

**ZASTĘPCA PREZYDENTA
MIASTA PŁOCKA**

WEK-II.0003.14.2015

Płock, 3 lipca 2015 roku

Pan
Artur Jaroszewski
Radny Miasta Płocka

W odpowiedzi na Pana interpelację złożoną między sesjami Rady Miasta Płocka w dniu 24 czerwca 2015 roku przedstawiam zestawienie kosztów największych płockich festiwali i koncertów dofinansowanych z Budżetu Miasta Płocka w 2015 roku.

Z wyrazami szacunku

ZASTĘPCA PREZYDENTA
Miasta Płocka
Roman Siemiątkowski

Otrzymują:

1. Adresat
2. BRM
3. WOP-I-RO
4. WEK-II aa

L.p.	Nazwa imprezy	Miejsce imprezy	Data	Koszt
1.	Płocka Noc Kabaretowa	amfiteatr	2 maja 2015 r.	433.000,00 zł
2.	Reggaeland	plaża nad Wisłą	10 – 11 lipca 2015 r.	700.000,00 zł
3.	Audioriver	plaża nad Wisłą, Stary Rynek	24 – 26 lipca 2015 r.	1.400.000,00 zł
4.	Impreza plenerowa „Lato z Radiem”	Stadion miejski im. B. Szymańskiego	9 sierpnia 2015 r.	ok. 160.000,00 zł
5.	Polish Hip- Hop Festival	plaża nad Wisłą	31 lipca – 1 sierpnia 2015 r.	300.000,00 zł
6.	Summer Fall Festival	plaża nad Wisłą	5 września 2015 r.	300.000,00 zł
7.	Vistula Folk Festival	Stary Rynek, amfiteatr, Park Północny, bazylika katedralna	18 – 23 sierpnia 2015 r.	200.000,00 zł

Wydział Promocji i Informacji przeprowadza co roku kampanię mającą na celu promocję miasta jako miejsca, gdzie odbywają się duże festiwale i imprezy kulturalne. W ramach kampanii "Płock w rytmie kultury" drukowane są plakaty i foldery z największymi imprezami kulturalnymi i rekreacyjnymi/sportowymi odbywającymi się w Płocku w sezonie letnim. Plakatowanie oprócz Płocka obejmuje takie miasta jak Toruń, Łódź, Włocławek, Skierniewice, Ciechanów, Gąbin, Sierpc oraz inne okoliczne miejscowości. Foldery dystrybuowane są do Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych oraz Informacji Turystycznych z ościennych województw. Ponadto foldery są dystrybuowane podczas imprez odbywających się w mieście, w instytucjach kulturalnych, sportowych, galeriach handlowych, hotelach, restauracjach, kinach, stadionach, muzeach, ZOO, jednostkach budżetowych, spółkach miasta oraz na targach turystycznych w Polsce i za granicą. W ramach kampanii na Rynku Starego Miasta powieszony został megaboard z wykazem imprez. Nośnikiem reklamowym wykorzystywanym do promocji imprez jest również Ciuchcia Tum ska.

Kampania będzie kontynuowana, ponieważ jest dobrym sposobem na wypromowanie wszystkich imprez letnich oraz pokazanie festiwali i imprez jako produktu turystycznego miasta (zgodnie z przyjętą Strategią Promocji Płocka do 2016r.).

W 2015r. Wydział Promocji i Informacji przeznaczył dodatkowe środki na promocję miasta w związku z jubileuszem 10-lecia Festiwalu Audioriver i realizacją płyty „Audioriver: 10 years in Płock”.