

-----Original Message-----

From: Vojkovská Andrea

Sent: Friday, February 05, 2010 1:50 PM

To: x.press@email.cz

Cc: Kopečková Helena

Subject: Žádost o informace podle zákona 106/99 Sb.

Importance: High

Dobrý den, posílám reakci na vámi zaslané dotazy:

Dobrý den,

chtěla bych Vás požádat o informace týkající se výdajů města Ostravy.

1) Zajímalo by mě kolik činily náklady města Ostravy na nové logo (OSTRAVA!!!) a jaké byly podmínky a pravidla ve výběrovém řízení pro nové logo.

Dále by mě zajímalo kolik město vynaložilo finančních prostředků k propagaci loga, hlavně kolik stál popis dopravních prostředků a zda Ostrava propaguje své logo i na letadle, tak jak se o tom hodně psalo v tisku?

Cena za vytvoření loga města Ostravy a odměna za poskytnutí licence k jeho užití činila 800 000 Kč + 19% DPH.

- Město Ostrava se nesnaží o propagaci loga, ale o svoji vlastní prezentaci, kterou má nový vizuální styl města podpořit. Prezentace města je důležitou součástí komunikace s občany nejen v Ostravě a zbytku České republiky, ale i v zahraničí. Nepropagujeme tedy logo, ale samotné město Ostravu. Finanční prostředky k propagaci loga tedy nebyly vynaloženy žádné.

- Po neúspěšné soutěži v roce 2005 bylo na podzim 2007 osloveno Studio Najbrt z Prahy, které vedení města předložilo šest návrhů, ze kterých rada města vybrala jeden k dalšímu rozpracování.

- Branding vozů (tramvajová souprava typu T6 a city bus MAVE Dopravního podniku města Ostravy) slouží k prezentaci městských projektů – na těchto vozech je vyhrazeno místo pro polepy konkrétních projektů, které SMO pořádá, spolupracuje na nich, zaštiťuje je či jinak podporuje.

- Branding letadla je stejný případ jako branding vozů DPO, jen s tím rozdílem, že tento prostředek slouží k prezentaci města Ostravy v zahraničí, není zde tedy počítáno s prostorem pro prezentaci projektů.

2) Zajímalo by mě kolik město ročně vynaloží finančních prostředků na výjezdní zasedání zastupitelstva? Kde se většinou tyto výjezdní zastupitelstva konají a kolik zastupitelů se jich v průměru zúčastňuje?

Výjezdní zasedání zastupitelů se konají od druhé poloviny devadesátých let. V tom předchozím období zastupitelé vyjížděli 2x ročně, v tomto volebním období vyjíždějí 1x ročně vždy v listopadu a stěžejním bodem jejich programu je rozpočet města pro příští rok.

Výjezdní zasedání zastupitelů z listopadu stálo 99 389 korun (přítomno 49 zastupitelů + cca 15 přednášejících a organizátorů), uskutečnilo se v hotelu Relax v Rožnově pod Radhoštěm. Jiné výjezdní zasedání se v roce 2009 nekonalo.

3) Zajímalo by mě zda se zástupci města pravidelně zúčastňují veletrhu MIPIM v Cannes? Kolik zástupců bylo v březnu 2009 na tomto veletrhu a jaké byly náklady města na tuto reprezentaci?

Statutární město Ostrava se každoročně zúčastňuje veletrhu MIPIM již od roku 1997. Prezentace na zahraničních veletrzích patří k neúčinnějším a nejefektivnějším formám prezentace města. Stejně jako další významná světová města, jakými jsou např. Londýn, Paříž, Moskva, Berlín, z českých např. Praha, Brno a další, o kterých bezesporu málokdo může říci, že jejich ekonomická úroveň nepřevyšuje výrazně stupeň hospodářské vyspělosti města Ostravy, využívají tento významný marketingový nástroj ke své prezentaci. To platí obzvláště o veletrhu MIPIM, který je dnes považován za nejvýznamnější veletrh svého druhu na světě.

Ekonomický přínos veletrhů lze, dle názorů odborníků na marketing investičních příležitostí a cestovní ruch, jen těžce kvantifikovat. V první řadě chybí jasné ukazatele, které mohou jednoznačně vyjádřit ekonomický přínos veletrhu. Ekonomický přínos, vyvolaný daným veletrhem, ilustrovaný například příchodem nových investorů, nelze zároveň dokonale oprostit od vnějších vlivů na rozhodování investorů, či návštěvníků města. Během veletrhů probíhají stovky menších, či větších jednání. U významných jednání, se jedná pouze o účast představitelů města, tedy primátora, eventuelně náměstků. Mnoho zájemců se dotazuje přímo na konkrétní lokality, průmyslové zóny, plochy brownfields, či pouze na komparativní výhody města, tvrdé a měkké lokalizační faktory a další výhody v konkurenčním souboji jednotlivých světových měst, další jednají se spoluvystavovateli města Ostravy, či si pouze vyžádají propagační materiály a další informace si dohledají později, dle jejich konkrétního zájmu.

Veletrhu MIPIM 2009 (stejně jako v předchozích letech) se zúčastnili 4 zástupci vedení města a 4 úředníci (zajišťující komplexní provoz expozice města). Náklady na tuto cestu (tj. stravné, kapesné, ubytování, doprava) v roce 2009 činily 432 204 Kč.

Předem děkuji za Vaši odpověď.

S pozdravem



Andrea Vojkovská
tisková mluvčí

Magistrát města Ostravy
Kancelář primátora
Prokešovo náměstí 8, 729 30 Ostrava
T +420 599 442 285
M +420 737 225 300
E avojkovska@ostrava.cz
W www.ostrava.cz