## ZARZĄDZENIE NR

# **PREZYDENTA MIASTA POZNANIA**

**z dnia 19 września 2022r.**

|  |  |
| --- | --- |
| w sprawie | **Systemu Koordynacji Promocji i zarządzania tym systemem.** |

Na podstawie art. 30 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 559 z późn. zm.) zarządza się, co następuje:

**§ 1**

**Postanowienia ogólne**

1. System Koordynacji Promocji, zwany dalej „SKP” ma na celu ułatwienie współpracy pomiędzy wydziałami Urzędu Miasta Poznania, miejskimi jednostkami organizacyjnymi i miejskimi instytucjami kultury, zwanymi dalej „jednostkami SKP”, w ramach prowadzonych przez Miasto Poznań (zwane dalej Miastem) działań promocyjnych.

2. Przez działania promocyjne rozumie się takie działania, które mają potencjał promocyjny i mają za zadanie kreowanie wizerunku Poznania bądź mają zasadniczy wpływ na kreowanie tego wizerunku.

3. Przez działania promocyjno-informacyjne rozumie się:

1) prowadzenie działań reklamowych wynikających ze Strategii Rozwoju Miasta Poznania;

2) organizację przedsięwzięć promujących Poznań;

3) organizację kampanii promocyjnych;

4) organizację działań promocyjnych, informacyjnych i edukacyjnych;

5) dystrybucję materiałów promocyjnych i informacyjnych.

**§ 2**

1. W celu zarządzania SKP stosowane jest narzędzie w postaci platformy elektronicznej pod adresem: www.skp.poznan.pl.

2. Platforma elektroniczna służy do:

1) gromadzenia informacji o planowanych i zrealizowanych przez jednostki SKP działaniach promocyjnych Miasta;

2) koordynowania, konsultowania i wdrażania działań promocyjnych podejmowanych przez Miasto;

3) zarządzania miejskimi nośnikami reklamowymi;

4) udostępniania sprawozdań z wykonania działań promocyjnych przez jednostki SKP.

**§ 3**

**Regulamin SKP**

Zarządzanie działaniami promocyjnymi realizowanymi przez Miasto odbywa się na poniższych zasadach:

1) plany projektów o charakterze promocyjnym, realizowane przez jednostki SKP, powinny być zgłaszane najpóźniej do 30 listopada roku poprzedzającego ich realizację przez przedstawicieli tych jednostek na platformie elektronicznej w następujący sposób:

a) zgłaszane projekty powinny zawierać opis projektu oraz wstępny wykaz zaplanowanych do realizacji działań promocyjnych;

b) uszczegółowienie zakresu działań w danym projekcie i narzędzi promocyjnych stosowanych do ich realizacji powinno nastąpić najpóźniej miesiąc przed planowanym terminem realizacji projektu;

c) raport z realizacji danego projektu powinien zostać złożony najpóźniej 30 dni po zakończeniu projektu do pracowników Oddziału Promocji Gabinetu Prezydenta Urzędu Miasta Poznania (zwanego dalej Oddziałem Promocji) poprzez platformę elektroniczną;

2) zgłoszone za pomocą platformy elektronicznej projekty są weryfikowane i opiniowane przez pracowników Oddziału Promocji;

3) opinie na temat projektów są przekazywane do jednostek SKP drogą elektroniczną;

4) Kierownik Oddziału Promocji może zarekomendować dodatkowe spotkanie z wybranymi przedstawicielami jednostek SKP w celu szczegółowego omówienia działań promocyjnych podejmowanych w ramach projektów;

5) działania promocyjne prowadzone przez zewnętrzne agencje reklamowe wymagają mailowej akceptacji pracownika Oddziału Promocji;

6) wszystkie umowy i zlecenia na działania promocyjne wymagają pisemnej kontrasygnaty Zastępcy Dyrektora Gabinetu Prezydenta ds. Marketingu Miasta.

**§ 4**

Zarządzanie miejskimi nośnikami reklamowymi odbywa się na poniższych zasadach:

1) w zakresie rezerwacji miejskich nośników reklamowych:

a) jednostka SKP planująca działania promocyjne dla realizowanych projektów ma prawo skorzystać z miejskich nośników reklamowych w następujący sposób:

- rezerwacji na platformie elektronicznej można dokonać maksymalnie na 2 miesiące przed planowanym wydarzeniem. Rezerwacje dokonane z większym wyprzedzeniem nie będą akceptowane;

- miejskie nośniki reklamowe obejmują m.in. 8 nośników CTL, ekrany LED i ramki B0;

- materiały graficzne, które mają pojawić się na miejskim nośniku reklamowym, po ich zaakceptowaniu przez Studio Kreatywne Gabinetu Prezydenta (ci@um.poznan.pl), powinny być zamieszczone na platformie elektronicznej najpóźniej do 7 dnia miesiąca – w przypadku rezerwacji nośnika na 2 połowę miesiąca (jeśli 7 dzień miesiąca przypada w sobotę lub niedzielę – do poprzedzającego te dni piątku) – oraz najpóźniej do 22 dnia miesiąca – w przypadku rezerwacji nośnika na 1 połowę miesiąca (jeśli 22 dzień miesiąca przypada w sobotę lub niedzielę – do poprzedzającego te dni piątku);

- podczas zakładania Karty Projektu na platformie elektronicznej konieczne jest określenie, czy wydarzenie jest komercyjne (na wydarzenie prowadzona jest sprzedaż biletów), czy niekomercyjne (wydarzenie bezpłatne);

b) warunkiem zarezerwowania miejskich nośników reklamowych poprzez platformę elektroniczną jest wcześniejsze wprowadzenie na platformę elektroniczną projektu, którego działania promocyjne obejmują wykorzystanie tych nośników;

c) zgłoszenie rezerwacji miejskich nośników reklamowych jest weryfikowane przez pracowników Oddziału Promocji pod względem zasadności wykorzystania nośników w celu promocji danego projektu.

2) organizacje pozarządowe, które chcą uzyskać dostęp do miejskich nośników reklamowych, powinny być wspierane w swoich działaniach przez Miasto. Aby mogły one skorzystać z miejskich nośników reklamowych, powinny w składanym do wydziału merytorycznego Urzędu Miasta Poznania wniosku o dofinansowanie poinformować o chęci skorzystania z tych nośników i wykazać, w jakim celu będą one wykorzystywane. Wydział merytoryczny Urzędu Miasta Poznania, do którego organizacja pozarządowa składa wniosek o dofinansowanie, zobowiązuje się przekazać tę informację do Oddziału Promocji, który umożliwi rezerwację nośników miejskich.

**§ 5**

**Zadania pracowników Oddziału Promocji**

Do zadań pracowników Odziału Promocji należy:

1) wstępna analiza planów działań promocyjnych zgłaszanych przez przedstawicieli jednostek SKP;

2) opiniowanie planów działań promocyjnych wraz z Kierownikiem Oddziału Promocji;

3) bieżąca współpraca z jednostkami SKP reprezentowanymi przez przedstawicieli jednostek SKP;

4) monitoring realizacji planów działań promocyjnych;

5) analiza sprawozdań jednostek SKP ze zgłoszonych działań promocyjnych.

**§ 6**

**Zadania jednostek SKP**

Do zadań jednostek SKP należy:

1) bieżąca współpraca z pracownikami Oddziału Promocji w ramach prowadzonych działań promocyjnych;

2) wprowadzanie na platformę elektroniczną projektów działań promocyjnych oraz aktualizowanie ich najpóźniej na miesiąc przed wydarzeniem o szczegółowe opisy działań i narzędzi promocyjnych wykorzystywanych do ich realizacji;

3) składanie raportów ze zrealizowanych projektów w następujący sposób:

a) weryfikacja stanu realizacji zaplanowanych działań promocyjnych;

b) uzupełnienie planów w przypadku podjęcia dodatkowych, niezaplanowanych wcześniej działań promocyjnych;

4) składanie za pomocą platformy elektronicznej projektów materiałów graficznych zawierających logotyp Miasta, zweryfikowanych pod kątem zgodności z CI Miasta (System Identyfikacji Wizualnej) przez Studio Kreatywne Gabinetu Prezydenta;

5) rezerwowanie miejskich nośników reklamowych w ramach działań promocyjnych zaakceptowanych przez Oddział Promocji.

**§ 7**

Wykonanie zarządzenia powierza się dyrektorom wydziałów Urzędu Miasta Poznania. Stosowanie zarządzenia zaleca się dyrektorom miejskich jednostek organizacyjnych i dyrektorom miejskich instytucji kultury.

**§ 8**

Traci moc zarządzenie Nr 317/2018/P Prezydenta Miasta Poznania z dnia 26 kwietnia 2018 r. w sprawie wprowadzenia Systemu Koordynacji Promocji i zarządzania tym systemem.

**§ 9**

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

PREZYDENT MIASTA POZNANIA

(-) Jacek Jaśkowiak