



Konin, 25 listopada 2024 r.

BP.0003.28.2024

Pan Piotr Czerniejewski
Radny Miasta Konina

Szanowny Panie Radny,

w odpowiedzi na interpelację Pana Radnego z dnia 18.11.2024 r. w sprawie wydatkowania środków miasta i spółek miejskich na cele promocji i reklamy informuję:

Ad 1.

Miasto Konin nie rozważa zatrudniania agencji reklamowej do badania rynku reklamowego ze względu na pilniejsze wydatki. Należy wziąć pod uwagę fakt, że zlecenia, o których napisał Pan Radny, pochodzą nie tylko od samorządu, ale też w większości od spółek realizujących własną politykę informacyjno-promocyjną, więc nie ma możliwości przygotowania jednego planu zleceń na cały rok. Poza tym należy rozróżnić materiały publikowane w mediach przez komercyjne podmioty, nastawione na sprzedaż usług czy towarów, od tych zleczanych przez samorząd. Rolą tych drugich jest bowiem dotarcie do jak najszerszej grupy mieszkańców korzystających z różnych kanałów informacji, w tym z tradycyjnych drukowanych źródeł.

Wydatkując pieniądze na publikacje w mediach, Miasto Konin porusza się w granicach zaprojektowanego na ten cel budżetu, który jednak w przypadku programów oszczędnościowych jest „obcinany” jako pierwszy. Dodatkowe koszty związane z zatrudnieniem zewnętrznej agencji nie byłyby zatem działaniem w interesie miasta, a nadto skutkowałyby zobowiązaniami, z których nie można byłoby – tak jak do tej pory – w razie potrzeby zrezygnować.

Ad 2.

Spółki miejskie, jak wspomniano wyżej, same prowadzą politykę informacyjno-promocyjną i w ich imieniu wypowiadają się prezesi zarządów (poniżej informacje ze spółek).

W przypadku Miasta Konina decydowała różnorodność i dywersyfikacja dostępnych kanałów informacyjnych w celu dotarcia z przekazem do szerokiej i różnorodnej grupy odbiorców, w tym czytelników tradycyjnej drukowanej gazety o charakterze lokalnym,

którą w Koninie mamy jedną. Promocja projektów finansowanych z funduszy zewnętrznych realizowanych przez różne wydziały Urzędu Miejskiego to osobna kwestia poprzedzona przeprowadzeniem rozeznania cenowego.

Ad 3.

Nie docierają do nas informacje o braku czytelności naszych przekazów. Grafiki są przygotowywane zgodnie z zaleceniami wynikającymi z identyfikacji wizualnej, z zastosowaniem ustandaryzowanej typografii.

Informacje ze spółek.

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Koninie.

„Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. zlecając działania promocyjne realizuje obowiązek informacyjny oraz kieruje się społeczną odpowiedzialnością biznesu, starając się jednocześnie nie wzbudzać niepotrzebnego niepokoju u klientów Spółki. W roku 2023 Spółka przeznaczyła na płatną informację prasową i promocję w mediach elektronicznych łącznie 14.679,93 zł.

Działalność podstawowa w postaci dostawy wody i odbioru ścieków oraz zarządzanie infrastrukturą krytyczną nakłada na Przedsiębiorstwo obowiązek informacyjny wobec mieszkańców. Z kolei w wyniku działań promocyjnych Spółka ma możliwość reklamy działalności pomocniczej, m.in. odbioru nieczystości z przydomowych oczyszczalni, usług wulkanizacyjnych czy usług świadczonych przez Laboratorium Badań Środowiskowych.

Dobór mediów oparty jest o kryterium ceny oraz możliwości dotarcia do Klientów w Koninie i okolicach z różnych grup wiekowych – stąd zlecenia zarówno w portalach internetowych, jak i prasie tradycyjnej.

Ponieważ Spółce przyświeca idea bycia *firmą przyjazną mieszkańcom i środowisku* – staramy się promować pozytywny i kulturalny język komunikacji. Cienimy więc współpracę z podmiotami, które prowadzą dialog w atmosferze wzajemnego szacunku”.

Miejskie Towarzystwo Budownictwa Społecznego Spółka z o.o. w Koninie.

„Spółka w roku 2023 nie zlecała zorganizowanych kampanii reklamowych, jedynie prowadziła doraźne relacje z bieżącej działalności i jej efektów w celach informacyjnych. Zorganizowanie płatnej kampanii reklamowej bez wątplenia zwiększyłoby ostateczną jej cenę, w związku z tym Spółka nie dysponuje badaniami ankietowymi, wskaźnikami ich efektywności. Z racji tego, że Spółka działa na terenie Gminy Konin zasięg prowadzonych przez nią działań informacyjnych jest lokalny, a potencjalnymi grupami docelowymi są przyszli najemcy.

Spółka przy wyborze mediów kierowała się ceną, dotychczasową współpracą z przedstawicielami konińskich mediów oraz ich wizerunkiem na rynku.”

Miejski Zakład Gospodarki Odpadami Komunalnymi Sp. z o.o.

„Miejski Zakład Gospodarki Odpadami Komunalnymi sp z o.o. realizuje usługi publiczne dedykowane 36 samorządom subregionu konińskiego, polegające na zagospodarowaniu odpadów komunalnych wyszczególnionych w Pozwoleniu Zintegrowanym na posiadanych instalacjach. Gminy, udziałowcy spółki dostarczają nam strumień odpadów na podstawie postanowień wynikających z umowy Spółki, a w związku z tym nie poszukujemy partnerów zewnętrznych. Mając stałych partnerów, w ramach obowiązków statutowych spółka na bieżąco informuje ich o swojej działalności. Nie widzimy więc potrzeby promowania i reklamowania swojej działalności w celu pozyskania klientów, a w związku z tym nie realizujemy zorganizowanych, płatnych kampanii reklamowych wymagających potwierdzenia analizą zasięgów. Nie planujemy i nie prowadzimy więc badań ankietowych i wskaźnikowych właściwych dla tego typu przedsięwzięć.

Jesteśmy producentem ulepszacza gleby Magno Hortis, powstającego w procesie kompostowania bioodpadów oraz sadzonek traw ozdobnych uprawianych na terenie naszego zakładu. Są to jedyne nasze produkty oferowane na rynku, których odbiorcami są przedsiębiorcy i mieszkańcy subregionu.

Jedynym działaniem wychodzącym poza zakres zagospodarowania odpadów jest edukacja ekologiczna mieszkańców, która wprawdzie jest zadaniem własnym gmin, to jednak od wielu lat wspieramy je w tym zakresie, ze szczególnym uwzględnieniem zasad selektywnej zbiórki odpadów.

W ramach edukacji ekologicznej społeczeństwa prezentujemy nasz zakład na konferencjach, seminariach, wizytach studyjnych, konkursach. Podstawowym źródłem wiedzy o naszej firmie jest prowadzona przez nas strona internetowa www.mzgok.konin.pl, gdzie znajdują się wszystkie informacje o instalacjach, stosowanych technologiach, parametry emisyjne, prezentacje konferencyjne, wydawnictwa, czasopisma, filmy i wydarzenia. Mieszkańcy mogą zapoznać się zasadami selektywnej zbiórki odpadów, dołączyć do strony wysyłającej SMS o terminie odbioru odpadów w danej gminie lub rejonie. Dbamy o wizerunek firmy uczestnicząc w wydarzeniach organizowanych przez różne podmioty, które promują prawidłową gospodarkę odpadami. Od 2022 roku samodzielnie prowadzimy własny fanpage MZGOK Sp. z o.o. w Koninie, gdzie publikujemy niektóre materiały i relacje. Przykładowo w 2023 roku na FB umieszczono 79 postów, zasięg - 19 401 osób, 893 osoby obserwujące (48,1% kobiet; 51,9% mężczyzn). Okazjonalnie korzystamy również z możliwości

rozpowszechniania i publikowania niektórych treści na innych portalach: zapatrzeniwnkonin.pl, gloskoninski.pl, przegladkoninski.pl.

Dużym przedsięwzięciem o charakterze edukacyjnym jest wydawane od 2019 roku, 8-stronicowe czasopismo Eko-Gmina, którego każdy numer trafia do 20 000 gospodarstw domowych w naszym subregionie. Dostępne jest również na FB i naszej stronie <https://www.mzgok.konin.pl/czasopisma>. Czasopismo jest w 90% finansowane przez Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Poznaniu, w ramach projektu „Świat czysty jest piękniejszy...” Wykonawca projektu – Wydawnictwo Przegląd Koniński zostało wyłonione w drodze postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. Sprawozdanie z realizacji projektu przedstawione po jego zakończeniu w WFOŚiGW obejmuje również informację o osiągniętych efektach ekologicznych.

W Przeglądzie Konińskim publikujemy co kwartał materiały edukacyjne w ramach dodatku Wielkopolska Wschodnia, a doraźnie według potrzeb relacje bieżące z naszej pracy i jej efektów. <https://www.mzgok.konin.pl/artykuly-prasowe>

Dla dokumentowania prac remontowo-modernizacyjnych współpracujemy z Agencją Informacyjną KNTV24. Od 2015 roku agencja gromadzi wiele materiałów dokumentalnych z budowy, bieżącej eksploatacji i remontów instalacji, wykazując się znajomością zakładu i stosowanych technologii zagospodarowania odpadów. Profesjonalne podejście, znajomość tematyki oraz dyspozycyjność są podstawowym kryterium współpracy. Materiały informacyjne wyprodukowane przez agencję są nieodpłatnie emitowane na portalu KNTV24 i portalach wspomagających. Można je również oglądać na naszej stronie internetowej:

<https://www.mzgok.konin.pl/prezentacje>."

Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej i Mieszkaniowej Sp. z o.o.

„Spółka przy wyborze zleceniobiorcy bazowała na potrzebie dotarcia do różnorodnych grup docelowych, opiniach mieszkańców/klientów, oraz dotychczasowej współpracy z przedstawicielami mediów/agencji reklamowych.”

Miejskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o.o.

„Zlecenia MPEC w zakresie promocji i reklamy:

- wypełniały obowiązki informacyjne spółki w zakresie promocji projektów dofinansowanych ze środków UE oraz środków krajowych (WFOŚiGW w Poznaniu) na podstawie zawartych umów,
- były elementem ogólnopolskiej kampanii „20 stopni” organizowanej przez Izbę Gospodarczą Ciepłownictwo Polskie,
- informowały odbiorców o planowanych przerwach w dostawie ciepła,

- propagowały treści związane z optymalizacją zużycia ciepła, zaletami ciepła systemowego oraz edukacją ekologiczną.

Zlecenia miały zasięg regionalny, spółka nie badała szczegółowych ich statystyk i zasięgu. Spółka przy wyborze zleceniobiorcy bazowała na ocenie swoich klientów, odbiorców ciepła systemowego oraz dotychczasowej współpracy z przedstawicielami konińskich mediów.

Kryteria wyboru opierały się na dotychczasowych relacjach ze zleceniobiorcą, uwzględniając jednocześnie oferowane warunki cenowe i możliwe do uzyskania efekty."

Miejski Zakład Komunikacji w Koninie Sp. z o.o.

„Kryteria wyboru mediów bazowały na dotychczasowych relacjach i współpracy oraz zaoferowanych na początku roku dedykowanych warunkach cenowych."

Przedsiębiorstwo Komunikacji Samochodowej w Koninie S.A.

„Efektywność kampanii reklamowych realizowanych poza granicami Polski znajduje potwierdzenie w zainteresowaniu klientów, którzy korzystają z naszych usług szkoleniowych.

Zakupiona reklama w lokalnych mediach pełni funkcję informacyjną, spełniając potrzeby przedsiębiorstwa. W związku z tym dalsze wydatkowanie środków na analizę zasięgów uznajemy za nieuzasadnione."

Przedsiębiorstwo Turystyczno - Handlowo - Usługowe "KONIN" Sp. z o.o.

„PTHU wydatkowało środki na reklamę za ustawienie tablic stałych, billboardów usytuowanych na działkach Miasta Konina."

Z poważaniem

Piotr Korytkowski

Prezydent Miasta Konina

/dokument podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Do wiadomości:

1. Przewodniczący Rady Miasta Konina