



18.10.2016

PREZYDENT MIASTA GDYNI

81-382 Gdynia, Al. Marszałka Piłsudskiego 52/54

telefon (centrala): 58-66-88-000; fax: 58-62-09-798; e-mail: umgdynia@gdynia.pl; www.gdynia.pl

Gdynia, dnia 7.10.2016 r.

MBR.0003.10.2016.VOK

01/2548

505.0003.186.2016.

Pan Patryk Felmet
Radny Miasta Gdyni

dotyczy: interpelacji z dnia 26.09.2016 r. w sprawie Miejskich Hal Targowych

W odpowiedzi na ww. interpelację wyjaśniam:

1. Termin zakończenia robót budowlanych związanych z elewacją Miejskich Hal Targowych wyznaczono na dzień 2.09.2016 r., ale prace remontowe zostały odebrane z dwutygodniowym opóźnieniem wynikającym z winy Wykonawcy.
2. Regulamin Miejskich Hal Targowych z dnia 25.03.2004 r. zatwierdzony przez Prezydenta Miasta Gdyni zawiera informacje odnośnie godzin otwarcia. Powyższa informacja wywieszona jest na tablicach informacyjnych zlokalizowanych na terenie hal. Obecnie trwają prace nad opracowaniem nowego Regulaminu Zespołu Miejskich Hal Targowych.
3. W związku z przejściem w zarządzanie Zespołu Miejskich Hal Targowych Gmina Miasta Gdyni w drodze przetargu nieograniczonego wyłoniła w dniu 29.10.2013 r. Agencję Rozwoju Gdyni Sp. z o.o., której zadaniem jest opracowanie koncepcji podniesienia atrakcyjności Zespołu Miejskich Hal Targowych w zakresie:
 - I Opracowania koncepcji zintegrowanej komunikacji, w tym:
 - a) opracowanie założeń i wypracowanie kanałów komunikacji sprzedawca – klient – ważne miejsce na mapie miasta,
 - b) określenie grup docelowych odbiorców koncepcji.**Koszt powyższego wyniósł 36 000 zł brutto**
 - II Opracowania koncepcji działań marketingowych uwzględniającej:
 - a) opracowanie działań PR,
 - b) e – marketing,
 - c) budowanie pozytywnego wizerunku ZMHT,
 - d) przygotowanie propozycji atrakcyjnej oferty ZMHT pod kątem grup docelowych,
 - e) przedstawienie oferty wydarzeń cyklicznych,
 - f) wskazanie partnerów do realizacji działań marketingowych,
 - g) opracowanie programu działań uwzględniających aktywność kupców,
 - h) przedstawienie harmonogramu realizacji poszczególnych działań marketingowych.

- III Realizacji działań marketingowych wynikających z zaakceptowanej przez Zamawiającego koncepcji opracowanej w ramach wcześniejszych etapów, zgodnych z zaproponowanym harmonogramem prac i kosztorysem, w tym:
- a) wdrożenie narzędzi marketingowych zaproponowanych w zaakceptowanej koncepcji,
 - b) organizacja wydarzeń i akcji promocyjnych,
 - c) dokumentacja działań marketingowych,
 - d) przedstawienie raportu z osiągniętych rezultatów po przeprowadzeniu działań marketingowych.

Koszt powyższego wyniesie 561 340 zł brutto

Realizacja umowy obejmuje okres od dnia 7.11.2013 r. do dnia 31.12.2016 r. a kwota umowna za wykonanie powyższego wynosi **619 900,00 zł brutto**, przy czym wynagrodzenie wypłacane było – zgodnie z „Harmonogramem realizacji prac i płatności” w ściśle określonych ratach za kolejne etapy działań, i tak:

w 2013 roku – kwota: 36 000 brutto
w 2014 roku – kwota: 207 900 brutto
w 2015 roku – kwota: 188 000 brutto
na dzień 30.09.2016 roku – kwota: 165 440 brutto.

4. Gmina Miasta Gdyni nie planuje wykonania instalacji grzewczej na terenie Miejskich Hal Targowych. Obiekt jest wpisany do Rejestru zabytków Gdyni, prowadzonego przez Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków w Gdańsku, i nie jest dopuszczone prowadzenie kanałów nawiewnych w przestrzeni parteru – obniżyłoby to walory historyczne oraz estetyczne konstrukcji budynku. Z historycznego charakteru Miejskich Hal Targowych wynika, iż komunikacja i duża kubatura obiektu nie była nigdy przewidziana do ogrzewania.

Natomiast poszczególne pawilony handlowe znajdujące się wewnątrz hal mają możliwość ogrzewania dla zwiększenia komfortu kupców i klientów. W tym celu zostały wykonane określone prace związane z instalacją elektryczną.

Z up. PREZYDENTA MIASTA GDYNI

Katarzyna Gruszecka-Spychała
WICEPREZYDENT MIASTA

✓ MBR aa.

mmfocle