

## WYTYCZNE DOTYCZĄCE PROMOCJI PROJEKTÓW REALIZOWANYCH W RAMACH KRAJOWEGO PROGRAMU KULTURALNEGO POLSKIEJ PREZYDENCJI

1. Kampania ogólna promocyjna realizowana przez Narodowy Instytut Audiowizualny
2. Kampania promocyjna wystawy realizowanej w ramach KPKPP – wytyczne obligatoryjne
3. Oznakowanie przestrzeni wokół wydarzeń KPKPP
4. Zapisy i oznakowanie obligatoryjne

### Ad.1

#### Kampania ogólna promocyjna realizowana przez Narodowy Instytut Audiowizualny

Kampania wizerunkowa zapowiadająca program jako całość oraz dwie kampanie taktyczne promujące dwa najważniejsze wydarzenia programu:

- Inaugurację Prezydencji
- Europejski Kongres Kultury

#### Kampania wizerunkowa pod hasłem **UWAGA NA KULTURĘ!**

Promocja idei, że kultura to nie tylko rozrywka. Kultura nas „zmienia”, zmienia sposób widzenia, myślenia, zmienia społeczeństwo. Reklamy odsyłają do adresu [www.uwaganakulture.pl](http://www.uwaganakulture.pl), pod którym znajdować się będzie obszerna zakładka na stronie [www.nina.gov.pl](http://www.nina.gov.pl) pod hasłem UWAGA NA KULTURĘ! ze szczegółowym kalendarzem i opisem wszystkich projektów realizowanych w ramach Krajowego Programu Kulturalnego.

Przykłady:

The image shows two examples of promotional materials. On the left is a poster for the 'UWAGA NA KULTURĘ!' campaign. It features a man in a white t-shirt looking down at a can of 'Tusolka SUPER ZUPA'. The text on the poster includes 'Andrzejowi po wizycie w galerii wszystko inaczej się kojarzy.' and 'Krajowy Program Kulturalny Polskiej Prezydencji'. On the right is a snippet of a financial news article titled 'Z GIELDY' and 'Pożytki z uczenia się'. The article discusses the benefits of learning and investing in the stock market, mentioning the Główny Urząd Statystyczny (GUS) and the Główny Urząd Miar (GUM).



### Przebieg kampanii (odgórnej)

#### **I etap: 1 czerwca - 20 czerwca 2011**

ogólnopolska kampania promująca Krajowy Program Kulturalny jako całość

##### *kampania ogólnopolska*

TV - spot 1 wersja (UWAGA NA KULTURĘ!) - TVN, POLSAT

prasa - 2 layouts (UWAGA NA KULTURĘ!) - Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Newsweek, Polityka

internet - 2 rodzaje kreacji (UWAGA NA KULTURĘ!) [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl), [www.onet.pl](http://www.onet.pl), [www.wp.pl](http://www.wp.pl)

#### **II etap: 20 czerwca - 1 lipca 2011**

kampania promująca Inaugurację Prezydencji

##### *kampania ogólnopolska*

TV - 1 layout (Inauguracja) - TVP2

radio - TOK FM, Złote Przeboje, Roxy FM

prasa - 1 layout (Inauguracja) - Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Newsweek, Polityka

internet - 1 layout (Inauguracja) - double billboard na [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl), [www.onet.pl](http://www.onet.pl), [www.wp.pl](http://www.wp.pl)

##### *kampania lokalna - Warszawa*

outdoor - 1 layout (Inauguracja) - Warszawa - billboardy, CTL, METRO

#### **III etap: 15 sierpnia - 7 września 2011**

kampania promująca Europejski Kongres Kultury

##### *kampania ogólnopolska*

radio - TOK FM, Złote Przeboje, Roxy FM

prasa - 1 layout (Europejski Kongres Kultury) - Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Newsweek, Polityka

internet - 1 layout (Europejski Kongres Kultury) - double billboard na [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl), [www.onet.pl](http://www.onet.pl), [www.wp.pl](http://www.wp.pl)

##### *kampania lokalna - Wrocław 16.08 - 31.08*

outdoor - 1 layout (Europejski Kongres Kultury) - billboardy, CTL

#### **Promocja lokalnych wydarzeń kulturalnych**

kampania promująca wydarzenia w miastach

##### *kampania w sześciu regionach (Trójmiasto, Lublin, Białystok, Kraków, Katowice, Poznań)*

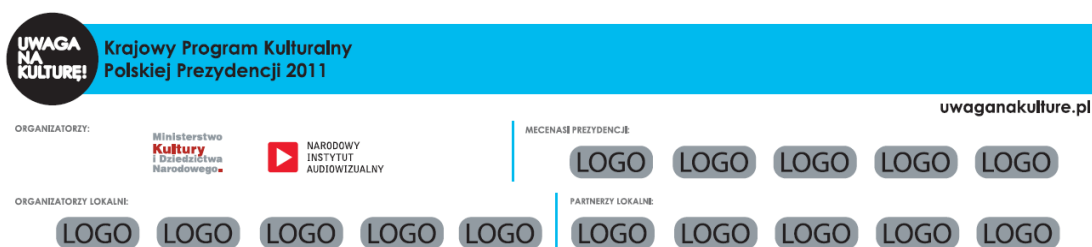
Radio - TOK FM, Złote Przeboje, Roxy FM

## Ad 2. Kampania promocyjna wystawy realizowanej w ramach KPKPP – wytyczne obligatoryjne

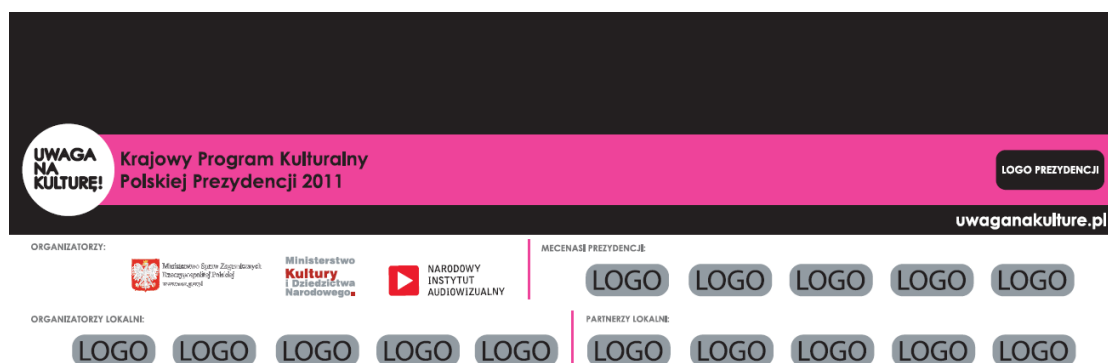
1. Projekty w ramach KPKPP, zarówno projekty w miastach, jak i projekty wchodzące w skład programu Inauguracji oraz Europejskiego Kongresu Kultury, realizują własne działania promocyjne na bazie własnych layoutów nakładając, jako element stały, szablon graficzny zawierający wszystkie elementy obligatoryjne. Hasłem przewodnim dla wszystkich działań promujących każde wydarzenie programu jest UWAGA NA KULTURĘ!
2. Szablon graficzny zawiera:
  - logo UWAGA NA KULTURĘ!
  - nazwę KRAJOWY PROGRAM KULTURALNY POLSKIEJ PREZYDENCJI
  - logo Prezydencji
  - logotypy organizatorów: MSZ, MKiDN, NiA
  - logotypy MECENASÓW PREZYDENCJI (4-6 logotypów sponsorów całego programu)oraz przestrzeń na:
  - logotypy organizatorów projektu (Galeria Arsenał)
  - logotypy partnerów lokalnych projektu (Miasto Białystok) **(nie jest możliwe nadawanie tytułu „Patrona medialnego” jakimkolwiek mediom)**
3. Obligatoryjny szablon graficzny musi się znaleźć na wszystkich materiałach promocyjnych i informacyjnych.
4. Za odnośnik proporcji procentowych elementów szablonu graficznego do własnych layoutów należy przyjąć szablony stanowiące załącznik.
5. W każdym wypadku ostateczny layout własny (dla każdego nośnika), przed skierowaniem do produkcji, musi zostać zaakceptowany przez Galerię Arsenał. Dla uniknięcia rozproszenia informacji i pomyłek, należy przysłać pełen zestaw różnych formatów i nośników (projekt ulotki, plakatu, wlepki, billboardu etc.) jednocześnie.

Przykłady:

Layout obowiązujący przed ogłoszeniem logotypu Prezydencji (do 10 maja)



Layout obowiązujący po ogłoszeniu logotypu Prezydencji (po 10 maja)



### Ad. 3 Oznakowanie przestrzeni wokół wydarzeń KPKPP

1. Materiały promocyjno-informacyjne typu banery, roll-upy, standy, tablice, plansze startowe prezentacji multimedialnych, plansze wyświetlane na ekranach itp. muszą zawierać powyższy obligatoryjny szablon graficzny.
2. Materiały typu teczki, notesy, papiery firmowe, zaproszenia, bilety itp. muszą zawierać powyższy obligatoryjny szablon graficzny. Jeśli przestrzeń nośnika jest zbyt mała, obowiązuje zasada jak w punkcie 4.
3. Książki, katalogi wystaw, katalogi projektu i podobne wydawnictwa muszą zawierać powyższy obligatoryjny szablon graficzny.
4. Materiały typu identyfikatory dla organizatorów, wolontariuszy, gości, prasy itp. muszą zawierać minimum logo UWAGA NA KULTURĘ! i Galerii Arsenał
5. Gadżety typu torby, koszulki itp. muszą zawierać minimum logo UWAGA NA KULTURĘ! i Galerii Arsenał
6. Realizatorzy projektów otrzymają od NInA naklejki do działań ambientowych w przestrzeni miejskiej oraz oznakowania miejsc wydarzeń z hasłem głównym kampanii UWAGA NA KULTURĘ! najpóźniej do dnia **30.05.2011 r.**
7. Realizatorzy dokonają pełnej dokumentacji projektów (w tym szczególnie: dokumentacji zdjęciowej, wycinków prasowych, reklam etc.) preferowalnie z uwzględnieniem obecności (ekspozycji) Organizatorów oraz Mecenasów Prezydencji. Dokumentacja zostanie dostarczona do NInA (np. w formie elektronicznej) najpóźniej do dnia **15.01.2012 r.**

**UWAGA  
NA  
KULTURĘ!**

### Ad. 4 Zapisy i oznakowanie obligatoryjne

**W materiałach promocyjnych i informacyjnych oraz na stronach internetowych dystrybuowanych / publikowanych po 10 maja 2011 r.**

#### Projekt realizowany w ramach

#### Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011

+ logo **UWAGA NA KULTURĘ!** + logo **Prezydencji**

#### Organizatorzy

Logotypy: **MSZ, MKiDN, NInA**

#### Mecenas Prezydencji

Logotypy:.....

---

#### Organizatorzy lokalni

Logotypy: *Galeria Arsenał*

#### Partnerzy lokalni

Logotypy: *Miasto Białystok*

**W przestrzeniach, w których nie ma możliwości zamieszczenia grafiki.**

**Po 10 maja 2011 r.**

#### Projekt realizowany w ramach

#### Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011

**Organizatorzy**  
**Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego,**  
**Narodowy Instytut Audiowizualny**

**Mecenaszi Prezydencji**

Nazwy:.....

---

**Organizatorzy lokalni**

Nazwy: Galeria Arsenal

**Partnerzy lokalni**

Nazwy: Miasto Białystok

**Adres FTP służący do komunikacji**

(dostępne logotypy, szablony graficzne, miejsce do umieszczania materiałów graficznych do akceptacji):

**adres: ftp.galeria-arsenal.pl**

**nazwa konta (login): galeriaars\_4zp2011**

**hasło (password): phuTHEs7**

Z FTP można pobrać następujące składowe:

- Szablon graficzny
- logo UWAGA NA KULTURĘ!
- Logo Prezydencji (**hasło NINA3logo**)
- Logo MKiDN
- Logo MSZ
- Logo NInA
- Logo Galerii Arsenal
- Logo Wschodzący Białystok

**UWAGA  
NA  
KULTURĘ!**

**Wytyczne PR dla Współorganizatorów Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011**

**1. Działania w ramach komunikacji – ogólne**

**1.1. Komunikowanie nazwy projektu do dn. 10 maja 2011**

informacja o projekcie powinna być przekazywana osobom trzecim, instytucjom, partnerom, mediom i innym zainteresowanym podmiotom z wyraźnym zaznaczeniem, że Projekt powstaje w ramach przygotowań do Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011.

„(nazwa projektu...) powstaje we współpracy z Narodowym Instytutem Audiowizualnym w ramach przygotowań do Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011.”

**1.2. Po dniu 10 maja 2011**

Partnerzy projektów w ramach KPKPP2011 umieszczają we wszystkich materiałach informacyjnych, w tym komunikatach prasowych, informację o organizacji wystawy przez

Galerię Arsenał oraz współorganizacji i współrealizacji Projektu przez NInA w ramach Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji zgodnie z poniższą formułą:

„Organizatorem wydarzenia jest ..... oraz Narodowy Instytut Audiowizualny. Wydarzenie jest częścią Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011.”

Wydarzenia będące częścią szerszego programu komunikowane są następująco: .....jest częścią np. *Otwartego Kurortu Kultury*. Organizatorem (np. *Otwartego Kurortu Kultury*) jest .....oraz Narodowy Instytut Audiowizualny. Wydarzenie jest częścią Krajowego Programu Kulturalnego Polskiej Prezydencji 2011.

**Informacja o organizacji wystawy przez Galerię Arsenał oraz współorganizowaniu Projektu przez NInA jest też przekazywana podczas wypowiedzi dla mediów i wywiadów.**

Informacje powyższe Partnerzy przekazują zarówno w trakcie trwania Projektu, jak i po jego zakończeniu.

Na wszelkich stronach internetowych Partnera informujących o Projekcie, w tym na profilach portali społecznościowych Partnera, zobowiązuje się on umieścić linki do oficjalnej strony NInA [www.nina.gov.pl](http://www.nina.gov.pl) oraz [www.culturecongress.eu](http://www.culturecongress.eu), a także oficjalnej strony internetowej Miasta .....poświęconej kulturze..... i innych podanych przez NInA lub Miasto ..... stron internetowych.

2. Partner zobowiązuje się informować Galerię Arsenał o planowanych działaniach medialnych w regionie: konferencje i briefingi prasowe.
3. Wszelkie działania PR dotyczące mediów powinny być konsultowane z Galerią Arsenał.
4. Partnerzy w kontaktach i komunikacji z mediami operują informacjami dotyczącymi wystawy, które zostaną przekazane przez galerię Arsenał.