

Kampania reklamowa otwarcia nowej siedziby Cricoteki i wystawy stałej Tadeusza Kantora z kolekcji Cricoteki

Otwarcie nowej siedziby Cricoteki odbędzie się pod honorowym patronatem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej Bronisława Komorowskiego

Logotyp Patrona medialnego i informacja o objęciu patronatem zostaną umieszczone w materiałach i reklamach towarzyszących kampanii, w tym m.in.

Konferencja prasowa – podczas organizacji konferencji otwierającej nową siedzibę Patron zostanie wymieniony w zapowiedzi otwarcia na stronie agencji organizującej konferencję, także w serwisie informacyjnym ww. agencji, zaproszeniu, mailingu, newsletterze wysyłanym do 700 subskrybentów z branży mediów w kraju i za granicą.

Dziennik ogólnopolski – umieszczenie logo w 1/2 stronicowej reklamie w wydaniu ogólnopolskim - wydanie piątkowe; w 1/2 stronicowej reklamie w wydaniu lokalnym wydanie sobotnie

Tygodnik ogólnopolski – umieszczenie logo Patrona w reklamie całostronicowej w ekskluzywnym min. 24 stronicowym dodatku na otwarcie nowej siedziby Cricoteki, nakład min. 40 000; stałe informacje na stronie internetowej oraz na profilu FB odsyłające do strony z informacją zawierającą nazwę Patrona;

Internet

Informacyjny portal internetowy – nazwa Patrona w mailingu do 300 000 osób zainteresowanych kulturą i sztuką oraz 8 sekundowy materiał filmowy emitowany na stronie głównej odsyłający do informacji zawierającej nazwę Patrona.

branżowy portal internetowy – portal kulturalny trafiający miesięcznie do 100 000 unikatowych użytkowników – 60 000 odsłon double billboard odsyłających do informacji zawierającej nazwę Patrona; newsletter wysyłany trzykrotnie do 10 000 subskrybentów poświęcony projektowi oraz banner w newsletterze dziewięciokrotnie podczas trwania projektu odsyłające do informacji zawierającej nazwę Patrona.

news.cricoteka.pl – ilustrowane informacje o projekcie zawierające logo Patrona w zakładce Partnerzy

cricoteka

międzynarodowy mailing trafiający do ok. 50 000 specjalistów zajmujących się sztukami wizualnymi na temat najbardziej znaczących współczesnych artystycznych wystaw, publikacji i sympozjów zawierający nazwę Patrona.

międzynarodowy mailing zawierający nazwę Patrona dystrybuujący informacje o najważniejszych wystawach sztuki współczesnej, publikacjach i sympozjach mających wpływ na edukację artystyczną. Lista dyskusyjna składa się z kilkuset czołowych przedstawicieli czasopism międzynarodowych, szkół artystycznych i uczelni wyższych na całym świecie.

Reklama zewnętrzna

Bilboardy – 155 sztuk – kampania miesięczna – Kraków, Wrocław, Katowice, Warszawa – zawierające logo Patrona

Infoscreeny – 31 nośników w Metrze warszawskim - emisja 200 spotów zawierających logo Patrona, o długości 8-15" na każdym z 31 ekranów przez cały dzień w godzinach: 05:30-00:30. Kampania 14 dniowa gwarantuje 86 800 emisji.

Plakatowanie - plakat B1 500 sztuk zawierający logo Patrona, prezentowany w Krakowie przez okres 14 dni

Trajler projektu w Internecie – Rosnąca Cricoteka - 1,5 minutowy film będący zapisem kamer internetowych dokumentujących etapy budowy zapowiedź na stronie internetowej Cricoteki oraz serwisach internetowych umożliwiających umieszczenie filmów, zawierający logo Patrona.

Trajler projektu Rosnąca Cricoteka w środkach komunikacji miejskiej – 15 sekundowa zapowiedź projektu w krakowskich tramwajach przez okres 14 dni, zawierający logo Patrona.

Działania standardowe

Newsletter zawierający logo Patrona docierający do ściśle sprofilowanej grupy odbiorców zainteresowanych ofertą Cricoteki linkujący do pełnej informacji o projekcie na stronie www.news.cricoteka.pl (blisko 1 700 osób (grupy docelowe m.in.: instytucje kultury, uniwersytety, ośrodki badawcze, instytuty naukowe, instytuty polskie za granicą, artyści, osoby zainteresowane sztuką i teatrem – wielokrotnie podczas trwania projektu oraz przed jego rozpoczęciem

Komunikaty medialne – rozsyłane drogą mailową (ok. 500 adresów) – wielokrotnie podczas trwania projektu, zawierające nazwę Patrona.

Pakiety prasowe – rozdawane podczas konferencji prasowych zapowiadających i otwierających projekt zawierające logo Patrona.

Druki do wystawy stałej Tadeusza Kantora z kolekcji Cricoteki zawierające logo Patrona medialnego:

- ulotka ogólna wersja polska – 30 000 egz.
- ulotka ogólna wersja angielska – 30 000 egz.
- broszura wersja polska – 10 000 egz.
- broszura wersja angielska – 10 000 egz.
- broszura sala teatralna – oferta warsztatów teatralnych 35 000 egz.
- broszura oferta edukacyjna – 35 000 egz.
- folder program edukacyjny – 10 000 egz.
- katalog do wystawy zawierający historię i opis budynku oraz historię Cricoteki - wersja polska – 1000 egz.
- katalog do wystawy zawierający historię i opis budynku oraz historię Cricoteki - wersja angielska – 1000 egz.
- album malarstwa Tadeusza Kantora stanowiący część ekspozycji album drukowany najprawdopodobniej na maszynie z epoki - czyli końca lat 80. Album będzie liczył 269 fotografii - 500 egz.

Druki kampanii reklamowej zawierające logo Patrona medialnego

- zaproszenie – 2 000 egz.
- plakat – 1 000 egz.
- billboard – 200 szt.
- flip book – 10 000 egz.