



Propagační video města pro oblast cestovního ruchu

Měl jsem možnost shlédnout prezentační video „ČESKÉ BUDĚJOVICE-JEDEN TAG“ z roku 2012, které pro statutární město České Budějovice vytvářela agentura fovia. Současné trendy v cestovním ruchu jsou zcela odlišné a celkové zpracování tohoto videa, střih, kamera, hudba mě vrací zpět do počátků devadesátých let. Mám dlouhodobé zkušenosti v cestovním ruchu a v současné době se zabývám PR a event-managementem a garantuji Vám, že úspěch takového videa je předem ztracený. Tento email posílám v kopii také na příslušné osoby na magistrátu města, a pokud se jedná o financování z evropských peněz vyzývám Vás o sdělení částky, za kterou bylo toto prezentační video z veřejných peněz natočeno.

K citovanému dotazu sděluje povinný subjekt následující.

Videoklip, vytvořený agenturou Fovia, byl určen pro účastníky famtripů, tj. zájezdů odborníků z cestovního ruchu. K vytvoření tohoto videoklipu byla z rozpočtu města uvolněna částka ve výši 54 000,-- Kč. Bude-li projekt schválen, bude z Programu přeshraniční spolupráce financován částkou ve výši 5 000,-- Kč. K upřesnění situace je třeba dodat, že tento materiál byl vytvořen výhradně pro účastníky tří famtripů z Dolního Bavorska s cílem pomoci jim v jejich práci při tvorbě programů zájezdů do Českých Budějovic a jižních Čech. Famtripy se konaly v rámci Programu přeshraniční spolupráce Cíl 3 ČR – Bavorsko, projektu pod názvem „U nás, u vás každý den“. Videoklip není primárně určen k prezentaci města pro širokou veřejnost. Tento videoklip byl umístěn i na oficiální webové stránky statutárního města České Budějovice, ačkoliv toto nebylo zamýšleno. Cílem videa nemělo být vytvoření prezentačního materiálu města pro veřejnost, na což byla agentura Fovia také upozorněna a na základě čehož také tento materiál zpracovala.