

**OFERTA
SPONSORING I WSPÓŁPRACA
Edycja 2020**



WEBMASTERING:

seo partner

ZAWARTOŚĆ:

Informacje podstawowe o Poland Charity Festival	s. 2
Dla Sponsorów Strategicznych (oferta, pakiety sponsorskie)	s. 3 -5
Dla Sponsorów Wydarzenia i Sponsorów Strefy VIP (oferta, pakiety sponsorskie)	s. 6 -8
Dla Fundatorów	s. 9
Dla Wystawców	s. 9
Dla Partnerów	s. 9

KONTAKT:



Paweł J. Gocławski
Founder & Executive Producer
produkcjapcf@goclawski.com.pl



www.polandcharityfestival.pl
[@PolandCharityFestival](https://www.instagram.com/PolandCharityFestival)
[#PolandCharityFestival](https://www.facebook.com/PolandCharityFestival)

Poland Charity Festival to pierwsza niezależna od jakiegokolwiek organizacji oraz jedyna, tak różnorodna i cykliczna impreza kulturalna łącząca występy uznanych artystów polskiej i zagranicznej estrady, z promocją młodych wykonawców oraz aukcjami charytatywnymi, mająca na celu pomoc osobom z różnymi dysfunkcjami, w tym chorobami - niezależnie od przyczyn ich powstania.

Misją imprezy jest wspieranie dzieci oraz dorosłych osób niepełnosprawnych i ciężko chorych, we wszystkich dziedzinach, począwszy od wsparcia medycznego i rehabilitacyjnego, przez promocję społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), znoszenie barier architektonicznych, aż po aktywizację zawodową.

Naszym celem jest nie tylko niesienie pomocy ludziom w potrzebie, ale także promocja polskiej kultury i sztuki w kraju i zagranicą oraz działalność na rzecz ochrony środowiska naturalnego.

Poland Charity Festival to impreza organizowana w edycjach rocznych, bez barier i ponad podziałami, z której dochody przeznaczane są na cele charytatywne.

W ramach *Poland Charity Festival* organizowane będą imprezy o różnym charakterze, w różnym czasie i w wielu miejscach w kraju i zagranicą.

Nie ograniczamy się do jednego rodzaju rozrywki ani jednego trendu muzycznego. W zależności od okoliczności oraz czasu, będą to wydarzenia plenerowe oraz kameralne, biletowane oraz otwarte dla publiczności.

Każde wydarzenie będzie miało na celu wsparcie osób i instytucji w największej potrzebie.

Zbiórki publiczne organizowane będą przy współdziałaniu podmiotów publicznych oraz organizacji pożytku publicznego biorących udział w organizacji (PCK, Fundacje, OPP)

Przepływ środków pieniężnych pozyskanych od sponsorów, będzie następował na zasadach transparentności i bezpośredniości (sponsor - beneficjent).

Organizacja każdego wydarzenia w ramach *PCF* będzie poprzedzona ubieganiem się o patronaty medialne w mediach o zasięgu regionalnym i ogólnokrajowym oraz patronaty honorowe osób i instytucji publicznych.

Zapraszamy do Współpracy!



OFERTA DLA SPONSORÓW STRATEGICZNYCH

Oferta obejmuje współpracę sponsorską w ramach umowy zawieranej na rok (roczną edycję festiwalu), z możliwością przedłużenia współpracy na kolejne edycje, z uwzględnieniem zniżek dla Sponsora Strategicznego, w kolejnych latach współpracy.

Sponsor Strategiczny zobowiązuje się do przeznaczenia na potrzeby promocji i rozwoju inicjatywy określonej kwoty pieniężnej (w zależności od pakietu), z której Sponsor Strategiczny będzie dokonywał płatności bezpośrednio na rzecz i rachunek beneficjentów wskazanych przez *Poland Charity Festival*, na podstawie faktur/faktur pro forma/refaktur/umów obejmujących koszty związane z realizacją celów *Poland Charity Festival*, a w szczególności związanych z:

- przygotowaniem i drukiem materiałów promocyjnych i poligraficznych zawierających informacje o *Poland Charity Festival* (ulotki, plakaty, wizytówki, bannery, flagi, balony, roll-up, ścianki, identyfikatory, puszki, bilety wstępu itp.);
- przygotowaniem i wykonaniem gadżetów reklamowych promujących *Poland Charity Festival*, z przeznaczeniem na nagrody w zabawach, grach i loteriach oraz do sprzedaży, z której dochody będą reinwestowane i przeznaczone na pokrycie kosztów związanych z realizacją celów *Poland Charity Festival* (koszulki, bluzy, parasolki, magnesy, przypinki, smycze, breloki, opaski itp.);
- pokryciem kosztów utrzymania domen internetowych oraz hostingu;
- pokryciem kosztów reklamy, w tym przygotowania spotów, pozycjonowania i kampanii SEO/AdWords;
- przygotowaniem i wykonaniem dyplomów, statuetek, medali wręczanych wykonawcom, innym sponsorom i partnerom, w podziękowaniu za rozwój inicjatywy;
- w razie potrzeby - pokryciem kosztów związanych z transportem, zakwaterowaniem i cateringiem dla artystów, wykonawców i obsługi technicznej, występujących i pracujących bez wynagrodzenia;
- w razie potrzeby - pokryciem kosztów obsługi technicznej i infrastruktury związanych realizacją wydarzeń (wynagrodzenia techników, artystów występujących za wynagrodzeniem, opłaty za energię elektryczną itp.)
- w razie potrzeby - pokryciem innych niezbędnych kosztów związanych z realizacją poszczególnych wydarzeń (czynsze, placowe, koncesje i licencje w tym ZAIKS i prawa autorskie, itp.)

Sponsor ponosi wyłącznie rzeczywiste i niezbędne koszty w trakcie współpracy, w ramach limitów (kosztów inwestycji) objętych pakietami. W praktyce koszty inwestycji mogą zamknąć się poniżej ustalonych limitów. Ewentualną nadwyżkę ponad rzeczywiste koszty w danym roku współpracy (niewykorzystaną przez organizatorów kwotę) i w granicach ustalonych limitów, sponsor może rozdysponować wg. własnego uznania: zatrzymać, przekazać jako darowiznę na rzecz końcowych beneficjentów organizowanych wydarzeń lub pozostawić do dalszej dyspozycji PCF.

PAKIETY	GENERALNY SPONSOR STRATEGICZNY	GŁÓWNY SPONSOR STRATEGICZNY	SPONSOR STRATEGICZNY (zwyczajny)
KORZYŚCI	1	3	5
Maksymalna liczba firm	1	3	5
Logo umieszczone na drukowanych materiałach promocyjnych. (ulotki, plakaty, bilety, identyfikatory)	Tak, wyłączość - jako logo towarzyszące w nagłówku, w proporcji 1:5 w stosunku do logo PCF, przez cały okres współpracy; <i>(wyłączość nie obejmuje promocji partnerów strategicznych)</i>	Tak - logo umieszczone w stopce; <i>(przeźrzeń współdzielona)</i>	Tak - logo umieszczone na rewersie lub w stopce w proporcji 1:2 w stosunku do logotypów sponsorów wyższej rangi; <i>(przeźrzeń współdzielona)</i>
Logo umieszczone na gadżetach reklamowych. (kubki, koszulki, bluzy, kurtki, smycze, naklejki magnetyczne na pojazdy)	Tak, jako logo towarzyszące w proporcji 1:5 w stosunku do logo PCF lub na odwrocie jako logo indywidualne w proporcji 1:3 w stosunku do logo PCF; <i>(indywidualne ustalenie zamówienia i nakładu)</i>	Tak - logo na odwrocie w proporcji 1:5 w stosunku do logotypu PCF; <i>(przeźrzeń współdzielona)</i>	Tak - logo umieszczone na rewersie lub odwrocie, w proporcji 1:2 w stosunku do logotypów sponsorów wyższej rangi; <i>(przeźrzeń współdzielona)</i>
Nazwa i logo umieszczone stronie internetowej PCF. (strona główna)	Tak - jako banner stały z linkiem do strony sponsora;	Tak - jako <i>slider</i> lub reklama rotacyjna;	Nie
Nazwa i logo umieszczone na stronie internetowej PCF. (podstrony dla partnerów i sponsorów)	Tak - z możliwością umieszczenia opisu firmy;	Tak	Tak
Logo umieszczone w mediach społecznościowych. (nagłówek grafiki strony głównej facebook/instagram)	Tak - wyłączość branży; <i>(wyłączość nie obejmuje promocji partnerów strategicznych)</i>	Nie	Nie
Nazwa i logo umieszczone na stronach internetowych PCF. (podstrony dla wydarzeń)	Tak	Tak	Tak
Podziękowania i wzmianki w postach. (strona główna PCF facebook/instagram)	Tak - min. raz w miesiącu;	Tak - min. raz na kwartał;	Tak - min. dwa razy w trakcie współpracy;
Podziękowania i wzmianki w postach. (grupy PCF facebook/instagram)	Tak - min. raz w miesiącu;	Tak - min. raz na kwartał;	Nie
Nazwa i logo umieszczone na ścianie do wywiadów.	Tak - centralnie, w proporcji 1:2 w stosunku do logotypu PCF;	Tak - w proporcji 1:3 w stosunku do logotypu PCF;	Tak - w proporcji 1:5 w stosunku do logotypu PCF;
Logo towarzyszące, umieszczone przy logotypie PCF w innych kanałach promocji i marketingu. (np. na grafikach umieszczanych na bannerach reklamowych okresie obowiązywania umowy)	Tak - wyłączość jako logo towarzyszące, w proporcji 1:5 w stosunku do logo PCF przez cały okres współpracy; <i>(wyłączość nie obejmuje promocji partnerów strategicznych)</i>	Nie	Nie
Reklama graficzna na scenie. (w miarę możliwości)	Tak - indywidualna lub towarzysząca logotypowi PCF;	Tak - pierwszeństwo Sponsora Generalnego;	Nie
Reklama graficzna pod sceną. (w miarę możliwości)	Tak - współdzielona	Tak - współdzielona;	Tak - współdzielona;

Reklama graficzna na terenie wydarzenia. (w miarę możliwości)	Tak – możliwość ekspozycji min. jednego nośnika (banner/roll-up, balon i in.)	Tak – współdzielona;	Tak – współdzielona;
Podziękowania publiczne na scenie.	Tak – min. jeden raz w trakcie każdego wydarzenia;	Tak – jeden raz w trakcie każdego wydarzenia;	Nie
Możliwość autoprezentacji na scenie.	Tak – zgodnie ze scenariuszem;	Nie	Nie
Podziękowania w formie dyplomu.	Tak	Tak	Tak
Podziękowania w materiałach prasowych i w mediach patronackich. (artykuły, wywiady)	Tak – z wymienieniem nazwy;	Tak – w przypadku braku Sponsora Generalnego;	Nie
Prawo przedstawienia własnych pomysłów organizacji wydarzeń wykorzystania infrastruktury	Tak	Tak - w przypadku braku Sponsora Generalnego	Nie
Możliwość korzystania z logo i nazwy PCF do autopromocji.	Tak – licencja wieczysta	Tak – licencja terminowa	Tak – licencja terminowa
Ekspozycja i kolportaż promocyjnych materiałów własnych sponsora . (brozury, ulotki, foldery itp.)	Tak	Tak – na wybranych wydarzeniach;	Nie
Umieszczenie wpisów i artykułów sponsorowanych w internecie. (media społecznościowe PCF, strona internetowa PCF lub Blog PCF)	Tak – bez dopłat (limit 10 razy/rok) Dopłata do reklamy ponad limit: 100 zł./szt.	Tak - bez dopłat (limit 2 razy/rok) Dopłata do reklamy ponad limit: 400 zł./szt.	Tak – bez dopłat (limit 1 raz/rok) Dopłata do reklamy ponad limit: 400 zł./szt.
Zaproszenia do strefy VIP.	Tak – dla 2 osób;	Tak – dla jednej osoby;	Nie
Koszt inwestycji rocznie (limit zł. netto)	35.000	17.000	7.000
Rabat na kolejny rok	10%	8 %	6%
Rabat na kolejne dwa lata	15%	10 %	8%



OFERTA DLA SPONSORÓW WYDARZENIA

Oferta obejmuje współpracę sponsorską w ramach umowy zawieranej na jedno wydarzenie organizowane w ramach *Poland Charity Festival*.

Sponsor Wydarzenia zobowiązuje się do przeznaczenia na potrzeby organizacji wydarzenia określonej kwoty pieniężnej (w zależności od pakietu), z której Sponsor Wydarzenia będzie dokonywał płatności bezpośrednio na rzecz i rachunek beneficjentów wskazanych przez *Poland Charity Festival*, na podstawie faktur/faktur pro forma/refaktur/umów obejmujących koszty związane z realizacją konkretnego wydarzenia, a w szczególności:

- przygotowaniem i drukiem dedykowanych dla wydarzenia materiałów promocyjnych i poligraficznych zawierających informacje o wydarzeniu;
- przygotowaniem i wykonaniem gadżetów reklamowych promujących wydarzenie lub zakupem fantów, z przeznaczeniem na nagrody w zabawach, grach i loteriach;
- pokryciem kosztów transportu i zakwaterowania i wyżywienia wykonawców i obsługi technicznej, którzy współpracują bez wynagrodzenia;
- pokryciem honorarium dla wykonawców występujących odpłatnie;
- pokryciem innych kosztów organizacyjnych, w tym opłaty za energię, najem powierzchni, najem infrastruktury technicznej (namioty, oświetlenie, nagłośnienie itp.);



OFERTA DLA SPONSORÓW STREFY VIP

Oferta obejmuje współpracę sponsorską w ramach umowy zawieranej na jedno wydarzenie, organizowane w ramach *Poland Charity Festival*, w zakresie pokrycia kosztów organizacji i obsługi strefy specjalnej (w tym zaplecza) dla Wykonawców, najważniejszych członków obsługi i gości specjalnych wydarzenia (VIP-ów).

Sponsor Strefy VIP zobowiązuje się do przeznaczenia na potrzeby organizacji strefy VIP określonej kwoty pieniężnej, z której Sponsor Strefy VIP będzie dokonywał płatności bezpośrednio na rzecz i rachunek dostawców i obsługi (w tym: catering, kelnerzy, ochrona), wskazanych przez *Poland Charity Festival*, na podstawie faktur/faktur pro forma/refaktur/umów.

Najważniejszym benefitem z tego rodzaju współpracy jest możliwość aktywnego uczestniczenia w wydarzeniu jako gość specjalny, dotarcia z reklamą do ściśle określonej grupy odbiorców, nawiązania nowych kontaktów biznesowych oraz poznania ciekawych osób ze świata show biznesu.

Sponsor ponosi wyłącznie rzeczywiste i niezbędne koszty wydarzenia, w ramach limitów (kosztów inwestycji) objętych pakietami. W praktyce koszty inwestycji mogą zamknąć się poniżej ustalonych limitów. Ewentualną nadwyżkę, ponad rzeczywiste koszty wydarzenia (niewykorzystaną przez organizatorów kwotę) i w granicach ustalonych limitów, sponsor może rozdysponować wg. własnego uznania: zatrzymać, przekazać jako darowiznę na rzecz końcowych beneficjentów organizowanych wydarzeń lub pozostawić do dalszej dyspozycji PCF.

PAKIETY SPONSORSKIE (Sponsorzy Wydarzenia i Strefy VIP)

PAKIETY KORZYŚCI	WYKONAWCZY SPONSOR WYDARZENIA	SPONSOR WYDARZENIA (zwyczajny)	SPONSOR STREFY VIP
Maksymalna liczba firm	2	5	1
Logo umieszczone na drukowanych materiałach promocyjnych dotyczących wydarzenia. (ulotki, plakaty, bilety, identyfikatory)	Tak - ekspozycja logo na awersie, w proporcji 1:3 w stosunku do logo PCF, z podpisem „Sponsor Wykonawczy”;	Tak - logo umieszczone w stopce lub na rewersie, w proporcji 1:3 w stosunku do rozmiaru logotypu Sponsora Wykonawczego; <i>(przestrzeń współdzielona)</i>	Tak - na zaproszeniach i identyfikatorach Gości VIP
Logo umieszczone na gadżetach reklamowych. (kubki, koszulki, bluzy, kurtki, smycze, naklejki magnetyczne na pojazdy)	Tak - zamówienia ustalane indywidualnie;	Nie	Tak - na materiałach przeznaczonych dla Gości VIP
Nazwa i logo umieszczone na stronie internetowej PCF. (podstrona wydarzenia)	Tak - jako banner stały z linkiem do strony sponsora;	Tak - jako <i>slider</i> lub reklama rotacyjna;	Tak - jako banner stały z linkiem do strony sponsora;
Nazwa i logo umieszczone na stronie internetowej PCF. (podstrony dla partnerów i sponsorów)	Tak - możliwość umieszczenia opisu firmy;	Tak	Tak - możliwość umieszczenia opisu firmy;
Podziękowania i wzmianki w postach. (strona główna PCF facebook/instagram)	Tak - jeden raz w formie przywitania;	Tak - jeden raz w formie przywitania	Tak - jeden raz w formie przywitania i jeden raz po wydarzeniu;
Podziękowania i wzmianki w postach. (grupy PCF facebook/instagram)	Tak - jeden raz przed wydarzeniem i jeden raz po wydarzeniu;	Tak - jeden raz przed wydarzeniem i jeden raz po wydarzeniu;	Tak - jeden raz przed wydarzeniem i jeden raz po wydarzeniu;
Nazwa i logo umieszczone na ściance do wywiadów.	Tak - w proporcji 1:3 w stosunku do logotypu PCF;	Tak - w proporcji 1:5 w stosunku do logotypu PCF;	Tak - w proporcji 1:3 w stosunku do logo PCF;
Reklama graficzna na scenie. (w miarę możliwości)	Tak - pierwszeństwo dla Sponsorów Strategicznych	Nie	Nie
Reklama graficzna pod sceną. (w miarę możliwości)	Tak - współdzielona	Tak - współdzielona;	Tak - współdzielona
Reklama graficzna na terenie wydarzenia. (w miarę możliwości)	Tak - możliwość ekspozycji min. jednego nośnika (banner/roll-up, balon)	Tak - współdzielona;	Tak - przed strefą VIP i/lub w strefie VIP
Podziękowania publiczne na scenie.	Tak - min. dwa razy w trakcie wydarzenia;	Tak - jeden raz w trakcie wydarzenia;	Tak - jeden raz w trakcie wydarzenia;
Możliwość autoprezentacji na scenie.	Tak - w przypadku uwzględnienia w scenariuszu;	Nie	Nie
Podziękowania w formie dyplomu.	Tak	Tak	Tak
Podziękowania w materiałach prasowych i mediach patronackich. <i>(artykuły, wywiady)</i>	Tak - z wymienieniem nazwy;	Nie	Tak - z wymienieniem nazwy;

Możliwość korzystania z logo i nazwy PCF do autopromocji.	Tak – licencja wieczysta;	Tak – licencja terminowa;	Tak – licencja terminowa
Ekspozycja i kolportaż promocyjnych materiałów własnych sponsora podczas wydarzenia. (broszury, ulotki, foldery itp.)	Tak	Tak – pierwszeństwo Sponsorów Wykonawczych;	Tak – w strefie VIP
Umieszczenie wpisów i artykułów sponsorowanych w internecie. (media społecznościowe, strona internetowa PCF lub Blog PCF)	Tak – jednorazowo	Nie	Tak - jednorazowo
Zaproszenia do strefy VIP.	Tak – dla 2 osób;	Tak – dla jednej osoby;	Tak – dla 2 osób;
Koszt inwestycji (limit zł. netto)	15.000	4.000	10.000
Rabat na kolejne wydarzenie	5%	3 %	5%
Rabat na kolejne dwa wydarzenia	10%	8 %	5%



OFERTA DLA FUNDATORÓW

Podczas większości wydarzeń, przewidujemy organizowanie gier i zabaw losowych dla publiczności z nagrodami ufundowanymi przez Fundatorów.

Fundatorzy mogą także przekazywać produkty (wyroby własne) lub usługi (np. w formie voucherów) na aukcje charytatywne i licytacje oraz jako prezenty dla wykonawców i samych beneficjentów zbiórek (uprawniona osoba lub organizacja).

W zależności od wartości fundowanych przedmiotów lub usług, ich ilości i charakteru, formę promocji Fundatorów, w tym zakres i rodzaj reklamy oraz uprawnienia przysługujące Fundatorom, ustalamy indywidualnie.

Nie ustalamy minimalnej wartości fantów.

Fundatorom oferujemy promocję w trakcie wydarzenia, na stronach internetowych PCF, w mediach społecznościowych oraz w materiałach promocyjnych.

W przypadku przekazania fantów w większej ilości lub znacznej wartości, przewidujemy możliwość nieodpłatnego udostępnienia przestrzeni wystawowej, prezentację na scenie itp.



OFERTA DLA WYSTAWCÓW

Podczas wydarzeń organizowanych w plenerze, a także niektórych wydarzeń w obiektach zamkniętych przewidujemy wyznaczenie powierzchni wystawienniczej i handlowej. Opłatę za udostępnienie przestrzeni (tzw. „placowe”) ustalamy indywidualnie, w zależności od zajmowanej powierzchni, branży wystawcy i celu ekspozycji.

Wystawcy uprawnieni są do używania własnej oznakowanej infrastruktury oraz budowy autorskich scenografii, po wcześniejszych uzgodnieniach.

Wystawcy uprawnieni są ponadto do korzystania z logo i nazwy *Poland Charity Festival*, do promocji udziału w wydarzeniu, na podstawie licencji terminowej obejmującej okres przed wydarzeniem oraz do roku po wydarzeniu.

Koszty najmu powierzchni wahają się od 300 zł. do 5.000 zł. w zależności od ustaleń.

Fundusze pozyskane z tytułu udostępnienia powierzchni dla Wystawców przeznaczone są na pokrycie kosztów związanych z organizacją danego wydarzenia, które Wystawca pokrywa bezpośrednio na rachunek beneficjenta.

W przypadku pokrycia kosztów wydarzenia z funduszy sponsorskich, kwoty należne z tytułu opłat za najem powierzchni wystawcy przekazują bezpośrednio na cel imprezy (uprawniona osoba lub organizacja).



OFERTA DLA PARTNERÓW

Poland Charity Festival to nowe przedsięwzięcie o wielkich ambicjach. Poszukujemy do współpracy organizacyjnej firm zaangażowanych społecznie, działających w różnych sektorach gospodarki.

Jesteśmy otwarci na wszelkiego rodzaju propozycje współpracy, w zamian oferując przestrzeń reklamową, promocję w mediach, możliwość budowania wizerunku.

Partnerstwo może mieć charakter jednorazowy (przy organizacji jednego wydarzenia), ciągły (na zasadach stałej współpracy) lub zupełnie okazjonalny (np. w zakresie pomocy doraźnej przy promocji wydarzeń, druku materiałów, udostępnienia sceny, organizacji technicznej itp.)