Poznań, 19.06.2023 r.

Znak sprawy: Or-II.0003.1.142.2023

Nr rej.: 190623-1604

Pani

Klaudia Strzelecka

Radna Miasta Poznania

Szanowna Pani Radna,

odpowiadając na otrzymaną za pośrednictwem Przewodniczącego Rady Miasta pismem z dnia 7 czerwca 2023 r. interpelację Pani Radnej w sprawie promocji miasta Poznania w mediach, mediach społecznościowych i reklamie outdoorowej, przekazuję informacje o obecnie podejmowanych przez Gabinet Prezydenta działaniach w tym zakresie:

Ad. 1. „W jakich mediach ogólnopolskich i lokalnych są prowadzone kampanie reklamowe/ promocyjne/informacyjne? Jakie koszty generują? Prośba o przesłanie informacji z wyszczególnieniem poszczególnych mediów i przeznaczanych na nie kwot”.

Obecnie prowadzone są następujące kampanie informacyjne w mediach lokalnych:

• emisja na antenie telewizji WTK dwunastu odcinków programu „Puls Miasta”, który stanowi ważne narzędzie informacyjne dla Miasta Poznania (przekazuje wiadomości istotne dla mieszkańców stolicy Wielkopolski); wartość umowy to 159.644,16 zł (umowa z 18 stycznia 2023 r. - produkcja i emisja odcinków programu);

• emisja odcinków programu o tematyce transportowej w Serwisie Komunikacyjnym telewizji WTK (emitowanym na antenie WTK oraz na stronie www.wtk.pl); realizowana usługa ma na celu informowanie mieszkańców Poznania (także tych, którzy nie śledzą miejskich portali informacyjnych) o utrudnieniach komunikacyjnych związanych z inwestycjami realizowanymi w mieście i o zmianach w organizacji ruchu; wartość umowy to 95.644,80 zł (umowa z 18 stycznia 2023 r. – realizacja i emisja odcinków programu);

• działania promocyjne w związku z organizacją Projektu Złota Setka Wielkopolski - na łamach Głosu Wielkopolskiego; wartość umowy zawartej z Polska Press sp. z o.o. w dniu 24 kwietnia 2023 r. to 36.900,00 zł;

• przeprowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnej zachęcającej mieszkańców Poznania do składania wniosków z projektami oraz do głosowania na projekty zgłoszone w Poznańskim Budżecie Obywatelskim 2024; wartość umowy zawartej z Wielkopolską Telewizją Kablową w dniu 4 maja 2023 r. to 19.630,80 zł;

• emisja na portalu „wpoznaniu.pl” kampanii reklamującej etapy składania projektów do Poznańskiego Budżetu Obywatelskiego 2024; wartość umowy zawartej z World Trade Center Poznań sp. z o.o. w dniu 18 maja 2023 r. to 1.968,00 zł.

Ad. 2. „W jakich mediach społecznościowych są prowadzone kampanie promocyjne/reklamowe/ informacyjne? Prośba o podanie kwot z wyszczególnieniem poszczególnych komunikatorów/ mediów”.

Na portalu Facebook, za łączną kwotę 5.000,00 zł, prowadzone są obecnie kampanie w zakresie segregacji odpadów oraz zamieszczane są posty sponsorowane dotyczące konkursu na taksówkarza roku, działań związanych z tzw. odbrukami, a także dofinansowań do zakupu sprzętu dla poznańskich szpitali. Ponadto w ramach Google Ads, oprócz kampanii dotyczącej segregacji odpadów, promowane są miejskie programy: „Kawka Bis” oraz „POZnań i zamieszkaj” (kwota – 10.000,00 zł).

W dniu 20 kwietnia 2023 r. zawarto także umowę z ABOUT AD sp. z o. o. na przygotowanie oraz wdrożenie kampanii promocyjnej Poznańskiego Budżetu Obywatelskiego 2024, prowadzonej na: Facebook Adds, Instagram, Google, YouTube. Wartość tej umowy to 62.545,50 zł.

Ad. 3. „Jakie środki przeznaczane są na kampanie reklamowe/promocyjne/informacyjne w przestrzeni publicznej – outdoorowej? Prośba o wyszczególnienie kwot przypisanych do poszczególnych nośników reklamowych”.

Na aktualne kampanie w przestrzeni publicznej – outdoorowej (na tzw. citylight-ach) przeznaczono środki w wysokości 29.658,99 zł (kampanie: Zielone Pojęcie, Światowy Dzień Kota 2023, OK Poznań, Kampania PIK, Miasto Doznań, Urodziny Miasta, Rok Pawła Edmunda Strzeleckiego, Pyrkon 2023, Thank You, Fyrtle Festiwal, 50-lecie Piątkowa, Na Falach 2023, Wieczorek Ratajski).

Z wyrazami szacunku

(-) Jacek Jaśkowiak
PREZYDENT MIASTA POZNANIA

Do wiadomości:
Przewodniczący Rady Miasta