



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0003.3932.2018

Kraków, 11 LIP. 2018

Pan
Michał Drewnicki
Radny Miasta Krakowa

W odpowiedzi na Pana interpelację w sprawie działań promocyjnych Miasta, złożoną między sesjami Rady Miasta Krakowa w dniu 25 czerwca 2018 r., uprzejmie informuję.

I. Działalność promocyjna i informacyjna wydziałów UMK.

1. Biuro Prasowe

W ramach realizacji zadania polegającego na wydawaniu dwutygodnika KRAKÓW.PL, w latach 2017/2018 zawarto następujące umowy:

- 2017 r. – łączny koszt zawartych umów – 670.487,20 zł:
 - druk numerów 1-9: nr umowy W/I/129/BI/7/2017,
 - druk numerów 10-12: nr umowy W/I/1863/BI/48/2017,
 - druk numerów 13-21: nr umowy W/2772/BI/72/2017,
 - kolportaż w salonikach: nr umowy W/I/166/BI/10/2017,
 - skład: nr umowy W/I/264/BI/13/2017,
 - korekta: nr umowy W/I/259/BI/12/2017,
 - kolportaż uliczny: 8 umów-zleceń,
 - teksty: nr umów: W/I/383/BI/17/2017, W/I/588/BI/20/2017.
- 2018 r. – łączny koszt zawartych umów – 865 184 zł:
 - druk numerów 1-8: nr umowy W/I/66/BI/8/2018,
 - druk numerów 9-20: nr umowy W/1678/BI/48/2018,
 - kolportaż w salonikach: nr umowy W/I/157/BI/12/2018,
 - skład: nr umowy W/I/17/BI/2/2018,
 - korekta: nr umowy W/I/18/BI/3/2018,
 - kolportaż uliczny: 12 umów-zleceń,
 - teksty: nr umów: W/I/170/BI/16/2018, W/I/14/BI/12/2018.

W latach 2014-2018 Biuro Prasowe wydało 110 779 zł na promocję postów i promocję miejskiego profilu Kraków.PL na Facebooku. Wszystkie transakcje finansowe wykonywali pracownicy Biura.

2. Wydział Promocji i Turystyki

W latach 2016-2017 budżety reklamowe Kraków Experience na działania w serwisach Facebook, Instagram, Twitter wyniosły kolejno :

- 2016 r. – 31 688,79 zł. Budżet reklamowy zaplanowała oraz obsługiwała agencja OX Media wybrana zgodnie z art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. *Prawo zamówień publicznych* (tekst jednolity Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 z późn. zm.) - wartość nie przekracza wyrażonej w złotych równowartości kwoty 30 000 euro netto. Natomiast kwotę 928,79 zł wydatkowano i obsługiwano siłami własnymi.
- 2017 r. - 68 183,37 zł brutto. Budżet reklamowy w wysokości 66 777 zł brutto zaplanowała i obsługiwała agencja Social Frame (agencję wybrano na ww. zasadach). Natomiast kwotę 1 406,37 zł wydatkowano siłami własnymi.
- 2018 r. – 51 414 zł brutto. Budżet reklamowy zaplanowała i obsługuje agencja Social Frame, wybrana zgodnie z ww. zasadami.

Wykonawca kampanii Kraków Experience jest zawsze zobowiązany do zaplanowania i obsługi budżetu reklamowego, po uprzednim zaakceptowaniu go przez Wydział Promocji i Turystyki.

Jednocześnie informuję, że w latach 2015-2017 profil Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa był prowadzony przez Wydział Promocji i Turystyki. W ww. latach zrealizowano wydatki na płatną promocję na portalu Facebook w wysokości:

- 2015 r. – 6 050 zł (budżet reklamowy obsługiwała agencja DSK, wyłoniona na drodze przetargu).
- 2016 r. – 3 650 zł, z czego 3 000 zł stanowił budżet reklamowy obsługiwany przez agencję Niedzielski wyłonioną na drodze przetargu, natomiast 650 zł to środki wydatkowane na reklamę siłami własnymi.
- 2017 r. – 4 555 zł. Budżet reklamowy był zaplanowany i obsługiwany siłami własnymi.

W latach poprzedzających 2015 rok, jak i w 2018 r. Wydział Promocji i Turystyki nie realizował płatnych kampanii dla profilu Budżetu Obywatelskiego. Ponadto w marcu 2016 r. pokryto koszt reklamy miejskiego profilu Krakowa na portalu Facebook w łącznej kwocie 1 983,96 zł.

3. Kancelaria Rady Miasta i Dzielnicy Krakowa

W grudniu 2016 r. wykupiono reklamę (dwa tygodnie), która kosztowała 910,88 zł netto. Celem reklamy było zwiększenie liczby osób obserwujących stronę Rady Miasta Krakowa na Facebooku. Reklama zakupiona została przez pracownika Kancelarii Rady Miasta i Dzielnicy Krakowa.

4. Wydział Rozwoju Miasta

Wydział Rozwoju Miasta nie kupował reklam na portalu Facebook. Jednak w ramach umów zawartych z organizatorami wydarzeń takich jak: Kongres Impact, Krakowski Tydzień Startupów, Kongres Open Eyes Economy Summit jednym ze świadczeń realizowanych przez organizatora wydarzenia była promocja na kanałach społecznościowych, w tym na Facebooku, przed, podczas i po wydarzeniu. Poszczególne świadczenia w tych umowach nie były wyceniane. Znane są tylko łączne kwoty, na jakie zostały zawarte umowy na konkretne wydarzenie.

5. Wydział ds. Jakości Powietrza

Wydział ds. Jakości Powietrza nie realizował działań wskazanych w interpelacji z dnia 25 czerwca 2018 r. dotyczącej wykupywania reklam na portalu Facebook.

Natomiast w uzupełnieniu odpowiedzi z 22 czerwca br. udzielonej na interpelację Pana Radnego uprzejmie informuję, że na działania informacyjne została podpisana 25 stycznia 2018 r. (jeszcze w ramach Wydziału Kształtowania Środowiska) umowa na świadczenie usługi polegającej na przeprowadzeniu w dniach od 25 stycznia do 19 marca 2018 r. działań informacyjnych w zakresie realizacji programu likwidacji niskiej emisji „PONE” w Krakowie wraz ze wzmocnieniem działań kontrolnych prowadzonych przez Straż Miejską w zakresie poboru próbek paliwa stałego oraz kontroli jakości spalania paliwa stałego w ramach kampanii TAK! DLA CZYSTEGO POWIETRZA. Kwota przeznaczona na jej sfinansowanie wynosiła 149 937 zł, a jej realizatorem była firma E-WAY Sp. z o.o.

Wydział ds. Jakości Powietrza, utworzony w wyniku zmian organizacyjnych z dniem 1 lutego br. przejął nadzór nad realizacją tej umowy. Przedmiotem umowy było:

- zapewnienie odpowiedniej ilości informatorów w zakresie realizacji likwidacji niskiej emisji „PONE” w Krakowie niezbędnych do przeprowadzenia badań wśród mieszkańców Krakowa,
- opracowanie merytoryczne, redakcja, skład i druk ankiet - nakład 10 000 sztuk,
- opracowanie merytoryczne, redakcja, skład i druk ulotki informacyjno-promocyjnej dla mieszkańców Krakowa o zasadach udzielania dotacji oraz o dodatkowym wsparciu w ramach Programu Ograniczania Niskiej Emisji. Format: A4 składane do DL, nakład 70 000 sztuk,
- opracowanie merytoryczne, redakcja, skład i druk ulotki edukacyjno-informacyjnej dla mieszkańców Krakowa o zasadach poprawy jakości powietrza. Format: A4 składane do DL, nakład 20 000 sztuk,
- zaprojektowanie, wykonanie i przekazanie do MPK S.A. spotu o tematyce zgodnej z tematem kampanii, przeznaczonych do emisji w BUS TV,
- zaprojektowanie, wykonanie i przekazanie do TelewizjiM spotu o tematyce zgodnej z tematem kampanii, przeznaczonego do TelewizjiM (wykupienie w TelewizjiM czasu emisji),
- zaprojektowanie, przygotowanie oraz publikacja informacji prasowych w 2 gazetach lokalnych o zasięgu regionalnym o średniorocznym nakładzie piątkowego wydania regionalnego, nie mniej niż 25 000 szt. ukazujących się minimum 5 razy w tygodniu, o powierzchni co najmniej ½ strony,
- przeprowadzenie kampanii w stacji radiowej o zasięgu regionalnym,
- druk 3 tablic informacyjnych, opracowanie merytoryczne zgodnie z załącznikiem umowy (wariant B).

II. Działalność promocyjna i informacyjna miejskich jednostek organizacyjnych.

1. Straż Miejska Miasta Krakowa

W 2018 r. Straż Miejska zamieściła dwukrotnie ogłoszenia w trakcie trwających naborów na stanowiska strażnika (aplikanta) na portalu Pracuj.pl. Łączny koszt to 2 396,90 zł brutto. W 2017 r. oraz 2018 r. informacje o naborach do pracy na stanowiska strażnika (aplikanta) zostały zamieszczone poprzez nośnik „Bus TV” (należący do Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego SA w Krakowie). Koszt to 2 200 zł brutto w 2017 r. oraz 2 200 zł brutto w 2018 r.

2. Zarząd Infrastruktury Sportowej

ZIS korzysta z opcji płatnej reklamy na Facebooku od 2015 r. Reklamy nie są kupowane bezpośrednio przez jednostkę, lecz ich zakup jest zlecany firmie zewnętrznej, która w danym roku odpowiedzialna jest za działania promocyjne jednostki w mediach społecznościowych. W przypadku konta ZIS reklamy kierowane są głównie do mieszkańców Krakowa i okolic, mając na celu promocję imprez organizowanych i współorganizowanych przez ZIS. Reklamy kupowane w ramach konta Cracovia Maraton skierowane są do biegaczy z Polski i zagranicy i mają na celu promocję Cracovia Maraton i pozostałych biegów wchodzących w skład Królewskiej Triady Biegowej, w tym również Biegu Trzech Kopców i Cracovia Półmaratonu Królewskiego.

Szczegółowy wykaz umów i kosztów przedstawia poniższa tabela:

Rok	Umowa/zlecenie	Termin obowiązywania umowy/zlecenia	Koszt umowy/zlecenia	Wykonawca	Koszt reklamy na Facebooku	Przedmiot reklamy
2014	Nie dotyczy (brak reklamy na Facebooku)	Nie dotyczy	0	Nie dotyczy	0	Nie dotyczy
2015	Prowadzenie konta reklamowego w serwisie Facebook na potrzeby kampanii reklamowych stron Kraków Royal Sports i Cracovia Maraton (298/ZLEC/ZIS/2015)	2.12 - 21.12.2015 r.	5 000 zł	Farma Projektów	5 000 zł	Reklama wydarzeń organizowanych przez ZIS na dwóch profilach FB: Kraków Royal Sports i Cracovia Maraton
2016	Opracowanie i wdrożenie strategii prowadzenia profilu Cracovia Maraton na Facebooku i Twitterze (105/ZIS/2016).	24.03 - 15.06.2016 r.	32 225 zł	Farma Projektów	8 000 zł	Reklama Cracovia Maraton organizowanego przez ZIS na profilu Cracovia Maraton
2016	Obsługa profilu Zarządu Infrastruktury Sportowej w Krakowie na Facebooku oraz profilu Cracovia Maraton na Facebooku, Twitterze i Instagramie (314/ZIS/2016)	01.07 - 31.12.2016 r.	46 680 zł	Farma Projektów	14 880 zł	Reklama wydarzeń organizowanych przez ZIS na dwóch profilach FB: ZIS (6000) i Cracovia Maraton (6000)
2017	Obsługa profilu Zarządu Infrastruktury Sportowej w Krakowie na Facebooku oraz profilu Cracovia Maraton na Facebooku, Twitterze i Instagramie (1/ZIS/2017).	02.01 - 31.12.2017 r.	96 610 zł	Farma Projektów	24 000 zł	Reklama wydarzeń organizowanych przez ZIS na dwóch profilach FB: ZIS (12000) i Cracovia Maraton (12000)
2018	Obsługa profilu Zarządu Infrastruktury Sportowej w Krakowie na Facebooku oraz profilu Cracovia Maraton na Facebooku, Twitterze, Instagramie i na kanale YouTube (3/ZIS/2018)	03.01 - 31.12.2018 r.	144 636 zł	Agencja 365	30 000 zł	Reklama wydarzeń organizowanych przez ZIS na dwóch profilach FB: ZIS (15000) i Cracovia Maraton (15000)

3. Krakowskie Biuro Festiwalowe

KBF prowadząc działania w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube) nie korzysta ze wsparcia zewnętrznych podmiotów, takich jak agencje reklamowe lub agencje PR. Wydatki na promocję działań prowadzonych przez KBF w portalu społecznościowym Facebook przedstawiają się następująco:

- 2014 r. - 3 238,56 zł,
- 2015 r. - 8 677,28 zł,
- 2016 r. - 15 541,50 zł,
- 2017 r. - 32 516,19 zł,
- 2018 r. (styczeń - czerwiec): 13 710,56 zł.

Obsługa mediów elektronicznych prowadzona jest przez pracowników Departamentu Marketingu KBF posiadających odpowiednie kompetencje oraz wieloletnie doświadczenie.

4. Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu

W dyspozycji kierownika Zespołu Prasowego ZIKiT pozostaje służbowa karta płatnicza o miesięcznym limicie 500 zł. W ramach tej kwoty dokonuje się zakupów reklam - komunikatów, które w ocenie ww. zespołu powinny trafić do możliwie szerokiego grona mieszkańców. Ponadto w ramach umowy na *Opracowanie i wdrożenia strategii content marketingowej dla zadań statutowych ZIKiT*, wykonawca zobowiązany jest do uzyskania zasięgu realizowanego przez płatne działania na poziomie 25 tys. osób co miesiąc. Koszty tych działań są ujęte w zadaniu głównym i nie były wydzielane.



z up. PREZYDENTA MIASTA
Tadeusz Trzmiel
Z-ca Prezydenta Miasta Krakowa

Otrzymują:

1. Adresat
2. Biuro Prasowe
3. Biuletyn Informacji Publicznej
4. aa