



KS-I-O.0003.13.2026
BKZ-I.ZD-00317/26

Pan
Wojciech Firlej
Radny Województwa Wielkopolskiego

Szanowny Panie Radny,

odpowiadając na Pańskie zapytanie z dnia 16 lipca 2026 roku, udzielam odpowiedzi na następujące pytania:

Pytanie nr 1: Informacja o frekwencji na wydarzeniu (zarówno w tym roku, jak i latach poprzednich w poszczególnych lokalizacjach) – a to z podziałem na części: (i) od chwili rozpoczęcia Pikniku do koncertów wieczornych oraz (ii) na koncertach wieczornych:

Odpowiedź: Wydarzenie „Piknik na FEST!” ma charakter otwarty i niebiletowany, w związku z czym nie prowadzimy ewidencji uczestników ani elektronicznego systemu zliczania osób. Wskazane poniżej wartości stanowią szacunkową liczbę uczestników, ustaloną na podstawie obserwacji organizatora, służb zabezpieczających wydarzenie oraz wykonawcy odpowiedzialnego za jego organizację.

- W 2026 roku w Lesznie wydarzenie odwiedziło 8 tys. uczestników, z czego 3 tys. uczestniczyło w części dziennej, a 5 tys. w koncertach wieczornych. W Poznaniu liczba uczestników wyniosła 24 tys., w tym 7 tys. w części dziennej oraz 17 tys. podczas koncertów wieczornych.
- W 2025 roku w Poznaniu wydarzenie zgromadziło 20 tys. uczestników, w tym 7 tys. w części dziennej i 13 tys. podczas koncertów wieczornych, natomiast w Koninie – 8 tys. uczestników, z czego 3 tys. w części dziennej i 5 tys. podczas koncertów.
- W 2024 roku w Poznaniu odnotowano udział 18 tys. uczestników, w tym 8 tys. w części dziennej i 10 tys. podczas koncertów wieczornych, natomiast w Kaliszu wydarzenie zgromadziło 10 tys. uczestników, z czego 4 tys. w części dziennej i 6 tys. podczas koncertów.
- W pierwszej edycji wydarzenia, zorganizowanej w 2023 roku, w Poznaniu uczestniczyło 25 tys. osób, w tym 8 tys. w części dziennej i 17 tys. podczas koncertów wieczornych.

Pytanie nr 2: Informacja z jakich regionów (powiatów i gmin naszego województwa) mieszkańcy faktycznie uczestniczyli w tegorocznym wydarzeniu:

Odpowiedź: Ze względu na otwarty i ogólnodostępny charakter wydarzenia organizator nie prowadzi identyfikacji uczestników ani nie gromadzi danych dotyczących ich miejsca zamieszkania. W konsekwencji nie dysponuje informacjami pozwalającymi na wskazanie, z których gmin i powiatów Województwa Wielkopolskiego pochodzili uczestnicy tegorocznej edycji wydarzenia.



Pytanie nr 3: Wskazanie podmiotu odpowiedzialnego za promocję wydarzenia oraz środków i zasięgów – w tym terytorialnych – takiej promocji.

Odpowiedź: Za przygotowanie i realizację kampanii promocyjnej wydarzenia „Piknik na FEST!” odpowiadała agencja Good Taste Productions - wykonawca wyłoniony w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, działający we współpracy z Samorządem Województwa Wielkopolskiego. Good Taste Production jest jedną z największych agencji 360° w Polsce, specjalizującą się w kompleksowej organizacji festiwali muzycznych, tras koncertowych i eventów. Jest organizatorem odpowiedzialnym za produkcję i promocję takich festiwali, jak: BitterSweet Festival, Erste Letnie Brzmienia, Defender Salt Wave Festival, czy Enea Edison Festiwal.

Kampania promocyjna miała charakter wielokanałowy i była prowadzona na obszarze Województwa Wielkopolskiego, ze szczególnym uwzględnieniem Poznania, Leszna oraz ich obszarów funkcjonalnych. Wykorzystano działania w radiu (Radio Poznań, Radio Emaus, Radio Pogoda, Meloradio Poznań, Radio Eska Poznań, Radio Elka), telewizji (TVP3 Poznań), prasie (Głos Wielkopolski, Nasze Miasto Województwo Wielkopolskie, ABC), Internecie (epoznan.pl, Leszno24.pl, leszczynski24.pl, Gazeta Wyborcza) oraz reklamę zewnętrzną i cyfrową (m.in. billboardy, citylighty, plakaty, ekrany w komunikacji miejskiej, na Dworcu Głównym w Poznaniu, w pociągach Kolei Wielkopolskich oraz inne nośniki OOH i DOOH na terenie Poznania i Leszna, w tym kampanię na ekranach w tramwajach i autobusach miejskich na terenie Poznania i gmin ościennych). Działania promocyjne zostały dostosowane do specyfiki obu lokalizacji wydarzenia i zapewniały zasięg obejmujący mieszkańców całego regionu, uwzględniając media o największym zasięgu lokalnym i informacyjnym, w tym radio Eska Poznań mający 8,5% udziału w rynku, Radio Pogoda Poznań mające 7,0% zasięgu i Radio Poznań z 5,5% udziałem. Ponadto zdecydowano się na kampanię spotową w TVP3 Poznań emitowaną w prime-time, czyli przed wieczornym pasmem emisyjnym prognozy pogody oraz programem informacyjnym Teleskop.

Działania promocyjne prowadzone były na obszarze całego Województwa Wielkopolskiego, ze szczególnym uwzględnieniem Poznania, Leszna oraz ich obszarów funkcjonalnych. Dobór kanałów komunikacji zapewniał dotarcie zarówno do odbiorców lokalnych, jak i mieszkańców całego regionu. Zdecydowano się na kampanie w mediach lokalnych, np. kampanię mobilną na ePoznan.pl docierającą do 80 000 odbiorców, kampanię na poznan.wyborcza.pl skierowaną do 250 000 unikalnych użytkowników i kampanie odsłowne na 500 000 odsłon na www.gloswielkopolski.pl oraz reklamę w lokalnej prasie drukowanej ABC i portalach informacyjnych Leszno24.pl, leszczynski24.pl. oraz Radio Elka.

Pytanie nr 4: Czy w przypadku planowania wydarzenia na rok przyszły i lata następne – rozważane jest wprowadzenie biletów wstępu na część koncertową – *nieodpłatnie lub za symboliczną opłatą (np. 5-10 zł)* – co w szczególności pozwoliłoby na dokładne zbadanie frekwencji, ale i również promocję wydarzenia w różnego rodzaju serwisach biletowych itp.;

Nie są prowadzone prace ani analizy dotyczące wprowadzenia biletów wstępu na część koncertową wydarzenia „Piknik na FEST!”.

Od początku ideą wydarzenia jest jego otwarty, ogólnodostępny i nieodpłatny charakter, umożliwiający udział wszystkim zainteresowanym mieszkańcom bez konieczności wcześniejszej rejestracji czy spełniania dodatkowych formalności. Taka formuła sprzyja szerokiej dostępności wydarzenia oraz realizacji jego celu, jakim jest integracja mieszkańców oraz promocja Województwa Wielkopolskiego.

Wprowadzenie systemu biletowego, również w formie bezpłatnych wejściówek, wiązałoby się z koniecznością organizacji procesu rejestracji uczestników, obsługi systemu dystrybucji biletów oraz – w zależności od przyjętych rozwiązań – przetwarzania danych osób zainteresowanych udziałem w wydarzeniu. Nie znajduje to uzasadnienia w przypadku imprezy o otwartym i powszechnie dostępnym charakterze. Możliwość dokładniejszego oszacowania frekwencji nie stanowi wystarczającej przesłanki do zmiany formuły wydarzenia.

Nie znajduje również uzasadnienia argument dotyczący promocji wydarzenia za pośrednictwem serwisów biletowych. Serwisy te pełnią przede wszystkim funkcję dystrybucji biletów na wydarzenia, natomiast w przypadku imprezy o charakterze otwartym i nieodpłatnym nie stanowią istotnego kanału komunikacji z potencjalnymi uczestnikami. Promocja wydarzenia realizowana jest poprzez kompleksową kampanię informacyjną prowadzoną w mediach tradycyjnych, Internecie oraz przestrzeni publicznej. Wprowadzenie systemu bezpłatnych wejściówek wyłącznie w celu obecności wydarzenia w serwisach biletowych nie znajduje uzasadnienia organizacyjnego ani promocyjnego.

Pytanie nr 5. Wskazanie ilu spośród Radnych Województwa Wielkopolskiego odwiedziło Piknik w tegorocznej edycji;

Odpowiedź: Organizator nie prowadzi ewidencji obecności uczestników wydarzenia, w tym osób pełniących funkcje publiczne. Radni Województwa Wielkopolskiego są zapraszani do udziału w wydarzeniu jako goście, jednak skorzystanie z zaproszenia pozostaje ich indywidualną decyzją.

Pytanie nr 6. Informacja w zakresie podstaw braku zaproszeń do aktywnego uczestnictwa w Pikniku dla Radnych sejmikowych, a przez to próby przebicia świadomości społecznej o istnieniu organu stanowiącego i kontrolnego samorządu województwa – Sejmiku Województwa Wielkopolskiego;

Odpowiedź: Radni Województwa Wielkopolskiego każdorazowo otrzymują informację o organizacji wydarzenia oraz zaproszenie do udziału w „Pikniku na FEST!” jako goście. Zasady te są stosowane jednakowo wobec wszystkich Radnych Województwa Wielkopolskiego, niezależnie od przynależności klubowej czy pełnionej funkcji.

Pytanie nr 7. Informacja na temat kosztów organizacji wydarzenia i kosztów związanych z tą organizacją (w tym również kosztów promocji) – z podziałem na poszczególne segmenty i podmioty (w tym także podległe samorządowi wojewódzkiemu i samorządom M. Leszna i M. Poznania) w nich partycypujących.

Odpowiedź: Koszty poniesione przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego w związku z organizacją wydarzenia „Piknik na FEST!”, w tym koszty promocji, wyniosły 2 595 900,00 zł. Kwota ta obejmowała realizację zamówienia na kompleksową organizację wydarzenia, w tym przygotowanie i przeprowadzenie działań promocyjnych. Koszty związane z występami artystów, realizowanymi na podstawie odrębnej umowy, wyniosły 1 131 600,00 zł.

W związku z organizacją wydarzenia Samorząd Województwa Wielkopolskiego zawarł porozumienie z Miastem Lesznom, na podstawie którego Miasto zobowiązało się do nieodpłatnego udostępnienia i przygotowania terenu Lotniska Leszno wraz z miejscami parkingowymi na potrzeby organizacji imprezy masowej, zapewnienia beczkowni z wodą pitną dla uczestników wydarzenia, dostępu do infrastruktury elektroenergetycznej oraz organizacji przestrzeni promocyjnej Miasta Leszna na terenie wydarzenia.

Samorząd Województwa Wielkopolskiego nie dysponuje informacjami dotyczącymi kosztów poniesionych przez Miasto Leszno ani jego jednostki organizacyjne w związku z realizacją postanowień porozumienia. Miasto Poznań nie uczestniczy w organizacji ani finansowaniu wydarzenia „Piknik na FEST!”.

Pytanie nr 8. Informacja o wymiernych efektach – realizacji założeń – wydarzenia (takich jak podniesienie świadomości mieszkańców co do samego faktu istnienia i zadań samorządu województwa, jego organów i instytucji, a także powiązaniu jednostek podległych z samym samorządem wojewódzkim itp. [ponadto prosba o dane, na których informacja w tym zakresie się opiera]).

Odpowiedź: „Piknik na FEST!” jest wydarzeniem o charakterze promocyjnym, edukacyjnym i integracyjnym, którego celem jest przybliżenie mieszkańcom działalności Samorządu Województwa Wielkopolskiego, jego jednostek organizacyjnych oraz partnerów poprzez bezpośredni kontakt, prezentację oferty, warsztaty, pokazy i działania edukacyjne.

O skuteczności przyjętej formuły świadczy przede wszystkim utrzymujące się wysokie zainteresowanie wydarzeniem. „Piknik na FEST!” jest organizowany nieprzerwanie od 2023 roku i na stałe wpisał się w kalendarz wydarzeń plenerowych Województwa Wielkopolskiego, w szczególności w Poznaniu, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej frekwencji uczestników oraz corocznym zainteresowaniu ofertą przygotowywaną przez jednostki Samorządu Województwa Wielkopolskiego.

Jednocześnie Samorząd Województwa Wielkopolskiego nie prowadzi badań opinii publicznej ani specjalistycznych badań ewaluacyjnych dotyczących poziomu świadomości mieszkańców w zakresie kompetencji samorządu województwa, jego organów czy jednostek organizacyjnych, realizowanych w związku z organizacją wydarzenia. Charakter wydarzenia nie uzasadnia prowadzenia tego rodzaju badań, a ich realizacja wiązałaby się z ponoszeniem dodatkowych kosztów, niewspółmiernych do celu i skali przedsięwzięcia.

Z poważaniem
z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA

Marcin Fuszpaniak

DYREKTOR

BIURO KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ I PROMOCJI