

BRIEF

Klient: EUROPEJSKA FUNDACJA KULTURY MIEJSKIEJ		Brand / produkt:	
Kampania:	Medium / projekt:	Budżet:	

Produkt (opis)

Logotyp i identyfikacja wizualna Fundacji.

Background:

Fundacja zamierza działać głównie w oparciu o finanse uzyskane z dotacji unijnych i od sponsorów instytucjonalnych. Fundacja nie ma swojej historii, ale może powoływać się na kulturalne projekty zrealizowane przez Brain Damage. Cel działania fundacji to ciekawe i świeże akcje związane z kulturą niezależną ale też ze światem sztuki akademickiej. Terenem działań fundacji jest przestrzeń miejska (miast dużych i małych). Odbiorcami działań fundacji jest świat artystyczny oraz odbiorcy ostateczni – obywatele miast. Jednak decydentami finansowymi są urzędnicy i pracownicy korporacji. Do nich powinna przemawiać graficzna strona materiałów.

Requirements

Wymagania klienta

ID powinno być z jednej strony nowoczesne, a z drugiej „przyjazne” i atrakcyjne dla urzędników i pracowników korporacji decydujących o przyznawaniu finansów. Miło byłoby gdyby również było atrakcyjne/czytelne dla odbiorców jednostkowych.

Podobnie jak w działaniach z BD, będziemy próbowali tworzyć markę (czyli oferować coś więcej niż tylko nazwa i działanie), dlatego logo powinno być na tyle uniwersalne, żeby można było je stosować przez długi czas bez konieczności zmiany.

Dobrze byłoby gdyby w logotypie można było połączyć nowoczesność z szacunkiem dla kultury/sztuki/tradycji.

What is the challenge?

Cele kampanii:

Zaprojektowanie logotypu i systemu identyfikacji wizualnej wzmacniającej wiarygodność fundacji jako instytucji oraz jako mecenasa kultury.

Target Group

Grupa docelowa + portret konsumenta (opis osoby z grupy docelowej wiek, zarobki, upodobania itp. bądź PRIMARY:

Decydenci finansowi Unii (urzędnicy), politycy, pracownicy korporacyjni wyższego szczebla.

Pracownicy agencji PR i reklamowych. Osoby odpowiedzialne za działania kulturalne w Ministerstwie i innych instytucjach.

SECONDARY:

Urzędnicy miejscy decydujący o pozwoleniach, policja, straż pożarna itp.

Mandatories

Informacje, które:

- muszą znaleźć się w przekazie-

Pełna nazwa: EUROPEJSKA FUNDACJA KULTURY MIEJSKIEJ

- nie mogą znaleźć się w przekazie-

Założenia wykonawcze:

Elementy do zaprojektowania:

1. Logotyp
2. Corporate ID
3. Propozycja typografii materiałów/graficznego prezentowania informacji
4. Ewentualnie tonu przekazu.

Później będziemy wykonywać na tej podstawie następujące materiały:

- Wizytówki
- Papier firmowy
- Stronę www
- Folder promocyjny (opis i profil zakończonych i udanych działań, o fundacji itp.)
- Szablon prezentacji Power Point lub Flash
- Banner promocyjny
- Może znaczki przypinki, czy coś w tym rodzaju, koszulki, itp.

Konkurencja

(opis np. przez wyliczenie)

Fundacja Nowej Kultury Bęc-Zmiana, inne Fundacje kulturalno/miejskie.
Firmy organizujące imprezy sportowe/miejskie
Fundacje aplikujące o środki samorządowe

Czym się różnimy od konkurencji?

Jeszcze nie wiemy ☺ ale będziemy próbowali promować następujące atuty:

- rzetelność
- europejski zasięg/możliwości
- duża dywersyfikacja działań – zróżnicowane projekty
- możliwości w guerilla marketingu i znajomość graffiti/street artu
- umiejętność połączenia różnych elementów w fajną całość

Deadline:	Prezentacja wew.:	Prezentacja klient.:	On Air:
Zaakceptowany przez:	Agencja	Klient:	Data przekazania briefu: