

ONW.0057/54/2008

**SZANOWNY PAN  
ARTUR JAROSZEWSKI**

**RADNY RADY MIASTA PŁOCKA**

Dot. *Interpelacji nr **BRM.0057/837/08** złożonej między Sesjami Rady Miasta Płocka w dniu 10 września 2008 roku dotyczącej sprzedaży karnetów na mecze piłki nożnej Wisły Płock w sezonie 2008/2009.*

W odpowiedzi na interpelację nr BRM.0057/837/08 w przedmiocie ilości sprzedaży karnetów na mecze piłki nożnej Wisły Płock w rundzie jesiennej sezonu 2008/2009 oraz działań promujących sprzedaż karnetów, w oparciu o informacje udzielone przez Zarząd Spółki Wisła Płock S.A., wyjaśniam co następuje.

1. W okresie od 16 lipca do 10 września 2008 roku sprzedano łącznie 668 szt. karnetów uprawniających do wstępu na mecze I Ligi Piłki Nożnej i Pucharu Polski w rundzie jesiennej sezonu 2008/2009.
2. Informacje dotyczące cen karnetów oraz zasad sprzedaży pojawiły się planowo na różnych nośnikach i w różnych środkach masowego przekazu od dnia 16 lipca 2008 r. i trwały do końca sierpnia 2008 r. W tym czasie Klub podjął działania o charakterze reklamy komercyjnej w ujęciu Below The Line oraz działania niekomercyjne o charakterze public relations.
  - a) Reklama o charakterze BTL promująca sprzedaż karnetów:
    - 1) „Gazeta Wyborcza Płock” – dwie emisje w dniach 18 i 25 lipca o wymiarach 5x3 modułu na stronach redakcyjnych,
    - 2) „Życie Płocka” – pięć emisji w terminie od 1 do 29 sierpnia o wymiarach ½ strony, na stronach redakcyjnych,
    - 3) „Tygodnik Płocki” – pięć emisji w terminie od 29 lipca do 31 sierpnia o wymiarach ½ strony na stronach redakcyjnych,
    - 4) Radio ESKA Płock – emisja 105 reklam o długości 30 sek. w okresie od 18 do 31 lipca,
    - 5) Radio ORLEN na terenie PKN – emisja 150 reklam o długości 30 sek. w okresie od 18 lipca do 31 sierpnia,
    - 6) Billboardy – ekspozycja 8 billboardów na terenie Płocka w terminie od 26 lipca; część billboardów miała ekspozycję do dnia 31 sierpnia,
    - 7) Tablica reklamowa przed stadionem im. Kazimierza Górskiego o wymiarach 2x7 m przy ul. Łukasiewicza 34 - ekspozycja od 26 lipca do 15 września,
    - 8) Billboard elektroniczny na oficjalnej stronie klubu [www.wisla.plock.pl](http://www.wisla.plock.pl) jako strona startowa w okresie od 17 do 31 lipca,
    - 9) Spot dźwiękowy na oficjalnej stronie klubu [www.wisla.plock.pl](http://www.wisla.plock.pl) promujący sprzedaż karnetów,

- 10) Platforma Super SMS – informacje o karnetach wysłane do sympatyków Klubu za pomocą oficjalnej platformy SMS-owej Klubu Wisła Płock Super SMS,
- b) Działania o charakterze public relations, efektem których, były publikacje redakcyjne w następujących tytułach prasowych i w mediach elektronicznych:
- 1) „Gazeta Wyborcza Płock” – artykuł red. Andrzeja Zarębskiego opisujący zasady i terminy sprzedaży karnetów na sezon 2008/2009 – 17 lipca 2008 r.,
  - 2) „Tygodnik Płocki” – artykuły red. Jolanty Marciniak opisujące zasady i terminy sprzedaży karnetów na sezon 2008/2009 – 22 lipca 2008 i 29 lipca 2008 r.,
  - 3) „Sygnały Płockie” artykuł red. Małgorzaty Domańskiej opisujący zasady i terminy sprzedaży karnetów na sezon 2008/2009 – lipiec/sierpień 2008 r.,
  - 4) TVP1 - Prezentacja sposobu premiowania lojalnych kibiców przez klub Wisła Płock w programie z Płocka „Kawa czy herbata” z dn. 22 lipca 2008 r., w oparciu o artykuł z „Tygodnika Płockiego”,
  - 5) „Nafciarz” – oficjalna gazeta Wisły Płock – artykuł Konrada Kozłowskiego w numerze 12 i 13 z 2008 r.,
  - 6) Oficjalna strona Klubu [www.wisla.plock.pl](http://www.wisla.plock.pl) – artykuły promujące sprzedaż karnetów – lipiec – sierpień 2008 r.,
  - 7) Strona internetowa Urzędu Miasta Płocka – informacja opisująca zasady i terminy sprzedaży karnetów na sezon 2008/2009 – lipiec/sierpień 2008,
  - 8) Strona internetowa [Plocman.pl](http://Plocman.pl) - informacja opisująca zasady i terminy sprzedaży karnetów na sezon 2008/2009 –lipiec/sierpień 2008.
- c) Ponadto do klientów instytucjonalnych została skierowana oferta karnetów korporacyjnych ze specjalnymi warunkami kupna karnetów w oparciu o środki z Zakładowych Funduszy Świadczeń Socjalnych.

Z informacji udzielonych przez Zarząd Spółki wynika, iż zintensyfikowane działania, prowadzone w okresie od 16 lipca do 10 września br., jako słuszne i celowe, będą kontynuowane w podobnej formie i porównywalnym zakresie przed rozpoczęciem rundy wiosennej (luty-marzec 2009). Szczegółowy plan i czas kampanii promocyjnej będzie określony w terminie późniejszym.

Z poważaniem

Zastępca Prezydenta Miasta Płocka

Dariusz Zawidzki

Otrzymują:

- 1) *Adresat;*
- 2) *BRM;*
- 3) *WSO.I.ZO;*
- 4) *ONW a/a.*

