

Toruń, 14 marca 2017 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/.../2017

## ZAPYTANIE OFERTOWE

**I. Toruńska Agenda Kulturalna składa zapytanie ofertowe na przygotowanie i realizację kampanii promocyjnej Święta Miasta, odbywającego się w Toruniu w dniach od 21 do 25 czerwca 2017 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 24 czerwca 2017 roku. Wydarzenie organizowane w formie rodzinnego pikniku połączonego m.in. z atrakcjami sportowymi, kulinarnymi i muzycznymi, 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 A6 – druk oraz kolportaż do skrzynek pocztowych na terenie Torunia,
- ekspozycja 100 sztuk plakatów B2 w instytucjach oświaty i kultury na terenie Torunia przez okres 2 tygodni 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 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, konkursy oraz wykupienie 4 płatnych postów na portalu Facebook promujących stworzoną grupę (grupa docelowa mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego),

- 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,
- co najmniej jedna dwuminutowa transmisja live z wydarzenia za pośrednictwem facebooka,
- organizacją happeningu na terenie miasta o tematyce nawiązującej do obchodów Święta Miasta w weekend poprzedzający wydarzenie, z dystrybucją ulotek promujących wydarzenie (1000 szt.)
- promocja na kanale youtube przez okres jednego miesiąca przed wydarzeniem – filmiki z przygotowań do wydarzenia oraz zachęta do wzięcia udziału,
- kampania viralowa – filmiki zachęcające do wzięcia udziału w wydarzeniu, promowane w mediach społecznościowych,
- promocja na stronach dwóch portali www o zasięgu wojewódzkim o tematyce biznesowej oraz life stylowej dla kobiet przez okres 1 miesiąca przed wydarzeniem,
- reklama ambientowa w formie grafik nawiązujących do tematyki wydarzenia 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:

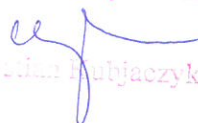
- zapewnienie sceny z zadaszeniem o powierzchni minimum 48m<sup>2</sup> wraz z montażem i demontażem oraz ochroną na czas montażu i demontażu oraz z techniką sceniczną (oświetlenie, nagłośnienie, profesjonalna scenografia), to jest odpowiadającą wymaganiom technicznym niezbędnym do przeprowadzenia działań zgodnie z harmonogramem wydarzenia,
- 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 barierki zabezpieczających w ilości niezbędnej do bezpiecznego przeprowadzenia wydarzenia, nie mniej niż 50 mb w celu zabezpieczenia sceny oraz terenu pokazu fireshow,
- zapewnienie sprzątnięcia terenu wydarzenia przed i po wydarzeniu,
- zapewnienie namiotu VIP wraz z cateringiem i obsługą,
- zapewnienie innych wydarzeń na scenie w godzinach 15:00-21:00 wraz z oprawą muzyczną i konferansjerską,
- zapewnienie prezentacji kulinarnej w formie gotowania na żywo,
- zapewnienie co najmniej 20 minutowego pokazu fireshow,

- zapewnienie innych atrakcji i grup animacyjnych prowadzących zajęcia nawiązujące do Święta Miasta, w tym:
    - gry miejskiej nawiązującej do tematyki wydarzenia,
    - rywalizacji sportowych dopasowanych tematycznie do wydarzenia,
    - eksperymentów naukowych,
    - atrakcji dla najmłodszych uczestników do 3 roku życia,
    - warsztatów ekologicznych,
    - warsztatów zdobienia ceramiki,
    - szkółki żeglarskiej z nauką węzłów,
    - pokazów latawców,
    - zaproponowanie innych atrakcji dla gości z wykorzystaniem istniejącej infrastruktury terenu,
  - zapewnienie tortu urodzinowego i degustacji dla około 1000 mieszkańców miasta,
  - uwzględnienie w scenariuszu przeprowadzenia regat wioślarskich,
  - zapewnienie dwóch konferansjerów prowadzących wydarzenie i co najmniej czterech animatorów przeprowadzających animacje wśród publiczności,
  - zapewnienie zaplecza sanitarnego w postaci 8 to i to,
  - zapewnienie zaplecza medycznego wraz z karetką,
  - zapewnienie ochrony wydarzenia w wymiarze niezbędnym do przeprowadzenia wydarzenia zgodnie z zasadami bezpieczeństwa, nie mniej niż 10 osób,
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. Włączenie w planowane działania eventowe w dniu 24 czerwca 2017 roku infrastruktury funkcjonującej na obszarze zrewitalizowanych Błoni Nadwiślańskich, w tym sprzętu sportowego oraz działających tam punktów gastronomicznych czy usługowych.
2. **Termin i miejsce wykonania zamówienia:** 1-30 czerwca 2017 roku, Toruń.
3. **Płatność:** na podstawie faktury wystawionej przez Oferenta po zrealizowaniu kampanii promocyjnej i przedłożeniu Zamawiającemu raportu z jej wykonania, z 14 dniowym terminem płatności.
4. **Termin nadsyłania ofert:** do 28 marca 2017 r. (wtorek), do godz. 12:00.
5. **Kryterium wyboru oferty:** 70% cena + 30% wykazane doświadczenie Oferenta.
6. **Sposób składania ofert:** pocztą elektroniczną, na adres: [p.draheim@tak.torun.pl](mailto:p.draheim@tak.torun.pl).
7. **Dodatkowych informacji udziela:** p. Przemysław Draheim, [p.draheim@tak.torun.pl](mailto:p.draheim@tak.torun.pl).

Dyrektor  
Toruńskiej Agencji Kulturalnej

  
Krzysztof Hubjaczek