

STORYBOARD SPOTU TV/INTERNET 30 SEK

Ujęcie na budynki Muzeum oraz stojący na jego terenie napis #naszemuzeum.

Ten hasztag może być obecny cały czas na ekranie, jako przypomnienie tematu, na który wypowiadają się zaproszone osoby.

VO: Z okazji 90-tych urodzin #naszegomuzeum zapytaliśmy, co to dla Was znaczy.



Wybór ujęć z ludźmi i ich wypowiedziami nakręconymi w różnych miejscach na terenie Muzeum - wewnątrz i na zewnątrz. Osoby wypowiadające się są "złapane" w trakcie zwiedzania, aktywności w Muzeum, nie wypowiadają się na ścianie, tylko tam, gdzie ich spotkaliśmy.

Mama z małym dzieckiem na ręce: **Dla mnie to miejsce, w którym czuję się mile widziana z całą rodziną.**



Senior: Łączące doświadczenie ze świeżą energią.



Nastolatek: Można tu nie tylko oglądać, ale samemu coś stworzyć.



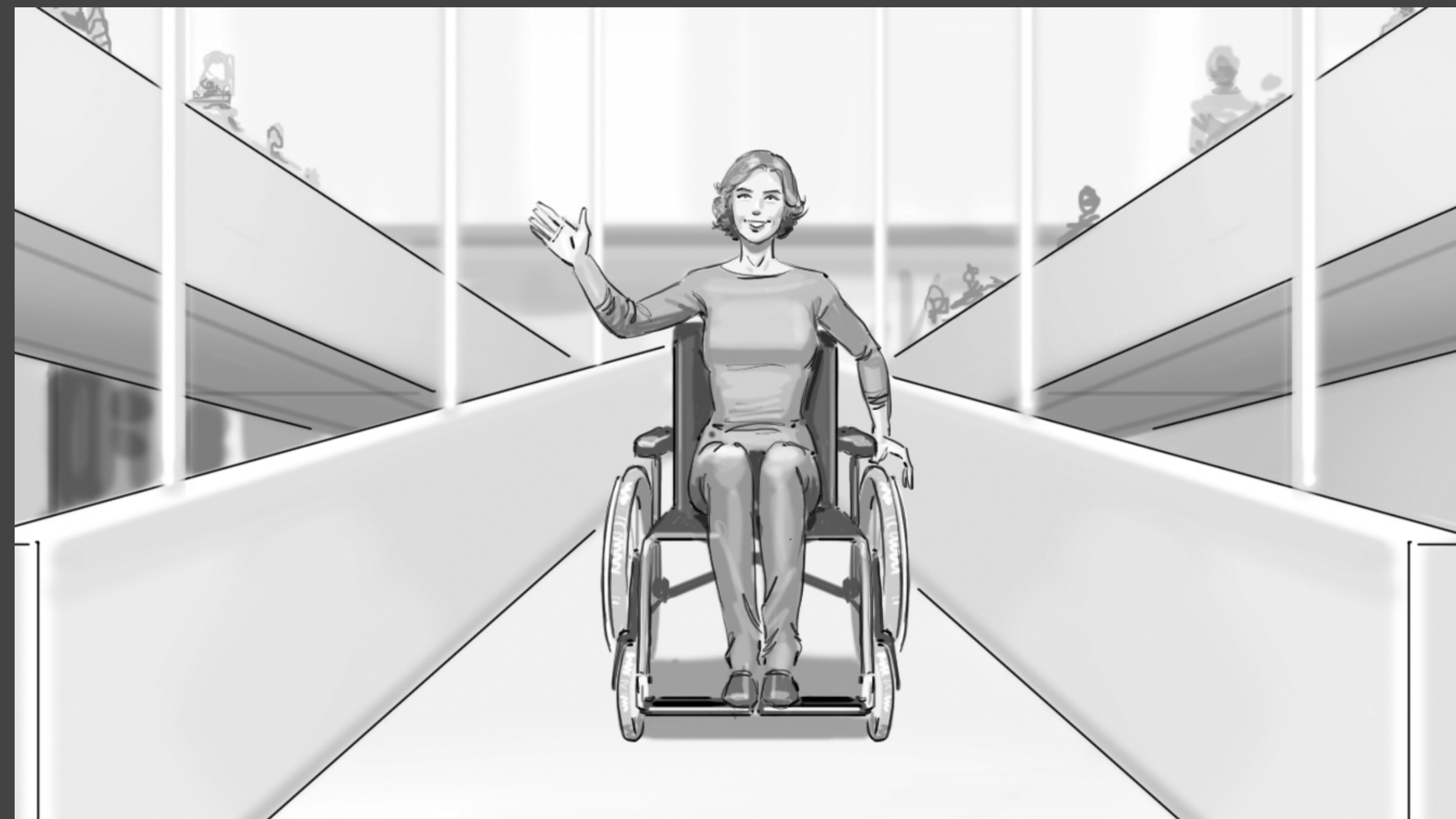
Migający chłopiec (supery tego co mówi):
To miejsce dla wszystkich.



Pracowniczka Muzeum: **Pracujemy z ludźmi i dla ludzi.**



Kobieta na wózku: **Bo nasze muzeum ma 90 lat i ciągle patrzy w przyszłość.**



Na zakończenie spotu, pod wypowiedzią lektora pojawiają się ujęcia z lotu ptaka - ludzie widziani z góry układający się w liczbę 90. #naszemuzeum zmienia się na packshocie w #naszeurodziny

VO: Zapraszamy na wspólne obchody 90-lecia. To #naszeurodziny w Muzeum Śląskim!



W spocie wystąpią mieszkańcy, goście i pracownicy Muzeum, którzy w dniu kręcenia filmu pojawią się na dedykowanym mu evencie.

Wszystkie osoby występujące w spocie zostaną podpisane, np. jako Przyjaciół Muzeum czy Uczestniczka Muzealnego Uniwersytetu Seniora - do uzgodnienia wspólnie z Muzeum po ostatecznym wyborze wypowiedzi.

ZAŁOŻENIA PRODUKCYJNE

1. SPOT 30SEK TV/INTERNET +45SEK INTERNET + SKRÓT 15SEK TV/INTERNET - PRAWA 12 MIESIĘCY
2. RADIO 30SEK - PRAWA 12 MIESIĘCY
3. MOŻLIWOŚĆ KORZYSTANIA ZE WSZYSTKICH NAGRANYCH MATERIAŁÓW - KRÓTKIE FORMY 5-10SEK INSTAGRAM/FB
4. ZAANGAŻOWANIE LUDZI PRZEZ PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE NA TYDZIEŃ PRZED ZDJĘCIAMI (projekt postów po stronie agencji)
5. POSTAWIENIE STANOWISKA W MUZEUM PODCZAS EVENTU
6. DODATKOWO ZAANGAŻOWANIE „AKTORÓW - STATYSTÓW” (kilka scen z opisanymi wcześniej tekstami dla bezpieczeństwa)
7. MUZYKA STOCKOWA i/lub KOMPONOWANIE
8. UJĘCIE Z DRONA (90 Z LUDZI) DO WYKORZYSTANIA NIE TYLKO W SPOCIE, DODATKOWE PRAWA DO SOCIAL MEDIÓW I PRINTU
9. PROPOZYCJE REŻYSERÓW WRAZ Z TREATMENTAMI I REFERENCJAMI
10. TERMIN ZDJĘĆ REKOMENDOWANY - CZERWIEC/LIPIEC
11. PLANOWANY TERMIN EMISJI - WRZESIEŃ 2019