

Przygotowanie i realizację kampanii
promocyjnej Święta Miasta, odbywającego się w Toruniu w dniach od 20 do 24 czerwca 2025
roku, zawierającej działania reklamowe, w tym w lokalnej prasie, radiu, i telewizji oraz
eventowe, w tym organizację dwóch wydarzeń o charakterze promocyjnym.

Działania reklamowe w ramach kampanii, realizowane nie później niż od 2 czerwca 2025 roku:

Prasa*: min. w 3 różnych gazetach regionalnych

- Reklama graficzna 6x4 – 14 razy (dowolny podział na wydawnictwa)
- Tekst redakcyjny zapowiadający wydarzenie 7 razy (dowolny podział na wydawnictwa)
- Wywiad z Prezydentem Miasta Torunia – full page, wydanie magazynowe
- Fotorelacja z wydarzenia full page.

Widoczność logotypów:

- Logotyp Partnera przy grafice print zapowiadający wydarzenie 1/2 strony (belka sponsorska) – 14 razy
- Logotyp Partnera przy tekście redakcyjnym print zapowiadającym wydarzenie (belka sponsorska) – 7 razy
- Logotyp Partnera przy fotorelacji print z wydarzenia (belka sponsorska)

Promocja online: min. na 4 różnych portalach regionalnych

- Reklama display (1 000 000 wyświetleń – min. 2 różne formy reklamowe) z przekierowaniem do tekstu redakcyjnego zapowiadającego wydarzenie,
- Reklama display – welcome screen (10 000 wyświetleń)
- Reklama display – forma reklamowa megaboard emitowana na stałe w dwóch serwisach dzień przed i w dniu wydarzenia
- Tekst redakcyjny z wideo zapowiadającym wydarzenie umieszczony na stronach trzech serwisów od 7 do 2 dni – (belka sponsorska);
- Tekst redakcyjny z relacją (foto i wideo) z wydarzenia umieszczony przez 2 dni na stronach głównych serwisów.

Widoczność logotypów:

- Logotyp Partnera przy tekście redakcyjnym online zapowiadającym wydarzenie umieszczonym na stronach głównych w serwisach od 7 do 2 dni – (belka sponsorska)
- Logotyp Partnera na planszy na końcu wideo z zapowiedzią wydarzenia
- Logotyp Partnera w kampanii display w serwisach – 1 000 000 wyświetleń
- Logotyp Partnera w kampanii display emitowanej na stałe w serwisie dzień przed i w dniu wydarzenia
- Logotyp Partnera w kampanii display – welcome screen – 10 000 wyświetleń – 7 dni przed wydarzeniem

- Logotyp Partnera przy tekście redakcyjnym online z foto i wideorelacją z wydarzenia umieszczonym na stronach głównych w serwisach przez 2 dni (belka sponsorska)

Promocja w mediach społecznościowych na 3 różnych profilach gazet regionalnych

- Posty z zapowiedzią i relacją z wydarzenia – 17 razy
- Rolki/relacje z zaproszeniem na wydarzenie – 5 razy
- Kampania reklamowa na fanpage'ach o wartości min. 3000 zł,

Widoczność logotypów

- Oznaczenie Partnera w poście zapowiadającym wydarzenie na fanpage'u FB serwisów 14 razy
- Oznaczenie Partnera w poście podsumowującym wydarzenie na fanpage'u FB serwisów – 1 post/serwis
- Oznaczenie Partnerów w kampanii promującej wydarzenie na fanpage'u FB serwisów – wartość kampanii 3000 zł

Przygotowanie relacji wideo

- Wideorelacja podsumowująca wydarzenie, min. 90 sekund
-
- Wypowiedź Partnera w wideorelacji z wydarzenia

Widoczność logotypów:

- Logotyp Partnera na planszy zbiorczej na końcu filmu podsumowującego wydarzenie w serwisach regionalnych

Radio

- Kampania radiowa w Radio GRA (70 30-sekundowych spotów) w tygodniu przed akcją

Widoczność logotypów:

- Wymienienie nazwy Partnera w spocie radiowym promującym wydarzenie – 70 spotów

Promocja bezpośrednia

- Rozdawanie ulotek zapraszających na event w dniach 14 i 15 czerwca w godzinach 12:00 – 15:00 (lub do wyczerpania ulotek) na Rynku w Toruniu
- 3000 szt. ulotek format A6.

Widoczność logotypów:

- Logotyp Partnera na ulotkach zapraszających na wydarzenie (pasek sponsorski) dystrybuowanych przez hostessy na 2 dni przed wydarzeniem

Świadczenie na użytek własny:

- Wywiad z Prezydentem Miasta Torunia – full page, wydanie magazynowe

Działania eventowe w ramach kampanii:

1. organizacja dwudniowego wydarzenia w Toruniu na Bulwarze Filadelfijskim.
 - a. 21 czerwca 2025 – „Biesiada flisacka na Bulwarze Filadelfijskim” w formie pikniku o tematyce flisackiej, m.in. z biesiadą rodzinną, atrakcjami gastronomicznymi i występami lokalnych artystów;
 - b. 22 czerwca 2025 – „Koncert Toruńskiej Orkiestry Symfonicznej z udziałem solistów oraz gościnnym udziałem gwiazdy, Igora Herbuta”
2. postawienie i zabezpieczenie sceny 12 x 10 m na ulicy Bulwar Filadelfijski w Toruniu, z kratownicą i wodoodpornym zadaszeniem
3. oświetlenie sceniczne zapewniające doświetlenie osób występujących na scenie
4. nagłośnienie według riderów podmiotów uczestniczących w wydarzeniu + system nagłośnienia zabezpieczającego dźwięk, słyszalny do minimum 60 metrów przed sceną
5. zapewnienie profesjonalnej obsługi technicznej do realizacji nagłośnienia i oświetlenia podczas całego wydarzenia
6. telebim LED minimalnej wielkości 5 x 3 m usytuowany przy scenie głównej
7. zapewnienie realizacji video podczas całego wydarzenia i transmisji na ekranie LED usytuowanym przy scenie głównej
8. montaż i demontaż elementów scenotechniki we wskazanych przez zleceniodawcę terminach
9. zabezpieczenie imprezy masowej (min 1 tys uczestników dziennie) – zgodnie z obowiązującymi przepisami w zakresie liczby uczestników i obszaru wydarzenia - uzyskanie wszystkich pozwoleń i zabezpieczeń
10. zabezpieczenie wydarzenia (min 1 tys uczestników dziennie) w zakresie opieki medycznej zgodnie z obowiązującymi przepisami dotyczącymi imprezy masowej
11. zabezpieczenie wytyczonej strefy (Bulwar Filadelfijski) płotami - min 250 metrów bieżących
12. zorganizowanie wytyczonej i ogólnodostępnej strefy toalet i umywalek – min 10 stanowisk
13. dozór i ochrona terenu wydarzenia i mienia pozostawionego przez organizatora oraz firmy współpracujące z organizatorem - od 20 do 22 czerwca 2025
14. zorganizowanie na scenie głównej min 3 pokazów kulinarnych (min 20 min każdy pokaz) przeprowadzonych przez wykwalifikowanego szefa kuchni. Rekomendowane dania – powiązane z tradycjami flisackimi.
15. zapewnienie udziału w wydarzeniu minimum 3 ogólnodostępnych stoisk gastronomicznych z popularnymi daniami z kuchni polskiej oraz min 8 stoisk Kół Gospodyń Wiejskich
16. zorganizowanie wytyczonej strefy biesiadnej składającej się z 40 metrowego stołu wraz z siedziskami
17. zorganizowanie wytyczonych stref animacji dziecięcych i stref rozrywkowo animacyjnych. Minimum 1 propozycja powinna być związana z kulturą i tradycjami flisackimi.
18. zapewnienie tortu okolicznościowego – min 700 porcji wraz z obsługą i przeprowadzenie jego degustacji wśród uczestników wydarzenia

19. zapewnienie występów artystycznych

- 21 czerwca – lokalne zespoły muzyczne / wokalne / taneczne
- 21 czerwca - DJ - muzyka mechaniczna na zakończenie pierwszego dnia wydarzenia
- 22 czerwca - koncert Toruńskiej Orkiestry Symfonicznej z udziałem Igora Herbuta i min 3 innych wokalistów

20. zorganizowanie przed sceną wytyczonej strefy miejsc siedzących (min 500 miejsc) podczas koncertu Toruńskiej Orkiestry Symfonicznej 22 czerwca

21. sprzątanie i utylizacja odpadów z terenu imprezy w dniach 21 i 22 czerwca

*Kampania prasowa w min. trzech gazetach regionalnych, 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 I kwartał 2025 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.