

ZAPYTANIE RADNEGO

Radny Rady Miejskiej Wrocławia
LESZEK CYBULSKI
(imię i nazwisko)

Prezydent Wrocławia

.....
(adres zamieszkania)

SZANOWNY PAMIE PREZDENCIE

Treść zapytania: W ZWIĄZKU Z EMISJĄ REKLAM
W TELEWIZJI TVN 24 W TRAKCIE PROGRAMU
„SZKŁO KONTAKTOWE” O TREŚCI „SPONSOREM
PROGRAMU JEST WŁAŚCICIEL HALLI STULECIA”
PROSĘ O ODPOWIEDŹ:

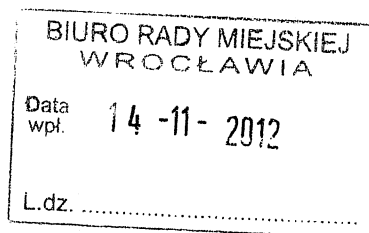
1. KTO ZLECĄŁ REKLAMĘ?
2. JAKIE BYŁY KOSZTY PRODUKCJI I EMISJI?
3. JAKIE BYŁY POWODY EMISJI REKLAMY W TELEWIZJI?
4. JAKIE SĄ POTENCJALNE KORZYSTY Z REKLAMY?
5. CZY WŁAŚCICIELE SIŁY WIDZIAJĄ ZHODE
NA EMISJĘ REKLAMY OTAKIES TREŚCI?
6. DLACZEGO BYŁA TAKA TREŚĆ REKLAMY?

Adresat udziela w terminie 7 dni pisemnej odpowiedzi bezpośrednio Radnemu,
a kopię przesyła do wiadomości Biura Rady Miejskiej Wrocławia na adres:
Wrocław, ul. Sukiennice 9.

Wrocław, dnia 07-10-2012

Podpis Cyburski

539/2



Pan
Leszek Cybulski
Radny
Rady Miejskiej Wrocławia

BNW.0232.226.2012

Wrocław, 13 listopada 2012 r.

Szanowny Panie,

w związku z Pana zapytaniem w sprawie spółki Wrocławskie Przedsiębiorstwo HALA LUDOWA Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością przekazuję poniższe informacje.

Ad.1

Remont pomieszczenia VIP w kompleksie Hali Stulecia zlecono w trybie bezprzetargowym z uwagi na fakt, że organizatorzy Wrocław Global Forum 2011 postawili wysokie wymagania dotyczące pomieszczeń przeznaczonych dla specjalnych gości, a obecność ważnych osób została zgłoszona stosunkowo późno i nie było możliwości ogłoszenia przetargu na wykonanie tych prac remontowych. Organizatorzy zaplanowali przybycie m.in. byłego prezydenta Rosji Michaiła Gorbaczowa, byłego prezydenta republiki Federalnej Niemiec Horsta Köhlera, byłych prezydentów Rzeczypospolitej Polskiej Lecha Wałęsy oraz Aleksandra Kwaśniewskiego, ministra spraw zagranicznych RP Radosława Sikorskiego, komisarza ds. rozszerzenia i polityki sąsiedztwa w Komisji Europejskiej Stefana Fule, posła Rady Najwyższej Ukrainy Hanny Herman oraz wielu innych ważnych gości.

Prace remontowe przeprowadzone w pomieszczeniu VIP we Wrocławskim Centrum Kongresowym doprowadziły je do standardu wymaganego przez organizatorów międzynarodowych spotkań, co bez wątpienia poszerzyło i w znacznym stopniu uatrakcyjniło ofertę Hali Stulecia jako kompleksu obiektów przeznaczonych do organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń biznesowych, kulturalnych i sportowych.

Ad.2.

Koszty poniesione na remont pomieszczeń VIP wynikały z konieczności zapewnienia wysokiego standardu pomieszczenia przeznaczonego dla najwyższej rangi gości, co było bezwzględnym wymogiem organizatora Wrocław Global Forum – Atlantic Council. Pomieszczenia o takim standardzie są wymagane przy obsłudze międzynarodowych spotkań o podobnym charakterze.

Ad.3

Koszt prac adaptacyjnych w pomieszczeniu VIP we Wrocławskim Centrum Kongresowym nie był przedmiotem odrębnego posiedzenia Rady Nadzorczej. Nie mniej jednak koszty prac adaptacyjnych wszystkich pomieszczeń Wrocławskiego Centrum Kongresowego przy Hali Stulecia były przedmiotem dyskusji przy konstruowaniu Planu Finansowego Spółki na 2012 rok.

Ad.4

Wrocławskie Przedsiębiorstwo HALA LUDOWA Sp. z o.o. nie dysponowała żadnym samochodem służbowym do czasu wynajmu WV Passata, który pozostaje do dyspozycji zarządu oraz dyrekcji Spółki. Samochód ten wynajęto na podstawie rozstrzygniętego jesienią 2011 roku postępowania przetargowego.

Ad.5

Zleceniodawcą reklamy telewizyjnej wyemitowanej w stacji TVN24 była Agencja Reklamowa, wyłoniona w konkursie na realizację *Strategii marketingowej 2012/2013 i scenariusza kampanii promocyjnej*, który został ogłoszony przez spółkę HALA LUDOWA Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Koszt produkcji oraz emisji reklamy, będącej częścią kampanii promocyjnej opracowanej przez Agencję Reklamową, wyniósł 110 tys. PLN netto.

Emisja reklamy telewizyjnej w stacji TVN24 jest częścią strategii marketingowej opracowanej przez Agencję Reklamową wyłonioną w tym konkursie.

Wyemitowanie reklamy telewizyjnej w stacji TVN24 było podyktowane faktem, że reklama taka skutecznie promuje oraz utrwala wizerunek i markę w świadomości odbiorcy. Stacja TVN24, a w szczególności program „Szkło Kontaktowe” kierowana jest do grupy społecznej, wśród której są potencjalni biznesowi kontrahenci WP HALA LUDOWA Sp. z o.o. Wymiernym efektem wyemitowania spotu reklamowego jest znaczny wzrost zainteresowania organizacją wydarzeń w kompleksie Hali Stulecia i rezerwacja przez kontrahentów nowych terminów imprez na lata 2013-2016.

Właściciele Spółki WP Hala Ludowa nie mogą ingerować w bieżące zarządzanie Spółką, w tym w działalność promocyjną, a treść reklamy zaproponowana została przez profesjonalny zespół doradczy Agencji Reklamowej, która wygrała konkurs ogłoszony przez spółkę WP HALA LUDOWA. Treść reklamy według Zarządu ma skutecznie wpłynąć na rozpoznawalność kompleksu Hali Stulecia, a tym samym utrwalić wizerunek wyjątkowego miejsca spotkań we Wrocławiu, idealnego do organizacji wydarzeń biznesowych, kulturalnych czy też sportowych. Zamieszczenie na końcu spotu reklamowego informacji, że sponsorem programu jest właściciel Hali Stulecia było związane z faktem, że Hala Stulecia została w tym przypadku potraktowana jako obiekt budowlany, którego właścicielem jest Spółka.

Podpisane przez

DYREKTOR DEPARTAMENTU
Marcin Garcarz
Marcin Garcarz