



# Prezydent Miasta Lublin

Pl. Władysława Łokietka 1, 20-109 Lublin, tel.: +48 81 466 2000, +48 81 466 2002  
fax: +48 81 466 2001, e-mail: prezydent@lublin.eu

KP.PP.I.0114\*/09

Lublin, 3 marca 2009 r.

**Pan**

**Michał Widomski**

**Radny Rady Miasta Lublin**

*za pośrednictwem*

**Pana**

**Piotra Drehera**

**Przewodniczącego Rady Miasta Lublin**

Urząd Miasta Lublin  
Biuro Obsługi Mieszkańców I  
WPK/NE/O

Dnia 2009-03-03

L. Dz. .... zał. kopiel.

Szanowny Panie Radny,

W odpowiedzi na Pana interpelację z dnia 6 lutego informuję, że plan wydatków na działania związane z marketingiem Lublina na rok bieżący przedstawiają się następująco:

**1.Ogólnopolska kampania promocyjna realizowana w największych miastach Polski 1 000 000 zł**

Koszty związane z realizacją kampanii reklamowej, mającej na celu prezentację Miasta i zaproszenie do korzystania z jego produktów turystycznych (przygotowanie wyboru kanałów komunikacji, kreację, produkcję oraz dystrybucję komunikacji w wybranych kanałach).

**2.Kampania promocyjna Studiuj w Lublinie 150 000 zł**

Projekt obejmie utworzenie platformy komunikacji dla studentów i osób rozważających podjęcie studiów w Lublinie oraz wsparcie uczelni w promocji oferty dydaktycznej.

**3.Drukowane materiały promocyjne oraz ich dystrybucja 250 000 zł**

Dystrybucja materiałów informacyjnych na specjalnie wyprodukowanych w tym celu regałach w hotelach, restauracjach, ośrodkach kultury oraz punktach informacji turystycznej (projekt obejmuje produkcję regałów ekspozycyjnych i wydawnictw informacyjnych, utrzymanie regałów oraz zapewnienie regularnej dystrybucji wydawnictw w miejscach ekspozowania regałów)

**4. Przygotowanie i produkcja gadżetów promocyjnych 250 000 zł**

**5. Promocja miasta poprzez produkcje filmowe 300 000 zł**

**6. Działania Public Relations mające na celu komunikację zewnętrzną Lublina w mediach (prasa, radio, telewizja) 150 000 zł**

**7. Badania marketingowe 70 000 zł**

**9. Dni Kultury Studenckiej – koncert inauguracyjny 250 000 zł**

Po ogromnym sukcesie Dni Kultury Studenckiej 2007 i 2008, kiedy to doszło do wspólnego świętowania lubelskich żaków, w roku 2009 planowane jest powtórzenie tego przedsięwzięcia. Organizacja wspólnego korowodu wszystkich lubelskich uczelni oraz wielkiego koncertu zagranicznej gwiazdy na Placu Zamkowym pod patronatem Prezydenta, będą punktem kulminacyjnym cyklu imprez. Impreza ta ma na celu wzmocnienie poczucia przynależności ludzi młodych (głównie studentów) do Lublina.

**10. Obchody 440 rocznicy zawarcia Unii Lubelskiej 500 000 zł**

Ramowy program obchodów obejmuje szereg wydarzeń, które skupią się wokół trzech najważniejszych uroczystości: rocznica akcesji (maj), rocznica Unii Lubelskiej (lipiec), 10 rocznica partnerstwa Lublin – Poniewież (wrzesień).

**11. Planeta Lublin 30 000 zł**

Corocznie realizowana w Lublinie impreza, która podobnie jak w 2008 roku uzyska charakter społeczny, a jej celem będzie związanie mieszkańców z ich miastem oraz wzrost poczucia dumy z przynależności do społeczności Lublina.

**12. Promocja miasta w ramach wydarzeń kulturalnych i sportowych 650 000 zł**

Promocja miasta w ramach organizacji kluczowych dla wizerunku miasta imprez i wydarzeń o charakterze kulturalnym i sportowym, wzbogacających ofertę turystyczno – kulturalną miasta, przyczyniających się do umacniania pozytywnego wizerunku miasta, zarówno wśród mieszkańców Lublina jak i poza jego granicami. Podczas wymienionych wydarzeń eksponowane będą materiały promocyjne i nośniki reklamowe oparte o system identyfikacji wizualnej miasta.

**13. Festiwal Bożego Narodzenia 170 000 zł**

To przedsięwzięcie, które ma już swoją tradycję i na stałe wpisało się w

święteczny klimat Lublina. Szopka bożonarodzeniowa jest tłumnie odwiedzana zarówno przez lublinian jak i naszych gości, to także miejsce prezentacji kulturalnych.

#### **15. Sylwester 2009/2010 180 000 zł**

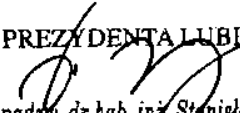
Tradycyjna impreza sylwestrowa na Pl. Litewskim. Jej stałe elementy to: koncert, pokazy fire show, iluminacja baobabu, pokaz sztucznych ogni.

W przypadku zatrudnienia agencji public relations, zajmie się ona:

Obsługą z zakresu Public Relations wdrażania strategii Marki Lublin. Prowadzeniem relacji z mediami, pozycjonowaniem informacji o marce Lublin, monitoringiem mediów, doradztwem w zakresie strategii komunikacji, wsparciem i oprawą medialną wydarzeń mających na celu wsparcie wdrażania Marki Lublin. Współpraca z agencją public relations ma wpłynąć na tworzenie wizerunku Lublina, zgodnego ze strategią marki miasta oraz wzrost rozpoznawalności miasta zwłaszcza w zasięgu ogólnopolskim. Agencja powinna wspomagać „biuro marketingu” w prowadzeniu działań z zakresu PR marki, zgodnie z trendami panującymi obecnie na rynku mediów.

Zadania rzecznika prasowego określone są w regulaminie Urzędu Miasta i obejmują one: prezentowanie dziennikarzom stanowiska Prezydenta Miasta, przekazywanie opinii i komentarzy do podejmowanych przez niego rozstrzygnięć; opracowywanie publikacji przedstawiających stanowisko Prezydenta Miasta w toczących się dyskusjach prasowych; koordynacja debat publicznych Prezydenta; organizacja konferencji prasowych; autoryzowanie z upoważnienia Prezydenta udzielonych przez niego wywiadów; współpraca z dyrektorem Kancelarii Prezydenta w zakresie spójnej polityki i komunikacji społecznej Urzędu i Prezydenta Miasta; współpraca z Wydziałem Bezpieczeństwa Mieszkańców i Zarządzania Kryzysowego w zakresie zadań obronności wynikających z planu operacyjnego funkcjonowania Miasta.

w z. PREZYDENTA LUBLINA

  
prof. nadzw. dr hab. inż. Stanisław Fic  
Zastępca Prezydenta