



## **Po co promocja unijnych projektów?**

2015-01-27

**W związku z artykułem red. Piotra Tymczaka pt. „Kraków zapłaci za kolorowanki promujące nową trasę tramwajową” (Dziennik Polski z 27 stycznia br.) zamieszczamy stanowisko Zarządu Infrastruktury Komunalnej i Transportu:**

W ostatnich latach Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie zrealizował lub jest w trakcie realizacji trzech dużych projektów związanych z budową linii tramwajowych. Były to linie prowadzące do Czerwonych Maków i do Placu Centralnego oraz budowa estakady tramwajowej między ul. Lipską, a ul. Wielicką. Wszystkie te projekty były dofinansowane ze środków Unii Europejskiej i w związku z tym towarzyszyła im obowiązkowa kampania promocyjna o wartości około 1 promila kontraktu. Korzystanie z dotacji unijnej wiąże się z koniecznością przeprowadzenia działań promujących inwestycję i rolę jaką odgrywają środki wspólnotowe w jej realizacji. Każdorazowo, przed podpisaniem umowy o dofinansowanie inwestycji, ZIKiT przedstawiał jednostce udzielającej dotacji projekt planowanej kampanii i planowane jej elementy, np. wykorzystanie gadżetów promocyjnych czy publikacji prasowych.

Kampanie te mają na celu nie tylko promocję samych inwestycji. Promują one również komunikację miejską i rozwój zrównoważonego transportu. Cele te osiągnąć są różnymi drogami. M.in. poprzez produkcję i emisję reklam video, kampanie outdoorowe, reklamy prasowe czy gadżety rozdawane mieszkańcom Krakowa.

Michał Pyclik

Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu