

# Megtudtuk a szombathelyi víztorony marketingcsomagjának részleteit

CzB - 2021-01-25 12:35:55

Lassacskán már kezdjük azt hinni, hogy sosem lesz vége a szombathelyi víztorony kálváriájának. Nem elég, hogy [balesetveszélyesek a korlátok](#) és a kávézó igen [nyögvenyelősen akar gazdára találni](#), itt van még az az [Octopus név is](#), amely [nem nyerte el a helyiek tetszését](#).

Az új név [a decemberben bejelentett új arculattal](#) jött a képbe, de hogy kinek az ötlete volt és miért is volt erre szükség, az nem volt teljesen világos.



fotó: Kiss Tamás

Kérdéseinkre az önkormányzat még korábban azt válaszolta, hogy a felújítás EU-s (TOP-os) pályázatból valósult meg, melynek része a kötelező marketingtevékenység is. Ennek keretében kellett új arculatot is tervezni a víztoronyhoz, melynek alapja ez a bizonyos fantázianév.

A választás pedig azért az Octopusra esett, mert az arculati előírások szerint a víznek kellett a középpontban lennie és úgy gondolják, hogy tökéletesen utal az „épületben folytatott tevékenységek sokszínűségére, sokrétűségére is”. Ez pedig elmondásuk szerint azt jelenti, hogy igazából nem is lett új neve az épületnek. Az arculatot, a fantázianevet és az egyéb marketing-elemeket egy versenyeztetési eljárás keretein belül kiválasztott tervezőcsapat alkotta meg.

## Újabb kérdések merültek fel

Az önkormányzat válasza után azonban felmerült bennünk néhány újabb kérdés is. Kutakodtunk a pályázat és a tervezőcsapat után, de még mindig nem állt össze a történet. Ki a tervezőcsapat? Hogyan zajlott ez a versenyeztetési eljárás? Hány pályázat érkezett? Mennyibe került és pontosan mi tartozik a marketingcsomagba? A névadás is kötelező része a marketingtevékenységének? A marketingköltség is része a TOP-os pályázatnak, vagy esetleg pluszköltséget jelent?

Kérdéseinkkel pedig a Savaria Városfejlesztési Kft.-hez irányított bennünket az önkormányzat és Kovácsné Takács Klaudia ügyvezetőtől az alábbi választ kaptuk:

*„A TOP-6.4.1-16-SH1-2017-00003 azonosító számú "Víztorony és környezetének turisztikai célú fejlesztése" című projekt része a marketing-tevékenység megvalósítása is. A "marketing eszközök fejlesztése és kiadvány elkészítése" projektelemre társaságunk meghívásos beszerzési eljárást folytatott le saját versenyszabályzata alapján. Az eljárás során 7 gazdasági szereplőt kértünk fel ajánlattételre, melyből a benyújtásra nyitva álló határidő alatt 5 társaság nyújtott be ajánlatot, melyek közül 4 volt érvényes. A kiértékelést követően a legalacsonyabb ajánlati árat nettó 8.021.100,- Ft. összeggel a LogoDepo Kft. adta, így a megvalósításra velük kötöttünk szerződést.*

A szerződés keretein belül feladatuk az arculattervezés, szórólap-, kiadvány tervezése, nyomdai előkészítése, roll-up illetve pop-up fal tervezése, gyártása, meghatározott mennyiségű promóciós eszközök (bögre, toll, kulcstartó, jegyzetömb, hűtő mágnes, szemüvegtörő, puzzle, póló) tervezése, gyártása, fotódokumentáció elkészítése, kommunikációs kisfilm készítése, rádió spotok gyártása és sugárzása, tv stúdióbeszélgetés sugárzása, önálló weboldal tervezése, programozása és kialakítása, elektronikus reklám grafikai tervezése és Szombathelyen belül 8 helyszínen 1 éven keresztül LED TV reklámfelületen történő sugárzása, valamint online marketing tevékenységek (facebook kampány).”



fotó: Baráth Noémi

Most már majdnem mindent tudunk, bízunk benne, hogy a tervezett márciusi nyitásig minden rendeződik.