

Za ile Skoczów się promuje?

Data publikacji: 28.11.2017 7:30

220 zł na broszkę dla Pani Premier czy 5 tysięcy na program kulinarny. To wydatki związane z promocją Skoczowa. Działania promocyjne gminy podczas przedostatniej sesji omawiali miejscy radni. Padła propozycja budowy dużego słupa reklamującego miasto i ustawienia tablic przy drogach prowadzących do miasta. Jak Skoczów się reklamuje, na co wydawane są pieniądze? To interesowało radnych.

□

Nowa strona internetowa, promocja gminy w mediach społecznościowych, konto na Instagramie, direct mailing dla dziennikarzy, nowa szata graficzna Wieści Skoczowskich, 'witacze' przy drogach dojazdowych do gminy – te działania promocyjne, podczas sesji wyliczał zastępca burmistrza Skoczowa Andrzej Bubnicki.

Burmistrz wymieniał także liczne wydarzenia, w których udział biorą pracownicy Biura Promocji, Informacji i Turystyki. **- Urząd stara się posługiwać stażystami, to bardzo dużo nam pomaga, ale to wszystko na bieżąco robią trzy osoby. Tych zadań jest dużo. Obserwujemy także gminy o podobnej wielkości, jak funkcjonują. Dla przykładu w gminie Trzebnica tylko za promocję odpowiada tam piętnaście osób** - mówił Andrzej Bubnicki.

Jak dopowiadał burmistrz Mirosław Sitko, grupa samorządowców na miejscu obserwowała jak funkcjonuje ta gmina. **- to gmina o tej samej wielkości co nasza, różni się tylko tym, że ma 50 kilometrów do Wrocławia, którego mieszkańcy przyjeżdżają do Trzebnicy wypoczywać. Nie ma obok Ustronia, Wisły, Istebnej, Brennej i Cieszyna, więc jest samotna. Tam zapotrzebowanie na wiele rzeczy inaczej wygląda, skala jest nieco inna. To, co pan wiceburmistrz mówił o liczbie osób pracujących w promocji, to są oczywiście też osoby na umowach zlecenie, czy współpracujące. Zasadnicza liczba osób pracujących w Miejskim Centrum Kultury to sześć osób.** Podczas sesji radni poruszyli również kwestię informowania przejezdnych o nazwie miejscowości, w której się znajdują. Jak podkreślano, często turyści nie wiedzą, że przejeżdżają przez Skoczów.

Duży, nowy banner wita gości nadjeżdżających od strony Śląska, to najbardziej masowy klient – zaznaczał wiceburmistrz. **- Mi się ten baner przy ul. Katowickiej nie podoba, byłem rozczarowany, kiedy został wykonany. Na papierze wszystko ładnie wygląda, w rzeczywistości bywa inaczej** - dodał Sitko. **- Niestety Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad odmawiała uzgadniania umiejscowienia 'witaczy'. W planach były 4. w zasadzie zaproponowano nam tylko jedno miejsce i to odsunięte 15 metrów od pasa. W tej chwili skupimy się na wykonaniu i umiejscowieniu nowych tablic w miejscach, gdzie znajdowały się stare, przy drogach powiatowych i krajowych** - mówił burmistrz. Jak dodał, będzie dążył do tego, aby nieopodal skoczowskiego dworca autobusowego stanął kilkunastometrowy słup. Ma na nim widnieć tablica o treści 'Witamy w Skoczowie'. Jak zaznaczał podczas obrad sołtys Ochab Maciej Bieniek, promując Skoczów, powinno się patrzeć całościowo i myśleć również o sołectwach.

Ale promocja to nie tylko tablice informacyjne. Czego dowiemy się z zestawienia wydatków, które otrzymali radni? Obejmują one okres od czerwca 2016 do września 2017. W drugiej połowie ubiegłego roku Biuro Promocji, Informacji i Turystyki na gadżety, materiały promocyjne, flagi i nagrody wydało około 16 tysięcy złotych. W zestawieniu znajdziemy m.in. zakupy pucharów i upominków na różne konkursy. Przykładowo, na kartki pocztowe, balony czy podkładki pod kubek wydano 2578,54 zł. Polsko – francuski folder o Skoczowie kosztował 2287 zł gadżety (długopisy, plakaty czy notesy) 1847 zł.

W minionym roku BPIiT wydało także 6 tysięcy na zakup kalendarzy a statuetki na Galę Zasłużonych, wraz z cateringiem na tym wydarzeniu kosztowały 2406 zł. Skład i druk Wieści Skoczowskich w 2016 roku pochłonął 18,5 tys. złotych. W roku 2017 wydatki poniesione z wydawaniem ratuszowej gazety wyniosą nieco ponad 20 tysięcy

złotych.

W tym roku, do września na zakup pucharów związanych z patronatem nad wydarzeniami wydano 2,3 tys. złotych. To puchary na konkursy np. fryzjerski, zawody wędkarskie czy jeździeckie. Tegoroczne zakupy gadżetów obejmowały m.in. koszulki, kubki, opaski odblaskowe, wiatraczki, długopisy, czy magnesy reklamowe. Na ten cel wydano 22654 zł. Druk książeczki 'Bajka o Skoczowie' pochłonął 1688 zł. Na broszkę dla Pani Premier, którą wręczono Beacie Szydło podczas odpustu na Kaplicówce, wydano 220 zł.

Reklama zewnętrzna w tym roku polegała przede wszystkim na umieszczaniu na słupach plakatów i banerów przy drogach, na ten cel do września bieżącego roku wydano 2715 zł. Z funduszy promocji miasta wnoszone są również opłaty dla innych samorządów. Np. 744 zł musiano wpłacić na rzecz starostwa w Cieszynie za umieszczenie ozdób wielkanocnych w pasie drogowym.

Miasto za promocję płaciło również mediom. Blisko 10.000 złotych za 4 artykuły w Głosie Ziemi Cieszyńskiej, niespełna 2 tysiące złotych trafiło do Radia Bielsko za patronat nad Dniami Skoczowa. Z budżetu gminy sfinansowano także program w TVP Katowice – 'Rączka Gotuje'. Emisja i produkcja kosztowała 4920 zł.

Skoczowskie Biuro Promocji, Informacji i Turystyki w ciągu kilkunastu miesięcy trzykrotnie zmieniło kierownika. Od 1 listopada jest nim Pani Dorota Marzęda. Obecnie trwa nabór na kolejnego podinspektora w tym biurze.

Jan Bacza