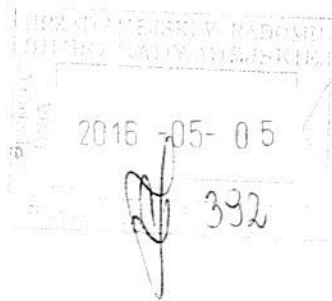


Radom, dnia 2 maja 2016 r.
KP-I.0003.7.2016



sesja
n/1 - -

Pan
Marek Szary
Radny Rady Miejskiej
w Radomiu

W odpowiedzi na Pana interpelację dot. kryteriów zlecenia reklam przez Urząd Miejski i podległe podmioty, złożoną na sesji Rady Miejskiej w Radomiu w dniu 18 kwietnia 2016 r. uprzejmie informuję, co następuje:

Zlecane przez Urząd Miejski usługi dotyczące reklam i akcji promocyjnych w mediach elektronicznych oraz prasie realizowane były po przeprowadzeniu postępowania zgodnego z zapisami Regulaminu udzielenia zamówień publicznych obowiązującym w Urzędzie Miejskim, do których nie stosuje się przepisów ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Dotyczyło to zamówień tego samego rodzaju w skali wydatków całego Urzędu, których wartość nie przekraczała równowartości kwoty 30.000 EURO.

Usługi te realizowane były w większości w lokalnych mediach (radio, telewizja lokalna i internetowa), portalach internetowych i mediach społecznościowych, reklamach zewnętrznych (bilbordy), imprezach masowych, konkursach itp.

Przy wyborze oferenta kierowano się między innymi następującymi kryteriami:

- ceną,
- nakładem,
- statystykami oglądalności,
- zasięgiem,
- dostępnością dla mieszkańców miasta Radomia,
- koniecznością dotarcia do określonej grupy odbiorców,
- doświadczeniem,
- terminem realizacji.

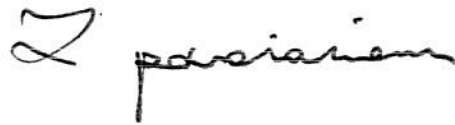
Głównym celem zamieszczania reklam i płatnych ogłoszeń w prasie, radiu, telewizji i w portalach internetowych było m.in.: przeprowadzenie kampanii informacyjno - edukacyjnej, budowanie pozytywnego wizerunku Miasta Radomia, w szczególności promocja projektów realizowanych przez Gminę na rzecz mieszkańców, organizowanych wydarzeń społecznych, kulturalnych i sportowych, a także zaproszenie do udziału w imprezach ogólnomiejskich, oraz przyciąganie inwestorów celem stworzenia nowych miejsc pracy.

Zlecając promocję w mediach zleceniodawca miał także na celu zwiększenie świadomości obywatelskiej, zachęcenie do udziału w konsultacjach społecznych oraz w pracach nad budżetem obywatelskim zarówno na etapie składania wniosków, jak i głosowania.

Wszelkie działania promocyjne podejmowane przez spółki miejskie realizowane były we współpracy z większością mediów dostępnych w naszym mieście. Wybierając media spółki kierowały się ich nakładem, zasięgiem, dostępnością dla mieszkańców Radomia oraz okolic.

Wszelkie umowy czy zlecenia były zawierane w oparciu o wybór najtańszej oferty, zasięg oddziaływania danego podmiotu (w przypadku radia, telewizji) czy liczby wejść na daną stronę (w przypadku reklam internetowych), a także w oparciu o konieczność dotarcia do określonej grupy odbiorców. Działania promocyjne były zlecane mediom, które mają największy regionalny zasięg oraz wszyscy kontrahenci są partnerami sprawdzonymi w zakresie świadczonych usług.

Celem działań promocyjnych było dotarcie do możliwie największej liczby mieszkańców całego miasta Radomia oraz społeczności lokalnej z przekazem związanym z działalnością spółek. Dzięki reklamie spółki budują swój wizerunek oraz pozycję nie tylko na rynku lokalnym. Publikacje umożliwiają dotarcie z informacją do odbiorców branżowych również w kraju.



wz. PREZYDENTA MIASTA



Karol Semik

ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA

Do wiadomości:
Przewodniczący
Rady Miejskiej w Radomiu