**Załącznik nr 1 do SWZ – Opis przedmiotu zamówienia**

**ZP.3400-2/5/2024**

**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.

1. 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.
2. Lokowanie w filmach Miasta Toruń jako partnera odcinków zgodnie z obowiązującymi przepisami.
3. 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 bilboard 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 liczba 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. pól 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 gazecie 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 rozpowszechnianie 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.