



LUBLIN 2017
700 LAT
MIASTA

Zastępca Prezydenta Miasta Lublin



Departament Inwestycji i Rozwoju

Plac Króla Władysława Łokietka 1, 20-109 Lublin, tel.: +48 81 466 2010, fax: +48 81 466 2011
e-mail: zastepcy.prezydenta@lublin.eu, ePUAP: /UMLublin/SkrytkaESP, www.um.lublin.eu



ISO 9001:2008
FS 583555

OR-ZU-II.0003.1.223.2017

Lublin, dnia 20 października 2017 r.

Pan

Tomasz Pitucha

Radny Rady Miasta Lublin

za pośrednictwem

Pana

Piotra Kowalczyka

Przewodniczącego Rady Miasta Lublin

Dotyczy sprawy: BRM-II.0003.1.223.2017

Szanowny Panie Radny,

Odpowiadając na Pana interpelację z dnia 10 października 2017 r. w sprawie kampanii outdoorowej Lubelskiego Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej S.A., uprzejmie informuję, co następuje.

Spółka Lubelskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej S.A. poinformowała, iż Kampania "Ciepło wraca" to typowa kampania informacyjna skierowana do mieszkańców Lublina. Jej zasadnicze cele to: uświadomienie Lublinian, że oni również mają wpływ na termin rozpoczęcia ogrzewania w swoich mieszkaniach, promowanie racjonalnego gospodarowania ciepłem oraz rozpowszechnianie zasad rozpoczęcia i zakończenia sezonu grzewczego.

Celem przedmiotowej kampanii nie jest promowanie przyłączania do sieci ciepłowniczej. Ten cel realizowany jest innymi kanałami promocyjnymi i z użyciem innych narzędzi marketingowych. O ich skuteczności świadczy liczba nowych odbiorców i wielkość mocy ciepłej przyłączanej w ostatnich latach do miejskiej sieci ciepłowniczej. Tylko przez ostatnie 5 lat Spółka przyłączyła do sieci obiekty o łącznym zapotrzebowaniu na ciepło ok. 98,5 MW, co stanowi 16% całego rynku ciepła systemowego w Lublinie.

Działania związane z kampanią "Ciepło wraca" zostały podjęte w oparciu o doświadczenie Spółki w kontaktach z administratorami, zarządcami i mieszkańcami Lublina, którzy z nadejściem jesieni i faktem bliskiego rozpoczęcia ogrzewania



mieszkań szukają informacji w zakresie sezonu grzewczego i oszczędzania ciepła. Dodatkowo z badań marketingowych przeprowadzonych przez Spółkę oraz monitoringu forów internetowych wynika, że wśród mieszkańców Lublina nadal funkcjonuje opinia, że nie mają wpływu na to, kiedy rozpoczyna się ogrzewanie ich mieszkań, że decydują za nich określone względy pogodowe lub decyzje administracyjne.

Działania Spółki wygenerowały m.in. większy ruch na stronie internetowej LPEC zawierającej kompendium wiedzy ma temat zasad rozpoczęcia i zakończenia sezonu grzewczego oraz racjonalnego gospodarowania ciepłem (m.in. wzrost liczby sesji o 79%, wzrost liczby unikalnych użytkowników o 128%, wzrost liczby odsłon 63%), znacznie zwiększyły zainteresowanie dystrybucją materiałów informacyjnych opisujących zasady racjonalnego gospodarowania ciepłem, zintensyfikowały bezpośrednie kontakty w tym zakresie z firmą. Poprzez takie działania LPEC staje się nie tylko dostawcą i sprzedawcą ciepła, ale także partnerem i doradcą dla swoich klientów i użytkowników ciepła systemowego. Tak właśnie Spółka rozumie swoją misję wobec mieszkańców Lublina.

Odpowiadając na pytania zawarte w interpelacji dotyczące kampanii "Ciepło wraca", Spółka przedstawiła poniższe informacje:

1. Łączny koszt kampanii prowadzonej na nośnikach typu billboard oraz citylight wyniósł 6376,00 zł netto. Brzegowe daty kampanii to: 01.09.2017 r. - 15.10.2017 r.
2. Kampania przeprowadzona była na siedmiu nośnikach typu billboard oraz na jednym nośniku typu citylight.

Lokalizacja billboardów:

1. al. Solidarności/ul. Północna 46
2. ul. Turystyczna – E.Leclerc wjazd od ul. Turystycznej
3. ul. Kompozytorów Polskich/ ul. Nowowiejskiego 1L
4. al. Jana Pawła II – stacja paliw Lukoil
5. ul. Filaretów/ ul. Zana
6. ul. Wrotkowska przy skrzyżowaniu z ul. Diamentową
7. al. Jana Pawła II – obok sklepu Lidl

Lokalizacja citylight: ul. Szeligowskiego – Auchan

Lokalizacje poszczególnych nośników zostały przemyślane, wybrane i wynegocjowane z wykonawcami tak, aby dotrzeć do mieszkańców poszczególnych



dzielnicy Lublina (Czuby, Rury, Czechów, Wieniawa, Kalinowszczyzna, Tatary, Wrotków, Dziesiąta, Węglin).

3. Kampania "Ciepło wraca" była koordynowana przez pracowników Spółki. Nie było wykonawcy zewnętrznego, który odpowiadałby za całość działań.

4. Billboardy zostały wykupione w firmach:

1. "Maik" Agencja Reklamowa Janusz Babicz, Barbara Tynecka-Babicz Spółka Jawna, 20-484 Lublin, ul. Inżynierska 8 "P" zakres usług: wydruk i montaż trzech billboardów i jednego citylight

2. Premium Outdoor Sp. z o. o., 20-447 Lublin, ul. Diamentowa 4 lok. 111 zakres usług: wydruk i montaż czterech billboardów.

Wybór wykonawców został poprzedzony badaniem rynku. W negocjacjach z wykonawcami priorytetem była lokalizacja nośników i ceny.

Zastępca Prezydenta

/-/ Artur Szymczyk