





Pan  
Przemysław Smyczek  
Dyrektor Wydziału Kultury  
Urzędu Marszałkowskiego  
Województwa Śląskiego  
ul. Ligonia 46  
40-037 Katowice

Katowice, 22.01.2018 r.  
MŚ-DP-DPO-0613-1/18

*Szanowny Panie Dyrektore,*

w związku z interpelacją Pana Radnego Jarosława Makowskiego uprzejmie informujemy, że:

Koszt kompleksowej usługi produkcji filmu promującego, a także zaprojektowania przeprowadzenia akcji promocyjnej „Nakaz kręcenia” dla Muzeum Śląskiego, wyniósł 123 000 zł brutto. Wykonawca został wyłoniony w drodze konkursu, którego kryteriami były zarówno cena, jak i jakość zaproponowanych rozwiązań, rozumianych jako zgodność z przedstawionymi w briefie kreatywnym wymaganiami, zwłaszcza w zakresie czytelności, perswazyjności, emocjonalności, kompletności przekazu. Łącznie w drodze postępowania do wyboru przedłożono nam 7 propozycji przygotowanych przez 3 firmy.

Celem powstałego spotu telewizyjnego oraz jego wersji przeznaczony do emisji w Internecie jest - zgodnie z przyjętą strategią Muzeum Śląskiego - budowanie wizerunku Muzeum jako instytucji otwartej, gdzie publiczność jest w centrum zainteresowania, kreatywnej, egalitarnej, dynamicznej, a także zwiększenie świadomości na temat roli muzeów regionalnych w rozwoju Polski i Unii Europejskiej.

Jak wynika z badań przeprowadzonych na reprezentatywnej grupie mieszkańców Polski w sierpniu 2017 roku, Muzeum Śląskie było blisko pięciokrotnie słabiej rozpoznawalne oraz odwiedzane przez mieszkańców pozostałych, poza województwem śląskim, regionów w Polsce. Jednocześnie widzowie spoza Śląska odwiedzający Muzeum wystawiali placówce wysokie oceny. Ze wspomnianych badań potencjalnie najchętniej Muzeum Śląskie odwiedzą osoby o wyższych od średnich kompetencjach kulturowych oraz średnich i wyższych dochodach. Stąd też grupę interesariuszy, do których skierowano komunikat, stanowili wszyscy mieszkańcy Polski, posiadający wykształcenie wyższe, w wieku powyżej 25 lat, mieszkających w miastach powyżej 50 tysięcy mieszkańców, których dochód na gospodarstwo wynosi co najmniej 3000 zł brutto.

W skład wspomnianej powyżej usługi wchodziły wszystkie typowe dla produkcji spotów telewizyjnych etapy, takie jak: zatwierdzenie scenariusza, wykonanie dokumentacji w Muzeum Śląskim, preprodukcja, zdjęcia w sześciu lokalizacjach w Muzeum, zapewnienie oprawy muzycznej, postprodukcja. Przedłużono także do końca 2018 roku licencję na komercyjne odtwarzanie materiałów. Ponadto wykonawca w ramach realizacji zadania zaprojektował i zrealizował akcję promocyjną „Nakaz kręcenia” - w tym wykonał projekt materiałów reklamowych towarzyszących akcji, zapewnił animatorów podczas jej realizacji, zorganizował stoiska promocyjne oraz miejsca gromadzenia materiałów filmowych przekazywanych przez widzów, zgrał ponad 450 materiałów przekazanych przez uczestników akcji, zabezpieczył przeniesienie praw autorskich do wspomnianych filmów w formie umów zawieranych z ich autorami, zorganizował statystów i pokrył koszty ich udziału w zdjęciach do spotu, dokonał selekcji zebranego materiału filmowego.

Dla porównania - produkcja trzech wersji spotu dla Muzeum Narodowego w Warszawie, przeznaczonego do emisji wyłącznie w Internecie, którego główna idea opiera się na prezentacji celebryty przed dziełem sztuki, wyniosła 150 000 zł brutto (bez akcji promocyjnej towarzyszącej ich powstawaniu oraz kosztów udziału celebrytów: M. Brodka, M. Kamiński, M. Gortat). Koszt produkcji trzech wersji 30-sekundowego spotu telewizyjnego wraz z działaniami marketingowymi, bez kosztów zakupu czasu antenowego, w kampanii „Pasjonanci polecają” zleconej przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego w 2010 roku, wyniósł 1 341 580,30 zł brutto. Koszt produkcji 30-sekundowego spotu telewizyjnego w kampanii „Tworzymy Śląskie”, zleconej przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego w 2014 roku, wyniósł natomiast 196 800 zł brutto.

Korzystając z okazji, w załączeniu przekazuję Panu Radnemu wyniki badań efektywności przeprowadzonej kampanii promocyjnej.

*z poważaniem,*

Dyrektor Muzeum Śląskiego

*Alicja Knast*  
Alicja Knast