

# REGULAMIN KONKURSU NA OPRACOWANIE PROJEKTU KONCEPCYJNEGO NOWOCZESNEJ PAMIĄTKI Z WARSZAWY ZWIĄZANEJ Z PREZYDENCJĄ POLSKI W UNII EUROPEJSKIEJ W 2011 R.

## ZAŁĄCZNIK NR 2

### INFORMACJA O ORGANIZATORZE

#### 1. BIURO PROMOCJI WARSZAWY – INFORMACJA OGÓLNA

Biuro Promocji Miasta zajmuje się w szczególności:

- a) budowaniem marki Warszawa,
- b) realizacją polityki promocyjnej m.st. Warszawy,
- c) koordynacją i nadzorem nad wykonywaniem przez dzielnice zadań z zakresu promocji dzielnic, w celu zapewnienia spójnej polityki promocyjnej m.st. Warszawy,
- d) realizacją polityki informacyjnej Prezydenta, w tym:  
przygotowywaniem projektów działań informacyjnych Prezydenta,  
monitoringiem mediów i prowadzeniem dokumentacji prasowej,  
utrzymywaniem bieżących kontaktów z mediami, przygotowywaniem materiałów informacyjnych dla dziennikarzy.
- e) prowadzeniem dokumentacji audiowizualnej wydarzeń organizowanych przez m.st. Warszawę,
- f) przygotowaniem i koordynacją przedsięwzięć związanych z udziałem m.st. Warszawy w krajowych i zagranicznych imprezach wystawienniczo - targowych,
- g) opracowaniem i prowadzeniem serwisu internetowego m.st. Warszawy [www.um.warszawa.pl](http://www.um.warszawa.pl).

#### 2. BIURO PROMOCJI BUDUJE MARKĘ WARSZAWA

Fragmety opracowania przygotowanego przez Instytut Marki Polskiej na zamówienie Biura Promocji Warszawy: Rozdział 7. KWINTESENCJA MARKI WARSZAWA. REKOMENDACJE

Nasza, uzasadniona wieloma przesłankami i dowodami, hipoteza badawcza, którą można potraktować jako ćwiczenie kreatywne, brzmi: sednem tożsamości marki Warszawa jest dzisiaj, i pozostanie przez przynajmniej 2 dekady, Twórcza Przekora – specyficzna odmiana Creative Tension (idea przewodnia marki Polska).

Twórcza przekora – generator polskich przemian.

(...)

Warszawa jest kreatywna, buntownicza, krnąbrna – swoją joie de vivre (energię, siłę, niepowtarzalną witalność i zdolność do zmian) czerpie z oryginalnego bogactwa paradoksalnie na pozór, przeciwstawnych cech: wyszukanego polotu i chłopskiego rozumu, wdzięku i prostackości, piękna i brzydoty, heroizmu i pragmatycznego cwaniactwa, humoru i chytrego wyrachowania, „boso, ale w ostrogach”.

Warszawa jest od stuleci miastem na wskroś europejskim w zachodnim stylu, ale jest także bliska ludziom żyjącym na styku Europy i Azji. Doskonale rozumie Zachód, i jest jego naturalnym ogniwem, ale również doskonale rozumie Wschód, bo bywała jego częścią.

Warszawa jest miastem zlepionym z różnych odrębnych miejsc, które zbiegiem okoliczności

złożyły się na jej niewątpliwy i niepowtarzalny genius loci, często niewyczuwalny jednak od pierwszego wejrzenia. Jest miastem ciągle rozbijanym i sklejanym, wskutek czego brakuje jej jeszcze normalnej zachodniej integralności. Warszawa „od frontu” i Warszawa „od podwórka”, dosłownie i metaforycznie, to dwa całkowicie różne miasta. Pierwsze jest sympatyczne, ale przeciętne, drugie – wciągające i magnetyczne.

Warszawianie nie są jednolitą społecznością, ale przedziwną mieszanką społeczną, której tradycyjny rdzeń stanowią stosunkowo nieliczni „warszawiacy” (rodowici warszawianie od pokoleń), ale której prawdziwy napęd daje dziś własna i młoda klasa kreatywna. Są pełni energii, często pasji, jednocześnie idealistyczni i przyziemni, wzniośli, ale też praktyczni i zaradni, ambitni, lecz twardo chodzący po ziemi.

Warszawa jest otwarta, życzliwa przybyszom, tolerancyjna i coraz bardziej kosmopolityczna. Łatwo przywiązuje do siebie młodzież z całej Polski, łatwo przyciąga biznes i ma szczęście do biznesu, zwłaszcza do finansów.

(...)

Twórcze napięcie Warszawy wyraża się poprzez przekorę, historycznie zwykle destruktywną (skierowaną „przeciw” czemuś), ale czasami, a ostatnio coraz częściej – twórczą (skierowaną „za” czymś, np. Euro/Stadion Narodowy). To właśnie przekora Warszawy tłumaczy dlaczego Miasto wydaje tak wielu indywidualistów, przedsiębiorców, artystów czy sportowców, dlaczego kocha je porzucona diaspora, i dlaczego stać je na wielkie czyny i zrywy oraz rzucanie się „z motyką na słońce” na zadania na pozór niemożliwe do wykonania (np. odbudowa Zamku Królewskiego), ale w ostatecznym rezultacie zrealizowane.

### 3. INFORMACJA O WCZEŚNIEJSZYCH KONKURSACH NA NOWOCZESNE PAMIĄTKI Z WARSZAWY ORGANIZOWANYCH PRZEZ BIURO PROMOCJI WARSZAWY

Rok 2008:

Konkurs na nowoczesną pamiątkę z Warszawy związaną z Fryderykiem Chopinem. Konkurs zorganizowano z okazji międzynarodowego Roku Chopinowskiego 2010. Jury, w którego składzie znaleźli się przedstawiciele Biura Promocji Warszawy, Narodowego Instytutu im. Fryderyka Chopina, Wydziału Wzornictwa Przemysłowego ASP w Warszawie, pierwszą nagrodą uhonorowało propozycję Heleny Czernek i Klary Jankiewicz - transformację pasów dla pieszych w klawiatury fortepianowe. Nagrodzono także projekt Marka Kultysa i Marty Niemywskiej „Push the button Chopin” - serię przypinek z pozytywkami odgrywającymi najbardziej znane fragmenty utworów Chopina. Wśród wyróżnionych znalazły się projekty cieszące zmysł smaku - ciasteczka mazurki (Monika Dominiak: Mazurki Chopina) i „Akolada” (Marcin Ebert), ale także narząd węchu - ceramiczny odlew słynnego chopinowskiego nosa (Robert Pludra: Nos). Niektóre z wybranych spośród zgłoszonych do konkursu projektów zostały zrealizowane przez Biuro Promocji Warszawy i posłużyły do promocji stolicy oraz Roku Chopinowskiego.

Rok 2007:

Konkurs na nowoczesną pamiątkę z Warszawy zorganizowany przez Biuro Promocji Warszawy, Fundację Bęc Zmiana i Wydział Wzornictwa Przemysłowego warszawskiej ASP.

Chodziło o stworzenie projektów interesujących, nowoczesnych w formie, drobnych upominków, które przypominałyby turystom o pobycie w stolicy.

Pierwszą nagrodę w konkursie zdobyły „Uściski z Warszawy”, czyli symbole stolicy w wersji lateksowych „miątek” relaksujących: Pałac Kultury, samochód Warszawa oraz Syrenka, zaprojektowane przez Maję Kaczyńską.

Wśród wyróżnionych projektów znalazły się także: ocieplacz w kształcie syreniego ogona, nalepki wielofunkcyjno-warszawianistyczne, ikony komputerowe w kształtach i kolorach nawiązujące do symboli warszawskich (Palma, Pałac Kultury i Nauki, Żłota Kaczka), żelki, kartki pocztowe doskładania, które kryją w sobie sylwetki charakterystycznych warszawskich budowli, oraz wzory naklejkowych tatuaży dla największych fanów stolicy.