Koszty kampanii zachęcającej do udziału w wyborach do rad osiedli

1. w lutym i marcu:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kanał | Narzędzie | Liczba | Kwota (zł) |
| Ramki w komunikacji miejskiej | plakat A4 | 100 | 8 364,00 |
| Emisja filmu w Kinie Pałacowym | spot 30-sek. | przed każdym seansem | 0,00 |
| Citylight | plakat | 60 | 5 313,60 |
| Instagram, Facebook | reklama | 37 000 wyświetleń | 500,00 |
| Radio Eska | spot 30-sek. |  | 16 101,00 |
| Ekran MPK | spot 30-sek. | 651 | 20 887,86 |

1. w kwietniu i maju:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kanał | Narzędzie | Liczba | Kwota (zł) |
| Ramki w komunikacji miejskiej | plakat A4 | 100 | 3 751,50 |
| Emisja filmu w Kinie Pałacowym | spot 30-sek. | przed każdym seansem | 0,00 |
| Citylight | plakat | 15 | 1 350,00 |
| Instagram, Facebook | reklama | 35 000 wyświetleń | 500,00 |
| Radio Eska | spot 30-sek. | 42 | 6 962,19 |
| Ekran MPK | plansza 10-sek. | 651 | 7 257,00 |
| Rusztowania wyborcze | bannery | 34 | 23 299,89 |