpieczających w ilości niezbędnej do bezpiecznego przeprowadzenia wydarzenia,
- zapewnienie sprzętania terenu wydarzenia przed i po wydarzeniu,
- zapewnienie namiotu VIP wraz z cateringiem i obsługą co najmniej dwóch hostess,
- zapewnienie występu dj-a ogólnopolskiego formatu oraz zespołu grającego do tańca muzykę na żywo,
- zapewnienie innych wydarzeń na scenie w godzinach 16:00-22:00 wraz z oprawą muzyczną i konferansjerską,
- zapewnienie prezentacji kulinarnej w formie gotowania na żywo,
- zapewnienie co najmniej 5 minutowego pokazu fajerwerków,

- zapewnienie innych atrakcji i grup animacyjnych prowadzących animacje promujące Święto Miasta, w tym: wystawy samochodów retro, gry miejskiej nawiązującej do tematyki wydarzenia, wystawy fotografii o tematyce związanej ze Świętem Miasta prezentowanej podczas wydarzenia, degustacji tortu z okazji urodzin miasta Torunia, pokazów tańca połączonych z przeglądami szkół tańca, strefy stylu i strefy gier,
 - zapewnienie dwóch konferansjerów prowadzących wydarzenie i co najmniej czterech animatorów przeprowadzających animacje wśród publiczności,
 - zapewnienie zaplecza sanitarnego,
 - zapewnienie zaplecza medycznego,
 - zapewnienie ochrony wydarzenia w wymiarze niezbędnym do zgodnego z przepisami przeprowadzenia wydarzenia,
3. wykaz dotychczasowego doświadczenia Oferenta w przygotowaniu i realizacji kampanii promocyjnej, zawierającej działania reklamowe i eventowe – minimum 3 przykłady o podobnej skali wydarzenia,
 4. całkowity koszt złożonej oferty, zawierającej wskazane działania, w kwocie brutto.

II. Wymogi dotyczące składanych ofert:

1. **Termin i miejsce wykonania zamówienia:** 1-30 czerwca 2016 roku, Toruń, Błonia Nadwiślańskie.
2. **Płatność:** na podstawie faktury wystawionej przez Oferenta po zrealizowaniu kampanii promocyjnej i przedłożeniu Zamawiającemu raportu z jej wykonania, z 14 dniowym terminem płatności.
3. **Termin nadsyłania ofert:** do 2 maja 2016 r. (poniedziałek), do godz. 15.00.
4. **Kryterium wyboru oferty:** 70% cena + 30% wykazane doświadczenie Oferenta.
5. **Sposób składania ofert:** pocztą elektroniczną, na adres: p.draheim@tak.torun.pl.
6. **Dodatkowych informacji udziela:** p. Przemysław Draheim, p.draheim@tak.torun.pl.

Dyrektor
Toruńskiej Agendy Kulturalnej

Krystian Kubjaczek