



Radny Rady Miasta Lublin Tomasz Pitucha

Lublin, dn. 10 października 2017 r.

Urząd Miasta Lublin
Biuro Obsługi Mieszkańców
pl. Króla Władysława Łokietka 1
WILNYŃSKO

Dnia 10. 10. 2017

DK04315312

L.Dz. Za *[Signature]*

Pan Krzysztof Żuk
Prezydent Miasta Lublin
za pośrednictwem
Przewodniczącego Rady Miasta Lublin

Interpelacja radnego w sprawie kampanii outdoorowej Lubelskiego Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej

Zenerowy Panie Prezydencie

W ostatnich tygodniach w Lublinie pojawiły się billboardy „Ciepło wraca”. reklamujące Lubelskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej. Osobiście mam wątpliwości co do celowości tego typu kampanii, z uwagi na to, że sieci ciepłowniczej nie kupuje się w wyniku reklamy ulicznej. Również reklama LPEC jest wątpliwa, bo logo spółki jest małe i umieszczone w samym rogu billboardu.

Docierają do mnie wątpliwości wyborców, ile mieszkańcy Lublina zapłacą za tę wątpliwą skutecznością kampanię i komu ona w istocie służy.

Z uwagi na to, że LPEC jest w 100% spółką gminy Lublin, gospodaruje na mieniu miejskim lub przekazanym przez miasto a Pan Prezydent, powołując radę nadzorczą pełni rolę kontrolną wobec zarządu spółki, uprzejmie proszę o udzielenie odpowiedzi na następujące pytania:

1. Ile trwa i ile kosztuje kampania LPEC „Ciepło wraca”.
2. Ile jest i gdzie są zlokalizowane billboardy na których umieszczona jest reklama.
3. Kto jest wykonawcą kampanii?
4. Kto jest właścicielem billboardów użytych w kampanii?

Z poważaniem
Tomasz Pitucha