

Fundacja Intro Light

Ul. Stawowa 9/1

47-400 Racibórz

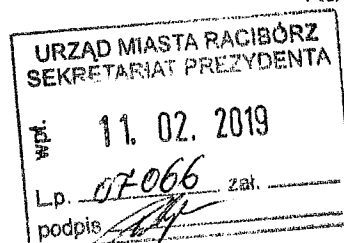
KRS: 0000646716

m: 604 886 176

e: kontakt@introfestival.pl



Racibórz 11.02.2019



2019.02.11
EFS

Do Prezydenta Miasta Racibórz

W odpowiedzi na pismo Pana Prezydenta z dnia 4.02.2019 i interpelacji Pani Radnej Ludmiły Nowackiej, poniżej przedstawiam szczegółową odpowiedź.

INTRO Festival (5 edycji) jest jedynym cyklicznym wydarzeniem z ogólnopolską kampanią reklamową i ogólnopolskimi patronami medialnymi w Raciborzu i nie mógłby się odbywać bez pozyskiwania dodatkowych środków. Charakter tworzenia markowego festiwalu wymaga ciągłego zabiegania o dodatkowe środki. Projekt powadzony jest w fundacji zgodnie z wewnętrznym projektem rozwoju - INTRO 2020.

Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego w Katowicach

Każdego roku wnioskujemy o dotacje u Marszałka Województwa Śląskiego. Wspierają nas dwa departamenty. W Wydziale Kultury w trybie konkursowym Fundacja zyskuje co roku najwyższe oceny i maksymalną dotację działu - 8 000 zł. Departament Promocji i Komunikacji Społecznej Województwa Śląskiego dotował INTRO Festival kwotą 30 000zł, lecz minionej edycji wysłana kontrola pracowników departamentu potwierdziła jakość. Od tego roku festiwal wszedł w grupę A - priorytetowych „laurek” województwa śląskiego z dotacją 100 000 zł/rok. To pierwszy w historii cykliczny projekt kultury dotowany i wpięty w grafik wizerunkowy Śląska - poza Katowicami. Nie wypracowały go dotąd Gliwice, Sosnowiec, Tychy, Bytom, Częstochowa, Bielsko, Rybnik... Nikt na Śląsku. INTRO od tego roku staje się marką województwa. Jak stwierdzili - porównywaną potencjałem do OFF Festival i Tauron Festival.

Starostwo Powiatowe w Raciborzu

Wypracowaliśmy wsparcie Starostwa Powiatowego, które wynosi 15 000zł.

Sponsorzy

W minionej edycji Fundacja pozyskała ponad 113 000zł od sponsorów. Przygotowane katalogi ofertowe konsultowane są z kreatywnymi agencjami w Warszawie i wysyłane w pierwszym rzędzie do korporacyjnych dyrektorów marketingu i komunikacji, później do śląskich firm, a na koniec przechodzimy dziesiątki raciborskich przedsiębiorców. Tytaniczna robota. Produkowanych jest ponad 50 imiennych, profilowanych katalogów dla korporacji międzynarodowych (przykładowy w Wydziale kultury i w gabinetce Prezydenta). Tworzone i wysyłane są w miesiącach październik-grudzień roku poprzedzającego. Ostatecznie rozmowy trwają zazwyczaj z trzema, czterema korporacjami w zależności od ich strategii komunikacji na dany rok. W zeszłym roku najbardziej zaawansowane były z siecią Orange - wstrzymali się do 2020. W tym roku z Lenovo. Festiwal jest w najtrudniejszym momencie - za duży na raciborskich sponsorów, za mały na warszawskich. Jednak Fundacja jest bliżej celu i szacujemy do 2021 pozyskanie strategicznego partnera... Wówczas historia INTRO wejdzie w kolejny

etap rozwoju. 6-8 lat, tyle średnio trwa budowanie świadomości marki w skali ogólnopolskiej (pod warunkiem, że posiada w sobie "unikat").

Wizerunek festiwalu opiera się na perle Raciborza – Zamku Piastowskim, to jego mocny wyróżnik. Intro jest finalistą konkursu na najbardziej innowacyjny projekt kultury w Polsce. Poprzez połączenie nowych technologii z historią trafił do finału Academy Virgin Mobile z pośród 600 ogólnopolskich wydarzeń. Media określiły go młodszym bratem OFFa i Tauronu - co jest nobilitacją, tym bardziej, że ich budżety przekraczają 5mln zł. Portal Silesion Durczoka analizował dogłębnie rynek i określił INTRO jako najdynamiczniej rozwijający się festiwal w Polsce. My to wiemy, odbiorcy też i branża muzyczna również, urząd nie do końca... Więc dziękuję za tą interpelację, bo ktoś może w końcu zrozumie z czym mamy do czynienia i co zostało WYPRACOWANE. Wizerunek festiwalu opiera się na perle Raciborza – Zamku Piastowskim. Zatem kontaktujemy się ze Sponsorami - cały czas.

Bilety

Dystrybucję biletów Fundacja przekazuje Eventim Polska i Biletomat.pl Zeszłoroczna sprzedaż stanęła na kwocie 180 936zł z Vatem.

28% z Miasta Racibórz

Ostatecznie budżet minionej edycji przekroczył kwotę 525tys zł, w którym dotacja Urzędu Miasta wyniosła 150tys zł.

Fundacja działa na podstawie ustawy o wolontariacie i organizacjach pożytku publicznego. Zgodnie z prawem składa sprawozdania finansowe do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Jak dotąd nigdy nie wypłaciła sobie pieniędzy za pracę. My nie liczymy w budżecie wkładu własnego i nie robimy tego za darmo. Dopłacamy. Miniona edycja zgodnie z zapowiedzią Prezydentowi Mirosławowi Lenkowi i mimo usilnych prób ratunku była stratna na kwotę 50 tys zł. Wiedział, że 150 tys zł nas uziemi, ale podpisaliśmy weksel i fundacja się zapożyczyła. Nie da się ogólnopolskiego festiwalu zrobić tanio. Informuję, że nie da się zrobić czegoś wielkiego w kwocie festynu i liczyć, że przyjedzie tu warszawiak, poznaniak, krakowiak, a dziennikarze z onetu napiszą chwalebny artykuł o Raciborzu. To brak profesjonalizmu i naiwność. Powiem więcej - to marnowanie pieniędzy. Powinniśmy zgasić roku temu projekt, ale uznaliśmy, że jeszcze rok spróbujemy. Widzę po tym co zrobił Urząd Marszałkowski – warto było. Cieszę się, że interpelacja wyszła od Radnej Ludmiły Nowackiej, bo trzeba sobie ostatecznie odpowiedzieć, czy chcemy mieć projekt ogólnopolski, czy nie? Czy mamy go rozwijać, czy gasić? Czy chcemy ekwiwalent reklamowy dla miasta wart miliony w kwocie ułamkowej dotacji, bo przecież nie sam obrót przedsiębiorców z przyjezdnych jest zyskiem, a ilość artykułów medialnych kształtująca wizerunek miasta i wyceniana na rynku analiz PR na konkretne kwoty?

Jestem pełen nadziei w przypadku Pani Nowackiej, bo jest współautorką Strategii Rozwoju Miasta Racibórz 2020, w której zapisano stworzenie w okresie dekady projektu kultury o zasięgu ponadregionalnym. Nikt wówczas nie wiedział co to znaczy, jak się tworzy taki projekt, jak się pozyskuje gwiazdy z zagranicy i skupia grupy docelowe, jak się pozyskuje ogólnopolskie media, jak się zdobywa sponsorów spoza Raciborza, jak się pisze oferty językiem korporacyjnym... Nikt poza nami się tego nie podjął i pod koniec realizacji Strategii 2020 warto się zatrzymać. Warto się zapoznać z realiami i zapytać nas szczegółowo - Co to jest projekt ogólnopolski? Wyjdzie wówczas, że nie da się zmniejszyć dotacji. Można być tylko rzetelnym i ją zwiększyć. Jak w innych miastach, które zrozumiały co znaczy rozwój i strategia. Tym bardziej, że... jak w Promocji Urzędu Marszałkowskiego określono - Udało się stworzyć coś wyjątkowego i absolutnie niepowtarzalnego w Raciborzu.

W żadnym mieście RCK nie realizuje festiwali, bo nie jest w stanie zarówno osobowo jak i proceduralnie udźwignąć zadania. Wszędzie rzeczy wielkie tworzą organizacje pozarządowe w partnerstwie z miastem. Podaję przykładowe dotacje/inwestycje urzędów w ich festiwale:

- Regeland, Płock - 730 tys zł
- Audioriver, Płock - 1,2 mln zł
- Polish Hip-Hop Festival, Płock - 350 tys zł
- Up To Date, Białystok - 600 tys zł
- Hajnówka, Białystok - 215 tys zł
- Halfway Festival, Białystok - 300 tys zł
- Olsztyn Green Festiwal, Olsztyn - 500 tys zł
- Woodstock, Kostrzyn - 260 tys zł
- Jarocin Festival, Jarocin - 460 tys zł
- Mistrzostwa Polski Parlamentarzystów i Samorządowców, Karpacz - 220 tys zł
- Sunrise Festival, Kołobrzeg - 550 tys zł
- Music & Water Festiwal, Rybnik - 1,1 mln zł (zainspirowany INTRO i już nieistniejący, bo okazał się z mniejszą frekwencją od INTRO)
- Festiwal Sztuk Pięknych, Rybnik - 500 tys zł
- Festiwal Toruńskich Spotkań Teatrów Lalek, Toruń - 100 tys zł
- Festiwal Źródła Pamięci, Rzeszów - 180 tys zł
- Festiwal Kontakt, Toruń - 450 tys zł
- Off Festival, Katowice - 2,3 mln zł
- Camerimage, Bydgoszcz - 2,5 mln zł
- Najbardziej znane festiwale w dużych miastach przekraczają 2mln zł dofinansowania. Największy ma z oczywistych względów Open Er w Gdyni - 4,5 mln zł (został w 3 roku wyrwany Warszawie i Gdynia go już nie nigdy wypuści)

Łącznie w Polsce wydarzeń muzycznych i okolomuzycznych jest ok. 8000. Przebijają się wyłącznie sprawnie prowadzone unikaty.

z poważaniem
Odyseusz Olbiński - prezes



FUNDACJA INTRO LIGHT

Ul. Stawowa 9/1 47-400 Racibórz

NIP: 639 201 12 07 REGON: 365847802 KRS: 0000646716