

Lublin, dnia 08.08.2007 r.

Monika Wac
Radna Rady Miasta Lublin

BIURO
RADY MIEJSKIEJ w Lublinie
W P Ł Y N Ę Ł O

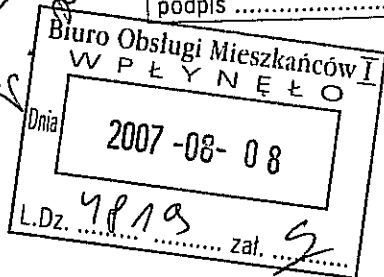
09 SIE. 2007

ilość zał. 1430
podpis

Pan
dr inż. Adam Wasilewski
PREZYDENT MIASTA LUBLIN

za pośrednictwem

Pana
Piotra Drehera
PRZEWODNICZĄCEGO
RADY MIASTA LUBLIN



Interpelacja w sprawie działań promocyjnych Urzędu Miasta Lublin

W związku z licznymi niejasnościami dotyczącymi pracy osób odpowiedzialnych za działalność marketingową Urzędu Miasta proszę o pilne udzielenie odpowiedzi, na poniższe pytania:

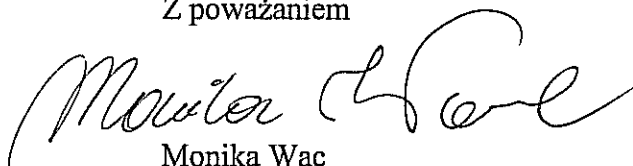
- Wskazanie podstawy prawnej funkcjonowania komórki organizacyjnej określanej, jako „Biuro Marketingu Miasta”, wraz z określeniem jej miejsca w strukturze organizacyjnej urzędu zgodnie z Zarządzeniem Prezydenta Miasta Lublin Nr 344/2007 z dnia 14 czerwca 2007 r. w sprawie nadania Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Lublin, a mianowicie w załączniku nr 1 do rozporządzenia „Regulamin Organizacyjny Urzędu Miasta” oraz załączniku nr 2 „Schemat graficzny Urzędu Miasta Lublin”,
- Określenie liczby pracowników zatrudnionych w „Biurowie Marketingu Miasta” w postaci liczby etatów, ich wymiar czasowego wraz z określeniem stanowiska służbowego,
- Wskazanie innych form zatrudnienia - umowy o dzieło i umowy zlecenie, zawartych przez Miasto Lublin w związku z prowadzoną działalnością marketingową wraz z wykazaniem podmiotów wykonujących te umowy oraz kosztów z tym związanych, w szczególności dotyczy to zakresu działań związanych z projektem „Marka Lublin”,
- Podanie spisu podwykonawców wykonujących materiały lub usługi w związku z działalnością marketingową Urzędu Miasta w okresie od 1 stycznia 2007 roku z uwzględnieniem kwot i ilości, oraz opisem przedmiotu zamówienia.

Żądam również wyjaśnienia, na jakiej podstawie prawnej Pan Michał Krawczyk został, jak należy rozumieć, upoważniony do stwierdzenia iż w wyniku **unieważnienie konkursu na logo i hasło promocyjne miasta**, „..... że on wraz z pracownikami” wybierze agencję marketingową, która zrealizuje ten projekt. Tym samym proszę podać przewidywany koszt takiego przedsięwzięcia oraz podstawę formalno-prawną upoważniająca kierownika Biura Marketingu Miasta do podejmowania arbitralnych decyzji. W związku z powyższym proszę również, o udzielenie następujących informacji:

- Podanie wysokości wynagrodzenia Pana Michała Krawczyka z tytułu pełnienia funkcji P.O. zastępcy dyrektora Kancelarii Prezydenta, oraz z tytułu pełnienia funkcji dyrektora lub kierownika Biura Marketingu Miasta,
- Przewiedzenie doświadczenia zawodowego z zakresu marketingu i promocji osoby kierującej „Biurem Marketingu Miasta”, oraz trybu w jakim została zatrudniona na w/w stanowisku,
- Udostępnienie planu pracy względnie innego dokumentu zawierającego określenie kierunków działań „Biura Marketingu Miasta Lublin” na rok 2007.
- Przedstawienie informacji, na bazie jakich danych względnie badań określono założenia „personifikacji marki” i przez kogo zostały zaakceptowane.

Trudno nie ulec wrażeniu, że zapisy zawarte w Strategii komunikacji marki „m.in.: *Mężczyzna 30 lat, żonaty, marzy o rodzinie z dwójką dzieci, zewnętrznie twardy i męski, Jeździ samochodem niemieckiej marki, Mieszka w nowym apartamencie*” sprawiają wrażenie niezdrowych projekcji kompletnego laika, które są tyleż absurdalne co nierealne.

Z poważaniem



Monika Wac