**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 umieszonym 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 funpage’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.
   1. 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;
   2. 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

1. zorganizowanie przed sceną wytyczonej strefy miejsc siedzących (min 500 miejsc) podczas koncertu Toruńskiej Orkiestry Symfonicznej 22 czerwca
2. 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.