

## **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

**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.

### **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

### **Reklama zewnętrzna**

**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](http://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 kampanii reklamowej zawierające logo Patrona medialnego**

- zaproszenie – 2 000 egz.
- plakat – 1 000 egz.