



**Zastępca Prezydenta
Miasta Kielce**

Kielce, 18.02.2021 r.

EKS-VI. 0003.10.2021

sod: 3050/2021



Pan

Dariusz Kisiel

Radny Rady Miasta Kielce

W odpowiedzi na interpelację z dnia 21 stycznia 2021 r. w sprawie przedstawienia strategii promocji gospodarczej miasta Kielce poprzez działania marketingowe wykonane za pomocą Klubu Sportowego Korona Kielce informuję, co następuje:

Miasto Kielce koncentruje się na wspieraniu poszczególnych branż w systemie rotacyjnym, co roku biorąc pod uwagę inną specjalizację. Jedną z branż, która najdotkliwiej odczuwa skutki epidemii koronawirusa jest przemysł czasu wolnego. Zamknięcie hoteli, ograniczona działalność restauracji, spadek o 70-80% przychodów agencji eventowych, wymusił na branży MICE konieczność poszukiwania nowych produktów i usług, a trudna sytuacja w której znaleźli się przedsiębiorcy, skłoniła miasto do poszukiwania rozwiązań i możliwości wsparcia lokalnych biznesów. Z drugiej strony, coraz więcej osób decyduje się na spędzenie aktywnych wakacji w Polsce i ten trend należy wykorzystać. Stąd decyzja o wykorzystaniu podpisanej na początku roku umowy z Koroną S.A. do promocji miasta (również gospodarczej) w oparciu o inicjatywę „Kielce Naturalnie” propagującą unikatowe walory dziedzictwa naturalnego Kielc w połączeniu z różnymi sferami aktywności i możliwościami spędzania czasu wolnego. Kielczanie lubią sport, a miasto od lat inwestuje w infrastrukturę sportową, powstają unikatowe komercyjne obiekty, jak baseny tropikalne, naturalne ścianki wspinaczkowe. Całe to zaplecze w połączeniu z wyjątkowymi walorami naturalnymi zachęca inwestorów z branży turystycznej i przemysłu czasu wolnego do rozpatrywania Kielc jako ciekawej lokalizacji pod inwestycje.

Do działań marketingowych Korony Kielce w przedmiocie promocji Miasta Kielce w roku 2021 należy:

- używanie nazwy własnej Miasta Kielce jako jedynej nazwy miejscowości w oficjalnie zgłoszonej nazwie drużyny;
- umieszczenie herbu Miasta Kielce na lewym rękawku na podstawowych koszulkach meczowych zawodników drużyny piłki nożnej Korona Kielce oraz na drugim komplecie, tak zwanym wyjazdowym. Z danych Deloitte (międzynarodowej sieci spółek handlowych świadczących usługi doradcze i audytorskie) wynika, że herby na trykotach są widoczne tysiące razy, a wartość takiej ekspozycji szacowana jest średnio na 5 milionów złotych za sezon;
- produkcja i emisja spotu video promującego Miasto Kielce na elektronicznych bandach reklamowych LED w trakcie transmitowanych przez telewizję spotkań meczowych na Suzuki Arenie. Średnia oglądalność transmisji meczowych Korony Kielce wynosi 50 tys. a 2,5 mln kibiców tętnie śledzi na bieżąco rozgrywki 1 Ligi - to 49% fanów krajowej piłki nożnej. Obecnie promowany jest Geopark Kielce;



- produkcja i umiejscowienie przy murawie 2 szt. dwustronnych band statycznych promujących Miasto Kielce w trakcie nietransmitowanych przez telewizję spotkań meczowych na Suzuki Arenie;
- produkcja i ekspozycja 2 szt. ścian reklamowych promujących Miasto Kielce i umieszczenie tych ścian reklamowych przy ławkach rezerwowych drużyny gości i drużyny gospodarzy przy płycie boiska na Suzuki Arenie;
- produkcja i usytuowanie w narożnikach Suzuki Areny na zewnątrz stadionu 2 szt. banerów promujących Miasto Kielce;
- produkcja i ekspozycja wzdłuż ławek rezerwowych przy płycie boiska na Suzuki Arenie 15 szt. naklejek promujących Miasto Kielce;
- umieszczanie i prezentacja herbu Miasta Kielce na ściankach prasowych używanych podczas przeprowadzania wywiadów oraz podczas konferencji prasowych;
- produkcja i emisja spotu video promującego Miasto Kielce na telebimie umieszczonym wewnątrz Suzuki Areny podczas każdego ze spotkań meczowych na stadionie;
- umieszczenie w widocznym miejscu herbu Miasta Kielce w wydawanych przez Koronę SA materiałach informacyjno - promocyjnych oraz poligraficznych w szczególności na biletach i karnetach meczowych, kalendarzu drużyny, papierze firmowym i innych a także na akredytacjach dziennikarskich i materiałach dla mediów;
- umieszczenie herbu Miasta Kielce na stronie internetowej /www.korona-kielce.pl/;
- umieszczenie herbu Miasta Kielce wraz z zamieszczeniem łącznie co najmniej 12 postów zapowiadających i promujących wydarzenia organizowane przez Miasto Kielce na oficjalnych profilach Korony Kielce w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram lub Twitter). *Aktualnie 100 tys. kibiców śledzi media społecznościowe Korony Kielce a zasięgi regionalne postów w klubowych mediach społecznościowych wynoszą 30 tys. Obecnie za ich pośrednictwem promowany jest Geopark Kielce oraz jego atrakcje turystyczne*
- produkcja 2 spotów edukacyjnych, promujących Miasto Kielce lub wydarzenia organizowane przez Miasto Kielce, z udziałem zawodników i trenerów drużyny piłki nożnej Korona Kielce;
- udział zawodników drużyny piłki nożnej Korona Kielce w maksymalnie 5 przedsięwzięciach organizowanych lub współorganizowanych przez Miasto Kielce (np. imprezy, festyny, pokazy, programy edukacyjne, zdrowotne, lekcje WF itp.) w uzgodnionych wcześniej terminach, nie kolidujących z realizacją procesu szkoleniowego i zawodami.
- przekazanie Miastu Kielce do wykorzystania materiałów fotograficznych i filmowych z meczów oraz zdarzeń przed i po spotkaniach łącznie z postaciami zawodników dla celów promocyjnych Miasta Kielce.

Różnorodność działań realizowanych przez Koronę Kielce w sposób kompleksowy stwarza strategię, która zwiększa i utrwała znaczenie, rozpoznanie i przyciągnięcie potencjalnych inwestorów do Miasta Kielce.

2 sekcje

Z-ca PREZYDENTA MIASTA

Marcin Różycki