



Marszałek Województwa
Kujawsko-Pomorskiego
Piotr Całbecki

Toruń, 7.06.2019 r.

PS.1610.23.2019

WPLYNEŁO
Kancelaria Sejmiku

1 6 -06- 2019

L.dz 469
Podpis Całbecki(2)

Pan Konstanty Dombrowicz

Radny Województwa

Kujawsko-Pomorskiego

Szanowny Panie Radny,

w odpowiedzi na zapytanie skierowane podczas ostatniej sesji Sejmiku Województwa, pragnę poinformować, że wkładka „Wiem, dlaczego *Lubię tu być*” jest częścią kampanii promocyjno-informacyjnej realizowanej wspólnie z Polska Press oddział Bydgoszcz i obejmuje ona materiały drukowane (w Gazecie Pomorskiej, Expressie Bydgoskim i Nowościach – Dzienniku Toruńskim), materiały graficzne i kontent video publikowane w mediach społecznościowych województwa, jak i na stronach internetowych wyżej wymienionych dzienników.

Kampania „Wiem, dlaczego *Lubię tu być*” trwała 5 tygodni (od 6 maja do 7 czerwca br.) Podzielono ją na 4 tygodnie tematyczne i założono ostatni tydzień z podsumowaniem. Pierwsza część kampanii dotyczyła sportu, druga turystyki, trzecia kultury, a czwarta historii.

Wkładka, o której pisze Pan Radny jest tylko jednym z elementów działania promocyjnego i stanowi drukowane podsumowanie publikacji na czterech oficjalnych profilach województwa, a więc na Facebooku, YouTube, Twitterze i Instagramie.

Zakładając, że ktoś może nie mieć możliwości zakupu gazety (bez względu na okoliczności), to wszystkie wkładki tematyczne z tej kampanii udostępniono także w formie elektronicznej w serwisie województwa - www.isuu.com/kujawsko-pomorskie.

Powyższa kampania była realizowana w związku ze Świętem Województwa Kujawsko-Pomorskiego, a ponieważ w tym roku obchodzimy także 20-lecie Samorządu Województwa, zdecydowaliśmy się na

20 lat

jej edukacyjny charakter. W materiałach podkreślaliśmy nasz okrąży jubileusz, chcąc mieszkańcom regionu, jak i gościom pokazać nasze sukcesy sportowe, tradycję, kulturę i ciekawe miejsca na Kujawach i Pomorzu.

Całość kampanii to koszt 122 tys. zł. Nakład wkładek drukowanych to łącznie ok. 400 tys. egzemplarzy. W załączeniu raport podsumowujący kampanię, wskazujący na ilości odsłon internetowych oraz unikalnych użytkowników i obrazujący spójność całego przedsięwzięcia.

Odnosząc się zaś do zarzutu „ukrytej formy wsparcia” należy uznać ją za bezpodstawną.

Z poważaniem

