

Łódź, 11 czerwca 2014 r.

DOA-OP-II.0003.408.2014

Pani
Bożenna JĘDRZEJCZAK
Radna
Rady Miejskiej w Łodzi

W odpowiedzi na Pani interpelację zgłoszoną w okresie międzysesyjnym w dniu 29 maja 2014 r. uprzejmie informuję, że promocja Festiwalu Łódź Czterech Kultur 2013 odbywała się poprzez różne działania i media m.in. billboardy, citylighty, druki wielkoformatowe, plakaty, siatki reklamowe, prasę, radio, TVP, Internet, a także informacje umieszczone na zewnątrz i wewnątrz Muzeum Miasta Łodzi w postaci plakatów i projekcji na ekranie plazmowym.

Bilboardy (45 nośników) i citylighty (65 nośników) umieszczone były od 1 do 30 maja w różnych miejscach Łodzi, Warszawy, Poznania i Wrocławia. Plakaty informacyjne (format B1, w ilości 35 szt.) eksponowane były w Manufakturze, na słupach przy ul. Piotrkowskiej oraz w instytucjach kultury, szkołach wyższych. Siatki reklamowe (6 nośników) eksponowane były w Łodzi na budynkach w różnych miejscach m.in. w Manufakturze, miejscach wydarzeń: Tobacco Park, ul. Piotrkowska, ul. Zgierska, redakcji „Gazety Wyborczej” w Łodzi, Warszawie i Poznaniu. Ponadto wyprodukowano 1000 sztuk koszulek z nadrukiem festiwalu w dwóch wersjach kolorystycznych - czarnej i czerwonej. Koszulki wykonała firma Monnari na zasadzie barteru. Ze znacznym upustem ok. 60% wykupiono w/w billboardy, citylighty, cityscrolle i małe panele podświetlane, które zgodnie z cennikiem katalogowym kosztowałyby ok. 90.000 zł, lecz zgodnie z umową koszty poniesione to kwota 49.244,59 zł.

Jeśli chodzi o media: emisja spotu reklamowego w wersjach 30 i 60 sekund odbywała się w różnych miejscach m.in. w Manufakturze, w Internecie oraz TV M, Telewizji Republika, TVP 2, TVP. Spot reklamowy w TV M prezentowany był w 10 tramwajach i 45 autobusach (72 emisje przez 25 dni) w trzech miastach: Łodzi, Krakowie, Kaliszu. W TVP wyemitowano 10 płatnych spotów w paśmie reklamowym w godz. 17 -18, w TVP 2 w programach: *Pytanie na śniadanie* i *Kultura głupcze*. Materiały o wydarzeniach i zdjęcia prezentowane były na facebooku.

Spot radiowy emitowany był 576 razy przez radiowęzeł Manufaktury (usługa bezkosztowa). Radio Czwórka i Radio Łódź objęły patronatem medialnym festiwal i prowadziły na bieżąco informacje o wydarzeniach.

„Gazeta Wyborcza” wydała dodatek poświęcony Festiwalowi, który ukazał się w Łodzi, Warszawie, Poznaniu (nakład ogółem 155 tys. sztuk). W kwietniu i maju 2013 r. w dodatku tej gazety ukazywały się zapowiedzi promocyjne. Ponadto wydrukowany został katalog „Miasto 4 Kultur” oraz druki informacyjne, zaproszenia na wydarzenia, papier firmowy.

Pozostałe wydatki to koszty umów cywilnoprawnych związanych z realizacją promocji i reklamy oraz honorariami autorskimi za teksty i projekty graficzne.

W biurze Festiwalu Łódź Czterech Kultur 2013 zatrudniona była 1 osoba na etacie, 6 osób współpracowało (księgowość, administracja, zamówienia publiczne) - na zasadzie dodatkowych obowiązków dla pracowników Muzeum Miasta Łodzi. Zawarto dwie umowy cywilnoprawne na okres jednego roku oraz umowy cywilnoprawne dla czterech osób w zależności od potrzeb. Z Dyrektorem festiwalu została zawarta umowa cywilnoprawna na okres jednego roku. Wynagrodzenie wyniosło 110.000 zł (brutto). Pragnę jednak nadmienić, że Dyrektor pozyskał od sponsorów 580.000 zł na realizację festiwalu.

Spektakl „Big Bang” wykonany został przez światowej sławy francuską grupę teatralną PLASTICIENS VOLANTS. Widowisko odbywało się na Rynku Manufaktury i zgromadziło ponad 8 tysięcy widzów. Przedsięwzięcie w dużej mierze (ok. 50%) sfinansowane było ze środków sponsorskich, pozyskanych przez Dyrektora festiwalu.

Na wzór innych europejskich festiwali artystycznych, których celem jest integracja mieszkańców i wzmocnienie identyfikacji z miastem, powstały dwa przedstawienia z cyklu „Podwórka”, które są związane z historią Łodzi. Jedno „Piotrkowska 37” autorstwa Krzysztofa Garbaczewskiego, drugie „Zgierska 38”, przygotowane przez Teatru Ósmego Dnia. Spektakl oprócz niewątpliwych walorów artystycznych jest przede wszystkim zapisem historii kamienicy i podwórka przy ul. Zgierskiej oraz jego mieszkańców. Jest sposobem budowania tożsamości mieszkańców z miastem. Spektakl był transmitowany na żywo w Internecie i na stronie internetowej festiwalu. W 2014 r. projekcja spektaklu odbyła się w dniu 18 maja, z dużym zaangażowaniem uczestniczyli w niej mieszkańcy podwórka wraz z liczną rzeszą gości. Stała się ona okazją do spotkania i integracji sąsiedzkiej, mieszkańcy przygotowali poczęstunek w formie własnych wypieków.

Projekt „Podwórka” jest trzyletnim projektem wspieranym przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (300.000 zł do wykorzystania w edycjach 2013-2015 Festiwalu Łódź Czterech Kultur). Podczas kolejnych edycji festiwalu będą pokazywane cyfrowe zapisy przedstawień.

Wiceprezydent Miasta


Agnieszka NOWAK

Do wiadomości:

1. Przewodniczący Rady Miejskiej w Łodzi
2. Wydział Organizacyjno-Prawny