



WICEPREZYDENT MIASTA ŁÓDZI

Łódź, dn *06* października 2008 r.

PRP.I.0716-7/ZL/138/3936/08

~~Pan
Bartosz Domaszewicz
Radny Rady Miejskiej w Łodzi~~

Stanisław Paweł Rosiak

Odpuwładając na interpelację Pana Radnego z dnia 23 września 2008 r. dot. kampanii promocyjno - informacyjnej programu „Młodzi w Łodzi” uprzejmie informuję co następuje.

Podmiotem opracowującym i realizującym program „Młodzi w Łodzi” oraz wspomnianą kampanię jest Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy Urzędu Miasta Łodzi. Zespół pracujący przy programie oraz kampanii opracował koncepcję programu, wprowadził go w życie a także, zlecając poszczególne zadania firmom zewnętrznym wybranym zgodnie z art. 4, pkt. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych przeprowadził obydwie dotychczasowe odsłony kampanii. W załączeniu przesyłam szczegółowy harmonogram działań podjętych w celu realizacji programu oraz zestawienie wydatków poniesionych dotychczas w celu realizacji programu Młodzi w Łodzi. Jeżeli natomiast chodzi o narzędzia jakie zostaną użyte do ewaluacji efektów przeprowadzonych działań wizerunkowych to jesteśmy obecnie w trakcie opracowywania szczegółów badania ankietowego, mającego na celu wykazanie zmiany postrzegania Miasta w grupach, na których w ubiegłym roku przeprowadzono badania, na podstawie których w ramach programu Młodzi w Łodzi podjęto takie a nie inne działania. Kolejnym wskaźnikiem, który pośrednio wykaże skuteczność podjętych działań będzie odniesiony do ubiegłorocznego raport z naboru studentów na łódzkie uczelnie wyższe.

z wyrazami szacunku

Wiceprezydent Miasta Łodzi

Halina Rosiak
Halina ROSIAK

Do wiadomości:

1. Pan Tomasz Kacprzak – Przewodniczący Rady Miejskiej w Łodzi
2. Pani Katarzyna Korowczyk – Dyrektor Wydziału Organizacji i Kadr UMi

KOSZTY REALIZACJI PROGRAMU MŁODZI W ŁODZI LATA 2007-2008

DZIAŁANIA PRZYGOTOWAWCZE PROGRAMU "MŁODZI W ŁODZI"	
Badanie ankietowe "Kierunki i powody migracji studentów łódzkich uczelni", badanie ankietowe "Motywy wyboru Miasta", opracowanie strategii komunikacji marketingowej projektu "Młodzi w Łodzi", badanie focusowe linii kreatywnych, analiza i ocena zawartości i funkcjonalności portali internetowych, przygotowanie wizerunkowej strony internetowej www.mlodziwlodzi.pl	173 335,12 zł
I ODSŁONA KAMPANII PROMOCYJNO-INFORMACYJNEJ PROGRAMU "MŁODZI W ŁODZI" ŻYJ I PRACUJ PO ŁÓDZKU	
Przygotowanie kreacji nośników kampanii, przeprowadzenie castingu, wynagrodzenie dla "twarzy kampanii", przeprowadzenie sesji zdjęciowej, wykonanie projektów graficznych nośników, rezerwacja powierzchni reklamowych, druk i wykonanie nośników, opłaty za emisję reklam (nośniki kampanii to 105 billboardów, wallboard, mailing dla użytkowników portali www.ściaga.pl i www.o2.pl - łącznie 260 tys. maili, reklama na www.uczelnie.pl i www.nasza-klasa.pl, reklama w Radio ESKA i ESKA ROCK, spoty w kinie Cinema City oraz na ekranach LED w Manufakturze, na Centralu II, w Bełchatowie i Płocku, oraz w restauracjach Mc Donald's, reklama na środkach komunikacji miejskiej - 1 tramwaj dwuwagonowy, 1 autobus, 10 fullbacków w Łodzi i 15 fullbacków w Kielcach, Piotrkowie i Płocku)	616 572,88 zł
MATERIAŁY PROMOCYJNE PROGRAMU MŁODZI W ŁODZI	
Materiały promocyjno-informacyjne programu Młodzi w Łodzi dystrybuowane na uczelniach, w szkołach, podczas imprez i eventów oraz będące nagrodami w konkursach organizowanych w ramach akcji Młodzi w Łodzi (plakaty, ulotki, teczki, wizytówki, kubki, klipy, ołówki, długopisy, torby papierowe, polary, koszulki, krówki)	79 665,81 zł
INNE KOSZTY ZWIĄZANE Z PROGRAMEM MŁODZI W ŁODZI (EVENTY, AKCJE PROMOCYJNE, OGŁOSZENIA, ZMIANY NA STRONIE INTERNETOWEJ)	
Dofinansowanie Dni Kariery, organizacja eventu na Festiwalu Grafitti, organizacja eventu na Akademickich Targach Pracy, organizacja eventów związanych z bicyklami i BMX-ami, realizacja audycji telewizyjnej w Patio TV, ogłoszenia prasowe dot. portalu praktyk i staży i programu Młodzi w Łodzi, koszty dot. zmian na stronie internetowej Młodzi w Łodzi, koszty projektów graficznych materiałów promocyjnych programu	110 210,04 zł
II ODSŁONA KAMPANII PROMOCYJNO-INFORMACYJNEJ PROGRAMU "MŁODZI W ŁODZI" ŁÓDŹ PRZEŁAMUJE STEREOTYPY	
Przygotowanie kreacji nośników kampanii, wykonanie projektów graficznych nośników, rezerwacja powierzchni reklamowych, druk i wykonanie nośników, opłaty za emisję reklam (nośniki kampanii to 82 billboardy (teaser+revelation), wallboard, reklama w Radio ESKA, spot na Dworcu Łódź Kaliska i Fabryczna, spoty na ekranach LED w Manufakturze, Bełchatowie i Płocku, reklama na środkach komunikacji miejskiej - 1 tramwaj dwuwagonowy, 4 fullbacków w Łodzi i 14 fullbacków w Kielcach, Piotrkowie i Płocku, reklama na aucie Volkswagen Garbus, napój energetyzujący Łódź napętnia energią, plakaty na Dworcu Łódź Kaliska, planner akademicki)	376 445,25 zł

Wszystkie dotychczasowe koszty programu Młodzi w Łodzi

1 356 229,10 zł

Harmonogram działań podejmowanych w celu realizacji programu MŁODZI W ŁODZI

1. kwiecień/maj/czerwiec 2007 – prace koncepcyjne mające na celu wypracowanie propozycji inicjatyw do programu – BRPiMP;
2. czerwiec 2007 – badanie ankietowe „Kierunki i powody migracji studentów łódzkich uczelni”;
3. czerwiec/lipiec 2007 – spotkania z pracodawcami dot. rozwoju szkolnictwa ponadgimnazjalnego;
4. lipiec/sierpień 2007 – spotkania ze środowiskiem naukowym, przedstawicielami lokalnych mediów oraz największymi pracodawcami w celu konsultacji wypracowanych inicjatyw;
5. lipiec/sierpień 2007 – spotkania z agencjami reklamowymi, prezentacje ofert agencji;
6. wrzesień 2007 – wybór agencji GREAT OPEN HOUSE (GOH);
7. październik/listopad 2007 – badanie ankietowe „Motywy wyboru miasta na studia” – Mediator;
8. wrzesień/październik/listopad 2007 – spotkania z wiodącymi pracodawcami, potencjalnymi partnerami projektu;
9. grudzień 2007 – prezentacja strategii komunikacyjnej projektu – GOH;
10. styczeń 2008 – prezentacja linii kreatywnych projektu – GOH;
11. luty 2008 – badania fokusowe dot. odbioru linii kreatywnych wśród młodych ludzi – Mediator;
12. luty 2008 – oficjalne deklaracje firm partnerów o udziale w projekcie (21 wiodących pracodawców);
13. luty 2008 – objęcie programu patronatem medialnym przez największe lokalne media;
14. luty/marzec/kwiecień 2008 – przygotowanie I etapu Kampanii (m.in. strona internetowa www.mlodziwlodzi.pl, www.praktyki.lodz.pl, plakaty, ulotki, billboardy, reklamy do Internetu itd.);
15. 18 marca 2008 – oficjalna prezentacja programu (zaproszeni: firmy partnerzy projektu, patroni medialni, uczelnie);
16. marzec/kwiecień – casting i sesja zdjęciowa do kampanii (odsłona I i II);
17. 1 kwietnia 2008 – prezentacja programu i event promocyjny - konkurs „Dlaczego warto żyć, studiować i pracować w Łodzi?” na Akademickich Targach Pracy;
18. 16 kwietnia 2008 – prezentacja programu podczas „Drogowskazów Kariery”;
19. 29 kwietnia 2008 – konferencja prasowa inaugurująca I etap Kampanii pod hasłem „Żyję i pracuję po łódzku”;
20. 1 maja 2008 – rozpoczęcie I etapu Kampanii;
21. 17-18 maja 2008 – eventy promocyjne programu Młodzi w Łodzi związane z brykami i rowerami BMX;
22. 24 maja 2008 – event promocyjny Młodzi w Łodzi na Festiwalu Graffiti Outline Colour Festiwal;
23. 31 maja 2008 – zakończenie I etapu Kampanii;
24. 11 czerwca 2008 – debata telewizyjna w Patio TV dot. aktywizacji młodych Łodzian w kontekście programu Młodzi w Łodzi;
25. 21 czerwiec 2008 – Młodzi w Łodzi na Sumo Challenge Łódź 2008;
26. 21-22 czerwca 2008 – event promocyjny programu Młodzi w Łodzi - brykle w Manufakturze i na Piotrkowskiej;
27. lipiec 2008 – promocja programu Młodzi w Łodzi na EUroads 2008;
28. lipiec/sierpień 2008 - przygotowanie oraz produkcja reklam II etapu Kampanii;

29. lipiec/sierpień 2008 – konkurs Portalu Praktyk i Staży na najlepszą relację z odbytych praktyk;
30. 1 wrzesień 2008 – rozpoczęcie II etapu Kampanii pod hasłem „Łódź przełamuje stereotypy”;
31. 8 wrzesień 2008 – konferencja prasowa inaugurująca II etap Kampanii pod hasłem „Łódź przełamuje stereotypy”;
32. 11 września 2008 – event promocyjny „Łódź napętnia energią” na Salonie Maturzysty Perspektywy 2008;
33. 30 wrzesień 2008 – zakończenie II etapu Kampanii;
34. październik 2008 – przeprowadzenie badań odbioru Kampanii;

W najbliższym czasie Młodzi w Łodzi planują:

35. 23 października 2008 – stoisko i event promocyjny na Uniwersyteckich Targach Pracy;
36. 16 październik 2008 - prezentacja programu Młodzi w Łodzi na seminarium AIESEC „Szanse młodych osób na rynku lokalnym”;
37. 28 październik 2008 – impreza promocyjna programu Młodzi w Łodzi w Klubie Elektrownia dla sympatyków programu skupionych wokół profilu Młodzi w Łodzi na www.nasza-klasa.pl oraz zarejestrowanych użytkowników www.mlodziwlodzi.pl i www.praktyki.lodz.pl;
38. 7 listopada 2008 – event promocyjny podczas koncertu łódzkiej grupy Bruno Schulz w klubie Andy;
39. 21 listopad 2008 – współorganizacja Wielkiej Lekcji Geografii w ramach Explorers Festiwal – Festiwal Gór;