

Łódź, 22 grudnia 2009 r.

~~Pan Mateusz Walasek
Radny Rady Miejskiej
w Łodzi~~

Szanowny Panie Radny

Podjęte w ostatnim czasie działania promocyjne, o które Pan Radny pyta, są wynikiem współpracy zarówno redakcyjnej, jak i marketingowej prowadzonej w środowisku łódzkich mediów.

Wystąpienie Prezydenta Łodzi w Telewizji TOYA było rutynowym działaniem władz Miasta, podjętym w dążeniu do możliwie szerokiego kontaktu z mieszkańcami za pośrednictwem tej popularnej lokalnej anteny bez udziału żadnych kosztów ze strony UMŁ.

Jeśli chodzi o wkładkę przedświąteczną w dzienniku „Fakt”, to Biuro Analiz Medialnych i Wydawnictw UMŁ otrzymało specjalną ofertę promocyjną na publikację 4-stronicowego dodatku redakcyjnego (tzw. flyera, czyli wkładki) w bardzo korzystnej cenie, z 75 - procentowym upustem. Przy nakładzie magazynowego wydania „Faktu” w Łodzi osiągającym poziom 50 tys. egz. cena za jedną kolumnę wyniosła 2.000 zł brutto (przy normalnej cennikowej taryfie jest to 8000 zł). Chcieliśmy w ten sposób poinformować czytelników m.in. o włączeniu łódzkiej choinki oraz o przygotowaniach do sylwestrowej zabawy, o czym media informowały w sposób zdawkowy.

W grudniu br. została również zamówiona promocyjna kolumna redakcyjna w specjalnym dodatku do „Dziennika Łódzkiego Polska The Times”, który ukazał się z okazji jubileuszu 125-lecia tej najstarszej gazety w Łodzi (koszt kolumny – 3000 zł netto).

Z poważaniem



Jerzy Kropiwnicki

Do wiadomości:

1. Przewodniczący Rady Miejskiej w Łodzi
2. Wydział Organizacji i Kadr
3. a/a