

Oświęcim, 6 listopada 2017 r.

Znak sprawy:
PM. OR.b.0003.68.2017



Pan Jakub Przewoźnik
Radny
Rady Miasta Oświęcim

Odpowiadając na interpelację złożoną na sesji Rady Miasta w dn. 25.10.2017 roku w sprawie promocji miasta Oświęcim w internecie informuję, że sprawa ta jest częścią obszaru działań kształtujących wizerunek miasta Oświęcim ale nie jedyną, gdyż specyfika tej formy kontaktu z szeroko rozumianym odbiorcą jest obwarowana wieloma warunkami.

Wielowarunkowość takiej promocji prezentuje przywołany przez Pana przykład działania wyszukiwarek internetowych, np. Google, które opierają się w głównej mierze na tym co interesuje użytkowników internetu (porównywarka Trip Advisor), a nie na tym, co chcą publikować podmioty promujące się w internecie. W przypadku miasta Oświęcim oczywistym jest kojarzenie go z Miejscem Pamięci Auschwitz-Birkenau co w Pana odczuciu wydaje się niewłaściwe. Jednak po głębszej analizie uznać to należy za potencjalną szansę dla naszego miasta pod warunkiem zaplanowania rozważnych działań. Wiele takich działań zostało także zapisanych we wspomnianej przez Pana Strategii Rozwoju Miasta Oświęcim na lata 2014-2020 i jest realizowanych przez Miasto Oświęcim. Obserwując obecny rozwój branży turystycznej w mieście Oświęcim należy uznać, że zainteresowanie miastem wzrasta i szereg działań promocyjnych, w tym tych prowadzonych w internecie, przynosi widoczne efekty.

Zapewniam Pana, że pracownicy Wydziału Promocji Miasta, dobrze wykonują swoje obowiązki. W ramach realizacji zadań są w kontakcie z firmami odpowiadającymi za działanie wyszukiwarek np. Google, porównywarek np. Trip Advisor oraz portali społecznościowych np. Facebook, Instagram.

PREZYDENT MIASTA

Janusz Chwierut

Otrzymują:

1. Adresat
2. UM OR
3. UM PM