

„Jedno dla wszystkich, wszystkie dla jednego” – miasta mówi? wspólnym g?osem

„Jedno dla wszystkich, wszystkie dla jednego” – pod takim has?em wystartowa?a kampania wizerunkowa Zwi?zku Miast Polskich, która podkre?la znaczenie wspó?pracy ?rodowiska samorz?dowego, wzmacnia poczucie wspólnotowo?ci i wskazuje, ?e cz?onkostwo w Zwi?zku przynosi korzy?ci p?yn?ce ze wspó?dzia?ania pomi?dzy miastami. Jest to szczególnie wa?ne w tym roku, w którym obchodzimy rocznic? 30-lecia samorz?du terytorialnego. Przypominamy, ?e 27 maja 1990 roku odby?y si? pierwsze ca?kowicie wolne wybory do rad gmin. By?y one efektem uchwalonej 8 marca 1990 roku ustawy o samorz?dzie terytorialnym, która zosta?a przygotowana przez Senat RP, wy?oniony w wyborach 4 czerwca 1989 roku.

Kampania ma charakter ogólnopolski, a za spraw? miast cz?onkowskich ZMP równie? lokalny. Przekaz zostanie skierowany zarówno do ca?ego ?rodowiska samorz?dowego ZMP, jak i do miast, które nie s? jeszcze cz?onkami Zwi?zku. Odbiorcami komunikatów stan? si? równie? mieszkańcy polskich miast. W przedsi?wzi?cie zaangażowa?o si? 170 miast cz?onkowskich ZMP, które zadeklarowa?y wspó?prac? i aktywny udzia? w dystrybucji informacji na szczeblu lokalnym.

Na stronie internetowej www.miasta.pl b?d? przedstawiane informacje o najwa?niejszych dzia?aniach i inicjatywach legislacyjnych, które ZMP podejmie w najbli?szych miesi?cach.

Dzia?ania wizerunkowe i debaty merytoryczne w Senacie

Kampania potrwa od 24 lutego do 10 marca. ZMP i miasta b?d? jednak prowadzi? dzia?ania komunikacyjne a? do majowych obchodów 30. rocznicy odrodzenia samorz?du terytorialnego.

Has?em kampanii jest parafraza dewizy trzech muszkieterów „Jeden za wszystkich, wszyscy za jednego” z powie?ci Aleksandra Dumasa, która zosta?a zaadaptowana do kontekstu kampanii i brzmi „Jedno dla wszystkich, wszystkie dla jednego” Podmiotem domy?lnym tej frazy jest oczywi?cie **miasto**. Aby przekaz by? atrakcyjny i intryguj?cy, has?o zosta?o przedstawione graficznie w formie ukazuj?cej s?owo „zysk”. Slogany poszczególnych kampanii lokalnych zosta?y zindywidualizowane, dzi?ki czemu komunikuj? one odbiorcom, ?e beneficjentem „zysku” p?yn?cego ze wspó?pracy miast jest w?a?nie ich miasto. Przyk?adowe has?a brzmi?: „Wszystkie miasta dla Wroc?awia”, „Wszystkie miasta dla Sopotu”, „Wszystkie miasta dla Jawora”. Grafiki zawieraj? ikon? symbolizuj?c? charakterystyczny dla miasta obiekt.

W ramach kampanii zosta? przygotowany pakiet grafik do komunikacji ogólnopolskiej oraz 170

zindywidualizowanych grafik dla każdego miasta. Komunikacja obejmie: Internet, portale samorządowe, media społecznościowe, lokalne nośniki reklamowe miast biorących udział w projekcie (citylighty, miejskie przestrzenie plakatowe i nośniki elektroniczne), działania public relations. Powstan także publikacje na: portalu Onet, Nasze Miasto i w Polska Press. Za kampanię odpowiadają agencje - Synergia Creative i MORE Interactive.

WSZYSTKIE MIASTA DLA JAWORA

www.miasta.pl



ZWIĄZEK
MIAST
POLSKICH

LEPSZE PRAWO | WSPÓŁPRACA | ROZWÓJ

