

## SZCZEGÓŁOWY ZAKRES ZAPYTANIA

### **Organizacja i promocja wizyty znanej osoby**

Organizacja i promocja wizyty znanej osoby (kucharza, dziennikarza kulinarnego, youtubera, krytyka kulinarnego prowadzącego popularny kanał o tematyce kulinarnej na portalu Youtube z minimum 500 000 subskrybentów) na toruńskim jarmarku bożonarodzeniowym wraz z jego promocją w mediach.

Nagranie i publikacja dwóch filmów o tematyce świąteczno/bożonarodzeniowej promujących miasto na kanale YT prowadzącego.

### **Zakres:**

1. Zorganizowanie wizyty celebryty na Jarmarku i jego udział w nim w dniu 6 grudnia poprzez:
  - przeprowadzenie spotkania autorskiego z udziałem publiczności - 60 minut
  - zapewnienie osoby prowadzącej spotkanie autorskie gwarantującej poprawne merytorycznie i w atrakcyjnej formie nawiązanie do tradycji historycznych, hanzeatyckich i kulinarnych miasta
  - zapewnienie pobytu celebryty podczas jarmarku przez dodatkowe 60 minut poświęcone na odwiedzenie stoisk wystawców, komentarze i rozmowy z nimi
  - nagranie przez gwiazdę tzw. „rolki” promującej jarmark wraz z jej udziałem oraz przekazanie tego materiału w celu wykorzystania w kampanii promocyjnej oraz w mediach społecznościowych urzędu miasta.
2. Nagranie dwóch filmów o tematyce świątecznej - każdy o minimalnej długości 30 min. Premiera filmów na kanale youtube prowadzącego w okresie świąteczno-noworocznym w okresie między 18 a 27 grudnia 2024 r.
3. Lokowanie w filmach Miasta Toruń jako partnera odcinków zgodnie z obowiązującymi przepisami.

4. Filmy powinny promować miasto jego tradycje, w tym kulinarne w ramach scenariusza uwzględniającego atrakcje miasta, gotowanie potraw przez celebrytę, promocję lokalnej gastronomii.

### **Przeprowadzenie kampanii promocyjnej jarmarku**

Przeprowadzenie kampanii promocyjnej jarmarku w tym udziału celebryty na terenie województwa kujawsko-pomorskiego na portalach internetowych w social mediach oraz w tytułach prasowych w okresie ustalonym przez Zamawiającego w okresie od listopada do grudnia.

### **Zapewnienie kampanii promocyjnej w mediach o następujących parametrach:**

Zapewnienie w całości kampanii publikacji znaków graficznych (logotypu, herbu) wskazanych przez Urząd Miasta Torunia.

#### **Internet**

- reklama bannerowa (formy: double billboard lub halfpage) w internecie wyświetalana na portalach publicystyczno-informacyjnych min. 800 000 odsłon
- publikacja 2 artykułów sponsorowanych przez min. 7 dni każdy na stronach głównych min. trzech serwisów internetowych
- kampania w social mediach – zapewnienie publikacji postów na stronach portalu Facebook mediów z oznaczeniem FB Miasta Toruń (mini. 12 postów)
- zapewnienie video relacji z wizyty na jarmarku wraz z jej publikacją na portalach internetowych na których będą publikowane artykuły sponsorowane.
- W min. dwóch serwisach internetowych powiązanych z prasą regionalną województwa kujawsko-pomorskiego. Zamawiający dopuszcza emisję reklam internetowych w innych mediach internetowych, pod warunkiem, że mają charakter informacyjny i są sprofilowane na grupę docelową kampanii – mieszkańcy województwa.
- Portale internetowe wybrane do promocji – min. liczba unikalnych użytkowników portalu: 100 000 miesięcznie
- Social Media – minimum dwa fun page na portalu Facebook prowadzone przez media informacyjne (prasowe lub portale internetowe) z minimalną liczbą obserwujących łącznie – 100 000)

#### **Kampania prasowa**

Realizowana w minimum dwóch tytułach prasowych

Łączna liczba publikacji:

- 9 publikacji reklamy o powierzchni min. pół strony w magazynowym wydaniu na stronach redakcyjnych
- 6 publikacji reklamy o powierzchni min. pół strony w pozostałych wydaniach na stronach redakcyjnych.
- 4 publikacje reklamy o powierzchni min. 1/4 strony na stronach redakcyjnych

Kampania prasowa w dwóch lub więcej gazetach regionalnej, przy czym co najmniej jedna z zaproponowanych gazet musi ukazywać się na terenie całego województwa kujawsko-pomorskiego. Jako gazeta regionalna rozumiana będzie również gazeta ogólnopolska posiadająca dodatek regionalny. Gazeta musi spełniać łącznie następujące warunki: dystrybuowana odpłatnie, ukazująca się regularnie w postaci drukowanej, co najmniej 5 razy w tygodniu, w tym co najmniej od poniedziałku do piątku, nie będąca tabloidem (gazeta o charakterze sensacyjnym i plotkarskim), posiadająca średnie rozpowszechnienie płatne za II kwartał 2024 r. nie mniejsze niż 1 500 egzemplarzy zgodnie z danymi Polskich Badań Czytelnictwa (bądź innych niezależnych badań, przy czym za niezależne badania rozumie się badania wykonane przez podmiot niezwiązany w żaden sposób z Wykonawcą składającym ofertę), przy czym w przypadku gazety z dodatkiem regionalnym powyższa sprzedaż dotyczy tylko dodatku regionalnego.