

SPRAWOZDANIE

z działań promocyjnych realizowanych w związku z otrzymanym dofinansowaniem

I Festiwal Kultury Buddyjskiej w Szczecinie - „Przestrzeń umysłu”

w okresie od 20.05.2013 do 26.05.2013

określonego w umowie nr WK/MD/16/2013

CRU 13/000/845

zawartej w dniu 17.05.2013 pomiędzy

Gminą Miasto Szczecin, pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin
(nazwa Zleceniodawcy)

a

FUNDACJĄ STUPA HOUSE, z siedzibą: ul. Ożarowska 65/67, 01-408 Warszawa
KRS 0000045988, REGON 015079955, NIP 527-23-74-823
(nazwa Zleceniobiorcy/(-ów), siedziba, nr Krajowego Rejestru Sądowego, innego rejestru lub ewidencji)

Data złożenia sprawozdania

.....

I. CZĘŚĆ WSTĘPNA

Krótki opis zadania, do którego odnosi się raport.

Zadanie publiczne, które Fundacja Stupa House zrealizowała dzięki przyznanym środkom to **I edycja Festiwalu Kultury Buddyjskiej w Szczecinie - „Przestrzeń Umysłu”**.

Celem organizowanych wydarzeń było przedstawienie rzetelnej informacji oraz praktycznej wiedzy na temat filozofii buddyjskiej oraz propagowanie, wspieranie i ochrona kultury tybetańskiej, a także upowszechnianie w świadomości społecznej jej humanistycznych wartości.

Festiwal „Przestrzeń Umysłu” stanowił odpowiedź na zainteresowanie społeczeństwa kulturą buddyzmu tybetańskiego. Festiwal Kultury Buddyjskiej w Szczecinie był częścią ogólnopolskiego projektu koordynowanego i organizowanego przez Fundację Stupa House. Niniejszą ofertą Fundacja „Stupa House” zapewniła mieszkańcom miasta Szczecin nową jakość oferty kulturalnej, która od lat jest obecna w największych miastach Polski, tworząc uniwersalną i humanistyczną tradycję „przestrzeni umysłu”.

Festiwal Kultury Buddyjskiej upowszechniał kulturę buddyjską, koncentrując się przede wszystkim na jej historii, filozofii i etycznych wartościach obecnych w tej kulturze oraz na powiązaniach pomiędzy filozofią buddyjską a naukami ścisłymi i współczesną psychologią.

W4C

II. CZĘŚĆ ZASADNICZA

1. Informacja czy zakładane cele promocyjne zadania publicznego zostały osiągnięte w wymiarze określonym w planie promocji.

Zakładany cel promocyjny imprezy został zrealizowany.

Celem organizowanych wydarzeń było przedstawienie rzetelnej informacji oraz praktycznej wiedzy na temat filozofii buddyjskiej oraz propagowanie, wspieranie i ochrona kultury tybetańskiej, a także upowszechnianie w świadomości społecznej jej humanistycznych wartości.

Okres realizacji projektu w maju sprzyjał upowszechnianiu w społeczeństwie humanistycznych wartości kultury tybetańskiej. Informacje oraz wiedza praktyczna w życiu codziennym zostały przekazane rzetelnie przez przygotowane osoby o długoletnim doświadczeniu w prowadzeniu podobnych form przekazu.

Forma festiwalu oraz dobór osób prowadzących pozwoliły ukazać kulturę buddyzmu tybetańskiego jako kulturę godną upowszechniania i ochrony, nadal żywą, która rozwija się w krajach kultury europejskiej, wnosi wartości stosowane na co dzień przez Europejczyków.

Projekt umożliwił w szerokim zakresie zadawanie pytań, udzielanie odpowiedzi a tym samym dialog [międzykulturowy], gdyż z założenia projekt był dostępny dla wszystkich.

W trakcie Festiwalu mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego podnieśli swoją świadomość w zakresie humanistycznego wymiaru buddyzmu, mającego swój wyraz i zastosowanie również we współczesnym społeczeństwie.

2. Opis działań, potwierdzający realizację poszczególnych punktów z umowy, wraz z oświadczeniem wykonawcy o ich realizacji.

a) Przekaz (co było komunikowane)

Festiwal Kultury Buddyjskiej upowszechniał kulturę buddyjską, koncentrując się przede wszystkim na jej historii, filozofii i etycznych wartościach obecnych w tej kulturze oraz na powiązaniach pomiędzy filozofią buddyjską a naukami ścisłymi i współczesną psychologią. Realizacja tych założeń odbywała m.in. przez wykłady polskich naukowców związanych z buddyzmem, wykłady buddyjskich nauczycieli, instalację wielkoformatowej wystawy oraz projekcje filmu wpisującego się w tę tematykę.

b) Narzędzia promocyjne jakie były wykorzystywane (reklama zewnętrzna; użycie logotypów na materiałach promocyjnych; promocja w Internecie, prasie, radiu, telewizji; działania Public Relations)

Ze względu na skierowanie oferty zadania publicznego do wielu grup adresatów zrealizowano zróżnicowane kanały rekrutacji: plakaty w instytucjach kulturalnych oraz na słupach ogłoszeniowych lub innych przeznaczonych do tego miejscach, ulotki promocyjno-informacyjne umieszczone m.in. w instytucjach kultury, reklama na monitorach umieszczonych w środkach komunikacji miejskiej, ogłoszenia bezpłatne w prasie codziennej oraz w prasie kulturalnej o zasięgu ponadlokalnym (notatka prasowa wysyłana do mediów zawierała informację, że impreza jest objęta mecenatem Miasta Szczecina oraz współfinansowana ze środków otrzymanych od Gminy Miasta Szczecin), ogłoszenia na portalach internetowych (np. infoludek.pl), w tym poświęconych kulturze, ogłoszenia w radio (wywiady w radio), bezpośrednie (osobiste) informowanie np. poprzez sympatyków filozofii buddyjskiej, wysyłanie newslettera Buddyjskiego Ośrodka Medytacyjnego, umieszczenie informacji na forach internetowych i portalach społecznościowych (facebook) etc.

Przed każdym wydarzeniem publicznym osoba reprezentująca Fundację Stupa House w ramach wprowadzenia informowała uczestników m.in., o tym, że impreza jest objęta mecenatem Miasta Szczecina oraz współfinansowana ze środków otrzymanych od Gminy Miasta Szczecin.

Taka sama informacja została również zawarta w wypowiedzi dotyczącej Festiwalu – na antenie Radia Eska.

Logotypy Miasta Szczecin zostaną umieszczone na materiałach promocyjnych takich jak: plakaty, ulotki, reklama na monitorach umieszczonych w środkach komunikacji miejskiej.

c) Harmonogram działań

Lp.	Nazwa	Data
1.	Stworzenie i uruchomienie strony internetowej festiwalu www.przestrzen-umyslu.pl	1 – 10.05.2013
2.	Stworzenie strony festiwalu na portalu społecznościowym facebook	1 – 10.05.2013
3.	Zamieszczenie artykułu sponsorowanego na portalu infoludek.pl	13 – 26.05.2013

4.	Prezentacja reklamy festiwalu na monitorach w środkach komunikacji miejskiej	16 – 22.05.2013
5.	Produkcja i dystrybucja plakatów i ulotek	16 – 26.05.2013
6.	Rozesłanie notki prasowej do mediów	10 – 15.05.2013
7.	Wywiady dla radio i telewizji	20 – 26.05.2013
8.	Rozesłanie informacji o wydarzeniach festiwalowych za pomocą newslettera Buddyjskiego Ośrodka Medytacyjnego w Szczecinie	16 – 26.05.2013

d) Ekwiwalent promocyjny

Mając na uwadze doświadczenia oraz tradycję w innych miastach - projektu „Przestrzeń Umysłu”, którego częścią był I Festiwalu Buddyjskiego w Szczecinie – można stwierdzić, że I jego edycja w Szczecinie miała znaczenie dla podwyższenia konkurencyjności kulturowej Szczecina względem innych ośrodków kulturowych. Projekt swoim pozytywnym wydźwiękiem oraz skoncentrowaniu na ogólnoludzkim i społecznym rozwoju był spójny z pozytywnym wizerunkiem miasta. Projekt był spójny ze **Strategią Rozwoju Szczecina**: przyczynił się do rozwoju jego kapitału intelektualnego, budowy kapitału społecznego szczecinian, wzrostu zaufania między ludźmi, poprawy relacji Miasto-Obywatel oraz pobudzenia aktywności społecznej.

e) Oświadczenie.

Oświadczam, że działania wskazane w Planie Promocji, dotyczące niniejszego zadania, zostały realizowane.

(pieczęć(-cie) Zleceniobiorcy/(-ów)

FUNDACJA "STUPA HOUSE"
 ul. Ożarowska 65/67
 01-408 Warszawa
 Regon 015079955

25.06.2013
Michał Kwas

(podpis osoby upoważnionej lub podpisy osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu Zleceniobiorcy(-ów)

f) DANE KORESPONDENCYJNE WS. NINIEJSZEGO SPRAWOZDANIA.

- Jacek Redes, tel.: 609 905 599, jacekredes@op.pl
- Michał Kwas – pełnomocnik zarządu Fundacji Stupa House, Tel. 501-552-497, michal.kwas@gmail.com; adres pocztowy: ul. Batorego 6/3, Gdańsk 80-251

Poświadczenie złożenia sprawozdania

Adnotacje urzędowe

