



Prezydent
Miasta
Kołobrzeg

78-100 Kołobrzeg
ul. Ratuszowa 13
tel.: 94 35 51 510
fax: 94 35 23 769
e-mail: prezydent@post.pl
www.kolobrzeg.pl

MF do BIP
30.10.15

Kołobrzeg, dnia 30 października 2015 r.

BRM.0003.163.2015.II

R.0003.3.2015.II

**Pani
Danuta Wilk
Radna Rady Miasta Kołobrzeg**

Dotyczy: interpelacji z dnia 20.10.2015 r. w sprawie reklamy miasta Kołobrzeg w serialu pn. „Na dobre i na złe”.

Uprzejmie informuję, że miasto Kołobrzeg podpisało umowę na realizację trzech serialowych tytułów TVP2 tj.: „Barwy Szczęścia”, „Na dobre i na złe” oraz „Rodzinka.pl”. Zamieszczony wątek związany z Kołobrzegiem, prezentowany był zarówno słownie jak i w materiale zdjęciowym.

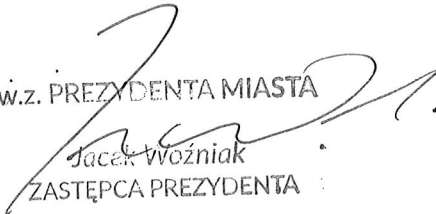
City placement, który stosujemy, należy pojmować jako działalność promocyjną polegającą na umieszczeniu danego miejsca w filmie, serialu, programie telewizyjnym. Pojawienie się hotelu, czy też innego obiektu z danego miasta jest więc naturalnym następstwem i wiąże się z udziałem finansowym hotelu/obiektu w przedsięwzięciu.

W tym konkretnym wypadku, fabuła serialu pn. „Na dobre i na złe” została przygotowana tak, by móc zaprezentować m.in. ofertę konferencyjną. Kołobrzeg zaznaczył swoją obecność w dwóch odcinkach tego serialu. W pierwszym widoczne było kołobrzесьkie molo, plaża i teren przy latarni morskiej. W drugim nasza baza hotelowa na przykładzie konkretnego obiektu.


Jeśli chodzi o informację pojawiająca się przed emisją te kwestie reguluje Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (Dz. U. z 2000 r. Nr 65, poz. 785). Zgodnie z polskim prawem billboard sponsorski nie może trwać dłużej niż 8 sek. Jest ważnym elementem współpracy z TV. Poprzedza i zamyka serial, program, film z którym związany jest udział finansowy zamawiającego, w tym przypadku miasta Kołobrzeg.

Rosnąca konkurencja między jednostkami terytorialnymi oraz wzrastający w mediach chaos informacyjny wymuszają konieczność zdywersyfikowania wykorzystywanych narzędzi

w promocji. Ważne byłoby wykorzystali promocyjny potencjał city placement, który wynika w głównej mierze z dużej wiarygodności tej formy przekazu.

W.Z. PREZYDENTA MIASTA

Jacek Woźniak
ZASTĘPCA PREZYDENTA


2015 -11- 02

KIEROWNIK
Biura Prezydenta

Michał Kujaczyński

Dokument nie zawiera treści niegodnych z interp o ochronie danych osobowych.

"Dokument nie zawiera treści, których nieuprawnione ujawnienie może mieć szkodliwy wpływ na wykonywanie zadań przez Urząd Miasta Kołobrzeg lub jego jednostki organizacyjne".

PEŁNOMOCNIK
d/s OCHRONY INFORMACJI NIEJAWNYCH


Marek Piłbort

3. 11. 15.

SEKRETARZ MIASTA

Ewa Pelechata