

Bielsko-Biała, 26 sierpnia 2019 r.

RM.0003.270.2019

Pan
Jarosław Klimaszewski
Prezydent Miasta
Bielska-Białej

Na podstawie art. 24 ust.6 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 506) przekazuję w załączeniu interpelację złożoną w Sekretariacie Przewodniczącego RM w dniu 26 sierpnia 2019 r. przez Radnego

PANA JANUSZA BUZKA

w sprawie **kosztów poniesionych przez miasto z tytułu organizacji imprezy 90'Festiwal przez prywatny podmiot.**

Proszę o udzielenie odpowiedzi (w dwóch egzemplarzach) na piśmie i przekazanie do Biura Rady Miejskiej nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania interpelacji.

PRZEWODNICZĄCY
RADY MIEJSKIEJ

Janusz Okrzesik



Janusz Buzek
radny VIII kadencji
Rady Miejskiej Bielska-Białej
Plac Ratuszowy 1
43-300 Bielsko-Biała

Bielsko-Biała, dn. 26 sierpnia 2019 r.

Pan
Jarosław Klimaszewski

Prezydent Miasta Bielska-Białej
Plac Ratuszowy 1
43-300 Bielsko-Biała

Dotyczy: interpelacji w sprawie kosztów poniesionych przez miasto z tytułu organizacji imprezy 90' Festival przez prywatny podmiot.

Szanowny Panie Prezydencie,

W dniu 1 sierpnia 2019 r. w „Kronice Beskidzkiej” ukazał się artykuł pt. „Stadion wynajmę gratis”. Autor publikacji odsłania kulisy finansowe imprezy pod nazwą 90' Festival, która odbyła się na Stadionie Miejskim w Bielsku-Białej w dniu 20 lipca br. Z artykułu dowiedzieć się można m.in., że:

- organizator imprezy, zarejestrowana w Katowicach firma "EXTOMUSIC" EVENT AGENCY ŁUKASZ RZEBKO, zapłacić miał za wynajem stadionu 20 tys. zł., co pokrywać miało jedynie koszty oświetlenia i zużytej wody;
- osoby posiadające kupiony u organizatora bilet wstępu na imprezę nieodpłatnie mogły korzystać z miejskiego transportu autobusowego.

W Centralnym Rejestrze Umów Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej zarejestrowana jest umowa z firmą Bardziej Kreatywni Sp. z o.o. z siedzibą w Bielsku-Białej na „promocję Miasta Bielska-Białej w czasie przygotowań, podczas oraz po imprezie 90' Festival”. Wartość umowy wynosi 160 tys. zł. Współwłaścicielem spółki jest ww. pan Łukasz Rzebko.

Z przedstawionych informacji wynika, że Gmina Bielsko-Biała wypłaciła prywatnemu podmiotowi sporą kwotę w związku z organizowaniem imprezy i nie odniosła zysku z tytułu wynajmu Stadionu Miejskiego. Przypomnę, że organizator sprzedawał bilety na imprezę w cenach od 100 do 500 zł i zakładał liczbę widzów do 16 tys.

Proszę Pana Prezydenta o:

1. Ustosunkowanie się do przywołanych doniesień prasowych, w tym dotyczących kosztów według rodzajów i wartości poniesionych przez organizatora i gminę, uwzględniając koszty zabezpieczenia murawy boiska w związku z organizacją imprezy.
2. Wydanie kopii umowy ze spółką Bardziej Kreatywni a jednocześnie odpowiedź na pytania:
 - 2.1. W jaki sposób (jakimi narzędziami, poprzez jakie nośniki, gdzie, kiedy, w jakiej ilości ekspozycji, etc.) przedmiotowa spółka zrealizowała usługę promocji miasta Bielska-Białej w czasie przygotowań, podczas oraz po imprezie 90' Festival?
 - 2.2. W jakiej wysokości został wyceniony ekwiwalent promocyjny / reklamowy dla Bielska-Białej z tytułu przedmiotowej umowy, tzn. ile gmina musiałaby wydać na reklamę, jeśli chciałaby uzyskać ekwiwalentne efekty promocji miasta albo inaczej -



- jaką kwotę należałoby wydać na ekspozycję marki Bielsko-Biała, która odbywała się przy okazji promocji i organizacji imprezy, gdyby była ona odrębnie realizowaną reklamą miasta?
- 2.3. Czy wartość spodziewanego ekwiwalentu promocyjnego / reklamowego była wskazana w przedmiotowej umowie wraz z metodologią jego wyliczenia?
 - 2.4. Czy wyliczono jeszcze inne wskaźniki efektywności promocji miasta z tytułu realizacji umowy?
 3. Opracowanie regulaminu wynajmu Stadionu Miejskiego, uwzględniającego obiektywne warunki jakie muszą zaistnieć, aby gmina mogła wynająć obiekt bez zysku, a nawet ze stratą po to, aby nie powstawały niepotrzebne wątpliwości co do faworyzowania jednych podmiotów względem innych.
 4. Jeżeli do tej pory w umowach zakładających promocję miasta nie stosowano zapisów nt. przewidywanej wartości ekwiwalentu reklamowego i spodziewanych poziomach innych wskaźników efektywności reklamy, a także metodologii ich wyliczenia oraz nie nakładano na wykonawcę obowiązku raportowania z zakresu osiągniętych rezultatów reklamowych, proszę niezwłocznie opracować wzory takich zapisów i powszechnie je stosować, aby nie narazić Pana Prezydenta na wątpliwości związane z ewentualnym bezzasadnym wydatkowaniem publicznych środków.

*z poważaniem,
Janusz Burek*