

Co MSN oferuje Wykonawcom w ramach usług reklamowych- barteru:

Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie po niemal 20 latach intensywnych działań w kilku lokalizacjach przenosi się do nowej siedziby. Budynek autorstwa nowojorskiego architekta Thomasa Phifera otworzy się 25 października 2024 roku na placu Defilad, w samym „sercu miasta”, jednocześnie inaugurując nowe centrum stolicy. Otwarcie dla publiczności siedziby Muzeum będzie jednym z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w Polsce w roku 2024. Międzynarodowy program działań dedykowanych otwarciu obejmuje również rok 2025, kiedy w Muzeum po raz pierwszy zaprezentowana zostanie, budowana od 20 lat, kolekcja własna, a także pierwsze wystawy polskich i światowych artystek i artystów. Działaniom galleryjnym towarzyszyć będzie różnorodny program wydarzeń publicznych.

Usytuowane w samym sercu, u stóp Pałacu Kultury i Nauki, na przecięciu głównych arterii miasta, dwóch linii metra i dwóch ulic: Marszałkowskiej i Świętokrzyskiej (z ich skrzyżowania korzysta średnio 1000 os/1h) w odległości 5 minut od centralnego dworca kolejowego, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie będzie jedną z najbardziej dostępnych i widocznych przestrzeni kultury w mieście.

Przeszlony parter Muzeum z przestronnym holem, monumentalną klatką schodową, dostępną galerią A, audytorium, salami edukacyjnymi, księgarnią oraz kawiarnią będzie spletał się z życiem ulicy i zachęcał do wejścia. Będzie to nie biletowana, otwarta dla publiczności, najczęściej odwiedzana przestrzeń, współtworzona przez zespół programowy, społeczną radę MSN oraz partnerskie instytucje. Na parterze siedziby MSN-u realizowany będzie program publiczny, tj. cykl ponad 300 wydarzeń rocznie: debat, spotkań, warsztatów, performance'ów, koncertów czy premier książkowych.

Wspomniane działania realizowane w siedzibie MSN-u zapewniają partnerowi medialnemu bardzo dużą widoczność i wiele możliwości na eksponowanie swojego udziału. Frekwencyjnie przewidujemy w najbliższym roku obecność 400 000 uczestniczek i uczestników zarówno wystaw jak i wydarzeń dodatkowych.

Oferowane przez Muzeum świadczenia reklamowe i ich wartość:

Nr świadczenia	Opis świadczenia	Szacowana wartość świadczenia netto

MP

1.	Ekspozycja logotypów wykonawcy w przestrzeni budynku (ekrany recepcyjne: plansza partnerska prezentowana w pętli 30 minut, ekspozycja każdego dnia otwarcia Muzeum w trakcie obowiązywania umowy. Tekst naścienny przed wejściem na wystawę: stała ekspozycja na nośniku wewnątrz budynku w pasku partnerskim widoczna na minimum jednym nośniku w Muzeum przez cały czas obowiązywania umowy). Wartość świadczenia	20 000 złotych
2.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w materiałach prasowych i promocyjnych: - informacje prasowe (min 10 w trakcie obowiązywania umowy) - ulotki (minimum 20 000 w trakcie obowiązywania umowy, dostępne bezpłatnie w siedzibie Muzeum), broszury (minimum nakład 40 000 w trakcie obowiązywania umowy, dostępne bezpłatnie w siedzibie Muzeum) i katalogi towarzyszące wystawom (druk polski i angielski, nakład minimum 5500), informator o Muzeum (nakład minimum 20 000 w języku polskim i angielskim, dostępne bezpłatnie w siedzibie Muzeum), zaproszenia (nie mniej niż jedna wysyłka do bazy co najmniej 500 osób) i e-zaproszenia (łącznie co najmniej trzy wysyłki drogą elektroniczną do bazy nie mniej niż 10 000).	20 000 złotych
3.	Ekspozycja logotypu wykonawcy na stronie internetowej Muzeum (strony wystaw/projektów oraz zakładka "Partnerzy") Strona Muzeum w 2024 roku: 1 500 000 odsłon / 600 000 unikatowych użytkowników. (Premiera nowej strony Muzeum odbędzie się we wrześniu 2024 rok). Wymienianie w newsletterze i portalach społecznościowych Muzeum przy głównych informacjach o zapowiedziach i wernisażach wystaw (Facebook 101 K, Instagram 50 K, Twitter/X: 8,2 K, TikTok, newslettery kierowanie do 15 000 odbiorców.)	10 000 złotych
4.	Podziękowanie wykonawcy za współpracę podczas otwarcia Muzeum i kluczowych wydarzeń towarzyszących (przynajmniej 5) oraz podczas wernisaży wystaw	1 500 złotych

5.	Zorganizowanie 2 oprowadzań dla odbiorców/zespołu/redakcji w trakcie obowiązywania umowy	10 000 złotych
6.	Przekazanie 20 biletów wstępu w skali roku	500 złotych
7.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii outdoorowa, Warszawa, słupy reklamowe.(W trakcie trwania umowy, nie mniej niż cztery kampanie, po minimum 15 dni, każda po minimum 20 nośników - 60 plakatów)	20 000 złotych
8.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii video nośniki w komunikacji miejskiej: autobusy, tramwaje, metro - nie mniej niż 4 kampanie spotowe, każda nie mniej niż 2 tygodnie, spot 15-20 sekund z planszą sponsorską na koniec	20 000 złotych
9.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii digitalowa online, social media (FB, IG, Tik Tok, YT), umieszczenie tablicy partnerskiej przy realizacji materiałów reklamowych w formie wideo (co najmniej dwa materiały) w trakcie trwania umowy	10 000 złotych
10.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach reklamy na stronach www i portalach streamingowych o zasięgu ogólnokrajowym oraz na rynku międzynarodowym	10 000 złotych
11.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach reklamy w ramach spotu reklamowego w kinach: w trakcie trwania umowy min. 1 kampania w kinach w Warszawie i woj. mazowieckim	10 000 złotych
12.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach materiałów reklamowych kolportaż materiałów w kawiarniach, pubach, restauracjach, instytucjach kultury (w trakcie trwania umowy nie mniej niż 3 edycje kolportażu materiałów z logotypem partnera, z uwzględnieniem nie mniej niż 100 miejsc)	18 000 złotych
13.	Ekspozycja logotypu wykonawcy w ramach kampanii outdoor i online łącznie 20 mln (outdoor outreach > 15 000 000)	20 000 złotych
	SUMA	170 000 złotych