

Inowrocław, 09 kwietnia 2019r.

**Pan  
Ryszard Brejza  
Prezydent Miasta Inowrocławia**

*Szanowny Panie Prezydencie,*

w 2015 roku Miasto Inowrocław hucznie zainicjowało kampanię informacyjną dotyczącą Parku Solankowego pt.: „Solanki masz gratis”, skierowaną do mieszkańców naszego miasta, Powiatu Inowrocławskiego, gości i turystów.

W ramach działań reklamowych został utworzony profil na portalu społecznościowym Facebook ([www.facebook.com/kochamsolanki](http://www.facebook.com/kochamsolanki)) oraz strona internetowa ([solankigratis.pl](http://solankigratis.pl)), gdzie, jak informowały służby prasowe Pana Prezydenta: „Można przeczytać o historii uzdrowiska, znaleźć szereg informacji i ciekawostek o Parku Solankowym, obejrzeć bogatą galerię zdjęć i film video prezentujący wszystkie walory i różne praktyczne funkcje parku. Na stronie znajduje się też deklaracja Kocham Solanki.”

Okazuje się jednak, iż mimo wydania na kampanię środków publicznych, to strona na portalu f oraz www są nieaktywne. Trudno też znaleźć informację o kampanii, w materiałach promujących Miasto Inowrocław. Nawet jeśli przyjąć, że kampania została zakończona, to oczywistym jest, że wspomniane wyżej materiały nadal powinny budować markę Solanek.

*Panie Prezydencie,*

czy akcja „Solanki masz gratis”, która prawdopodobnie kosztowała miasto kilkadziesiąt tysięcy złotych nie przyniosła oczekiwanego skutku, że wszelkie materiały jej dotyczące zniknęły z sieci?

W związku z powyższym, zwracam się z prośbą o udzielenie informacji na temat przeprowadzonej kampanii:

1. Proszę o podanie pełnego zakresu kampanii „Solanki masz gratis” (w tym plan finansowy, strategię marketingową i opis zamierzonego celu).
2. Proszę o podanie całkowitego kosztu przeprowadzenia kampanii „Solanki masz gratis”.

3. Proszę o przekazanie kopii wszystkich umów, faktur i rachunków dotyczących kampanii „Solanki masz gratis”.

4. Proszę o informację czy kampanię realizował podmiot zewnętrzny?

Jeśli tak, to proszę o:

- przekazanie kopii protokołów odbioru poszczególnych elementów kampanii wykonanych przez podmiot zewnętrzny,
- informację czy Urząd Miasta zwracał się z zapytaniami ofertowymi do innych wykonawców i w jaki sposób został wyłoniony podmiot realizujący świadczenie na rzecz UM?

5. Dlaczego kampania „Solanki masz gratis” nie jest kontynuowana m.in. poprzez pozostawianie strony internetowej i profilu Facebook zawierających istotne informacje o kampanii?

6. Czy to prawda, że jakikolwiek podmiot (osoba fizyczna) zgłaszał do Urzędu Miasta Inowrocławia lub Kujawskiego Centrum Kultury jakiegokolwiek roszczenia w związku z wykorzystaniem na potrzeby kampanii jakichkolwiek materiałów? Jeśli to prawda, to proszę o kopię korespondencji w tej sprawie.

*Panie Prezydencie,*

uważam, że inowrocławianie powinni posiadać dostęp do informacji, za które Miasto Inowrocław przecież już zapłaciło. Materiały dotyczące kampanii „Solanki masz gratis”, którą Pan przeprowadził powinny być dostępne i aktualizowane na bieżąco, a nie tylko w okresie trwania kampanii.

Miasta Inowrocław, nie stać na jednorazowe kampanie, które z zasady powinny być realizowane długofalowo.

Z poważaniem

*Damian Polak*



## ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA INOWROCŁAWIA

Inowrocław, 19 kwietnia 2019 r.

WKS-I.0003.1.2019

Pan  
Damian Polak  
Radny Rady Miejskiej  
Inowrocławia

Odpowiadając na interpelację Pana Radnego złożoną 9 kwietnia 2019 r. potwierdzam, że Miasto Inowrocław w 2015 r. przeprowadziło kampanię informacyjną, pn. „Solanki masz gratis”.

Kampania miała na celu spopularyzowanie wiedzy, również wśród mieszkańców Inowrocławia, na temat źródła finansowania utrzymania Parku Solankowego, jakim jest opłata uzdrowskowa, pobierana od kuracjuszy i osób odwiedzających Inowrocław. To kuracjusze i osoby odwiedzające utrzymują Solanki, a nie mieszkańcy Inowrocławia. Jeszcze kilka lat temu, często mieliśmy do czynienia z bezkrytycznie upowszechnianymi, nieprawdziwymi informacjami, jakoby prezydent Inowrocławia dbał jedynie o Solanki, a nie o pozostałą część miasta. Opłata uzdrowskowa, ponad 2 mln zł rocznie, pobierana od kuracjuszy, może być wydatkowana tylko w części uzdrowskowej miasta. Inne jej wykorzystanie byłoby naruszeniem prawa.

Urząd Miasta Inowrocławia nie posiada dokumentów, o które Pan prosi. Po złożeniu doniesienia przez prezydenta Miasta o możliwości popełnienia przestępstwa, wszystkie dokumenty zostały przekazane do organów prowadzących postępowanie.

Kampanie informacyjne przeprowadza się, biorąc pod uwagę cel, jaki chce się osiągnąć. Nasz cel został osiągnięty. Kampania skończyła się sukcesem. Stąd nie podzielamy wyrażonego przez Pana oczekiwania, aby wydatkować jeszcze więcej pieniędzy, tylko po to, aby ją kontynuować. Mogłoby się to spotkać z zarzutem nieefektywnego wykorzystywania środków publicznych.

Z poważaniem

WONCIECH PINIEWSKI  
Zastępca Prezydenta Miasta  
- in. Prezydenta Miasta

Do wiadomości:

1. Radny Rady Miejskiej Inowrocławia Damian Polak
2. Biuro Rady Miejskiej Inowrocławia
3. a/a