



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0003.1170.2012

06.05.2012

Kraków,

**Pani
Małgorzata Jantos
Radna Miasta Krakowa**

Szanowna Pani Małgorzato,

W odpowiedzi na Pani interpelację w sprawie efektywności działań promocyjnych, zgłoszoną na sesji Rady Miasta Krakowa w dniu 16 maja 2012 r., uprzejmie informuję:

Środki finansowe, pozostające w dyspozycji Wydziału Informacji, Turystyki i Promocji Miasta UMK na rok 2012, zostały zmniejszone o 600 tys. zł, poprawkami Radnych Miasta Krakowa. Ze względu na ograniczone środki finansowe nie jest możliwe zrealizowanie badań efektywności działań promocyjnych podejmowanych w poszczególnych segmentach działalności promocyjnej. W planach finansowych Referatu Marketingu Turystycznego na 2011 r. uwzględniono kwotę 20 tys. zł na badania efektywności działań, ale w wyniku cięć budżetowych zrezygnowano z ich przeprowadzenia. Analizy prowadzone są jednak w oparciu o siły własne Wydziału Informacji, Turystyki i Promocji Miasta oraz dane przygotowane przez Małopolską Organizacją Turystyczną.

Efektywność działań Wydziału Informacji, Turystyki i Promocji Miasta w zakresie promocji turystycznej oceniana jest w oparciu o liczbę i wartość tekstów prasowych/materiałów telewizyjnych, które ukazały się w mediach jako efekt wizyt studyjnych dziennikarzy danego medium w Krakowie. Co roku przyjmowane jest kilkadziesiąt ekip dziennikarzy (2009 – 50, 2010 – 54). W 2011 roku gościło 57 ekip dziennikarzy zagranicznych. W grudniu 2011 r. Wydział był w posiadaniu informacji na temat 9 publikacji (będących efektem wizyt studyjnych), których wartość (liczona wg cennika reklam) wynosiła 1 902 523 euro.

Ważnym wskaźnikiem efektywności działań promocyjnych są również statystyki dotyczące ruchu turystycznego w Krakowie – na zlecenie Wydziału Informacji, Turystyki i Promocji Miasta dane na temat liczby gości odwiedzających Kraków zbiera Małopolska Organizacja Turystyczna. Zgodnie z ww. danymi w 2009 r. Kraków odwiedziło 7 mln 300 tys. gości, w 2010 r. 8 mln 150 tys., a w 2011 r. 8 mln 600 tys., a zatem istnieje tendencja wzrostowa.

Statystyki te są również miernikiem efektywności dla obecności Krakowa na targach turystycznych – jeden ze wskaźników badania ruchu turystycznego uwzględnia odsetek

turystów, którzy o naszym mieście dowiedzieli się właśnie podczas targów. W 2011 r. Kraków był promowany podczas 28 targów i prezentacji turystycznych, a stoisko naszego miasta odwiedziło ponad 250 tys. osób.

z up. PREZYDENTA MIASTA

Anna Okońska-Walkowicz
Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa

Otrzymują:

1. Adresat
2. Wydziału Informacji, Turystyki i Promocji Miasta
3. Wydział Strategii i Rozwoju Miasta
4. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
5. Biuletyn Informacji Publicznej
6. Aa