

Ad.3. Lokowanie produktu w materiałach filmowych to obecnie, jedna z najbardziej skutecznych form reklamy. W przypadku, gdy produktem jest miasto, to ono staje się celem odwiedzin, a miejsca akcji stanowią ulubione plenery turystów. Telewizja TVN jako jedyna przedstawiła ofertę lokowania miasta jako produktu, w serialu, którego fabuła rozgrywa się w Gdyni, a bohaterowie są jej mieszkańcami. Stanowi to ogromny potencjał dla promocji miasta, pokazania jego walorów, wyróżników, atrakcji turystycznych oraz budowania atrakcyjnego wizerunku Gdyni wśród odbiorców/widzów serialu, co ma zachęcić do wizyty w mieście i zarekomendować Gdynię jako destynację turystyczną, ale również doskonałe miejsce do życia i pracy. Pierwsza seria przewiduje 13 odcinków, po 45 minut każdy. Emisja serialu planowana jest na antenie TVN, jednym z wiodących w rankingach oglądalności, ogólnopolskim kanale, we wtorki o godzinie 21.30, a więc w najlepszym paśmie wieczornym, gwarantującym wysoką oglądalność serialu. Koszt, z jakim należałoby się liczyć w przypadku zakupu reklam promujących Gdynię, na kanale o podobnym zasięgu ogólnopolskim i w proponowanym czasie antenowym byłby zdecydowanie wyższy, niż zakładany na realizację niniejszego zamówienia.

Z up. PREZYDENTA MIASTA GDYNI

Katarzyna Gruszecka-Spychala
WICEPREZYDENT MIASTA