

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Světové renomé má Pražské Quadriennale díky své komunitě

Klient:

Institut umění - Divadelní ústav

Agentura / Přihlašovatel:

Institut umění - Divadelní ústav

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Markéta Fantová, umělecká ředitelka, Pražské Quadriennale

Michaela Buriánková, generální manažerka, Pražské

Quadriennale

Pavla Petrová, generální ředitelka, Pražské Quadriennale

Adam Dudek, vedoucí komunikace, mezinárodní PR, Pražské

Quadriennale

Michaela Sikorová, PR manažerka, Pražské Quadriennale

Júlia Pecková, manažerka sociálních sítí, Pražské Quadriennale

Štěpán Pařízek, copywriter, Pražské Quadriennale

Kristýna Žáčková, grafická designérka, Pražské Quadriennale

Pavλίna Svatoňová, vedoucí oddělení komunikace a marketingu,

Institut umění - Divadelní ústav

### Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.9 Zábava, kultura a sport

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Kontaktní osoba:

Jméno: Adam Dudek

Firma/organizace: Institut umění - Divadelní ústav

**Stručné shrnutí projektu:**

Pražské Quadriennale je jednou z mála českých akcí s celosvětovým přesahem, a to i do kulturní politiky a diplomacie. Náklady na účast na PQ jsou ale dnes pro řadu vystavujících zemí vysoké, a PQ se tak dostává do konkurence dalších velkých, kulturně-politicky prioritních festivalů. Organizátoři PQ nedisponují zázemím a budgetem srovnatelným s konkurencí, ve světě i v ČR má ale PQ silnou a autentickou komunitu podporovatelů. S jejich pomocí jsme PQ dostali do světových deníků i kulturních magazínů po celém světě, a posílili tak jeho mezinárodní reputaci.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Na PQ své instalace pravidelně prezentují umělci ze 70-100 zemí světa. Náklady na vznik, převoz i deinstalaci těchto rozsáhlých projektů kryjí přímo dané země či jejich ambasády. V době post-covid škrtů v oblasti kultury řada zemí svoji účast na PQ 2023 zvažovala, několik ji i odvolalo. Mnohdy na úkor jiných mezinárodních výstav typu Benátské Biennale. Aby si v této řádově bohatší a institucionálně lépe zaštitěné konkurenci PQ do budoucna zachovalo relevanci, museli jsme posílit jeho povědomí a renomé v očích globální komunity tvůrců, kritiků, akademiků i studentů věnujících se scénografii, divadlu, architektuře a kulturní diplomacii.

**Strategie:**

V Česku není agentura, která by globálně pokryla potřeby PQ při jeho specifickém zaměření na scénografii; obor na pomezí divadla a výtvarného umění. I kdyby byla, nemohli bychom si ji dovolit: Rozpočet na komunikaci PQ byl oproti minulému ročníku poloviční. Angažovali jsme proto kolem PQ historicky silnou komunitu: současné i bývalé kurátory, vystavující, porotce, kulturní diplomaty sídlící v ČR či kolegy z Českých center. S jejich pomocí jsme od nuly vybudovali databázi klíčových médií a autorů z celého světa. Těm jsme v několika vlnách představili PQ a jeho program, abychom vybrané na festival pozvali osobně.

**Nástroje a aktivity:**

Databáze vznikla na podzim 2022, komunikace začala v lednu TZ o blížícím se PQ. Na ni navázaly 3 vlny úžeji zaměřených zpráv zasílaných vždy na segment kontaktů podle jejich zájmu. Open rate TZ často přesáhl 50 % (Mailtrack). Plošně nám info ve svých zemích pomáhali šířit i sami účinkující a zástupci jejich ambasád, kterých se na březnové TK na MK ČR sešlo 80 z celkem 40 zemí. Na základě zájmu o naše TZ (Mailtrack+followup) jsme klíčové novináře pozvali na press trip, zbývající místa jsme obsadili pomocí open callu. Zájem o něj měli hl. autoři z akademické sféry; pro PQ prioritní: 60 % zahraničních účastníků se o PQ dozví na škole. Publikované texty jsme vytěžili i na soc. sítích.

**Výsledky:**

- 21 press tripů z 15 zemí
- 520 dohledaných výstupů ve 40 zemích (mimo ČR), za monitoring opět díky komunitě
- 70 long read recenzí a rozhovorů s umělci PQ
- oproti předchozímu ročníku 11% nárůst akreditovaných zahraničních hostů
- heslo 'Prague Quadrennial' se od r. 2023 objevuje v 80 akademických článcích (Google Scholar)
- nejhodnotnější výstup: recenze v The Guardian, která z kulturní rubriky vykoukla i na HP online verze deníku
- přímé náklady: 345 tis. Kč
- mediální investice: 0 Kč

**Weblinky:**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/14uvxDgUWAL6mPTSIQTHaYUkoBX5aEcMi/edit?usp=sharing&ouid=118190725000330123931&rtpof=true&sd=true>