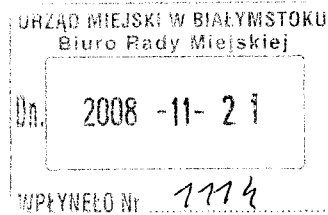


PM.VII.0014-92/08



**Pan Rafał Rudnicki
Radny Rady Miejskiej Białegostoku**

W odpowiedzi na Pana interpelację z dnia 27 października br., zgłoszoną podczas XXIII sesji Rady Miejskiej Białegostoku informuję, iż:

Koszt przygotowania oraz realizacji kampanii promocyjnej Białegostoku skierowanej do mieszkańców miasta to 304 743,80 zł brutto. Kwota ta obejmuje opracowanie koncepcji linii kreatywnej, projekty materiałów reklamowych (billboardów, citylightów, reklam w autobusach, prasie oraz Internecie), realizację spotów telewizyjnych oraz spotów radiowych. Ponadto w ramach łącznej kwoty zadeklarowanej w przetargu firma zorganizowała osiem wydarzeń specjalnych, a także działania z zakresu public relations, w tym wysyłkę direct mailing.

Zakup mediów do kampanii leżał po stronie Zamawiającego, czyli Urzędu Miejskiego w Białymstoku. Na ten cel wydano dodatkową sumę – 219 721,97 zł brutto, w skład której wchodzi:

- 1) zakup czasu antenowego w następujących mediach:
 - TV Białystok: 3 904,00 zł,
 - TVP Białystok: 24 339,00 zł + 13 176,00 zł,
 - Radio Białystok: 7 303, 90 zł,
 - Radio Eska: 8 886,48 zł,
 - Radio Żółte Przeboje: 5 904, 68 zł,
- 2) reklama w prasie:
 - Kurier Poranny/Teraz Białystok: 61 000,00 zł,
 - Gazeta Wyborcza: 15 909,53 zł,
- 3) wynajęcie ramek w autobusach:
 - KPK: 1 024, 80 zł,
 - KPKM (dodatkowo wynajęcie 1 billboardu): 1 999,00 zł,
- 4) reklama w Internecie:
 - Onet.pl: 16 104,00 zł,
 - Bstok.pl: 2 308,00 zł,
 - Białystokonline.pl: 2 488,80zł,
- 5) wynajęcie nośników reklamowych:
 - Ströer: 15 372,00 zł,
 - AMS (wynajęcie + druk plakatów): 19 061, 16 zł,
 - MM Studio: 1 964, 20 zł + 5 734,00 zł,
 - P.D. Invest: 6 793,50 zł,
- 6) druk billboardów i citylightów: 6 448, 92 zł.

Jednocześnie informuję, że kampania promocyjna skierowana do mieszkańców była w całości finansowana z budżetu gminy Białystok.

Z-ca DYREKTORA
Departamentu Prezydenta Miasta

Waldemar Pawłowski

PREZYDENT MIASTA

dr hab. Tadeusz Truskoluski