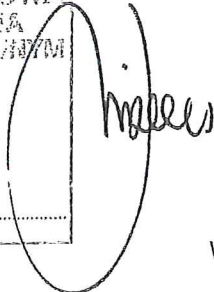


ISOR-ROE.0003.83.2018  
Tarnów (miasto), 2018-07-03

Jakub Kwaśny  
33-100 Tarnów  
Tarnów (miasto)

Wpłynęło za pośrednictwem  
e-PUAP  
do sied. P. K. Małysz  
4.07.2018r.

UKR	MIASTO TARNÓWA
KRAJOWA	AGENCJA
WYDZIAŁ	WYDZIAŁ
Wpł. do:	03.07.2018
Znak/Nr	28847
Zat.	zapis



WNIOSEK

URZĄD MIASTA TARNOWA  
33-100 TARNÓW  
TARNÓW  
UL. ADAMA MICKIEWICZA 2

wniosek ws. przedwyborczej reklamy

Szanowny Panie Prezydencie,

zwracam się z pytaniem o koszty reklam/druk materiałów "informacyjnych" jakie poniosło miasto Tarnów, a w którym prowadzona jest w sposób bezpośredni promocja Pana osoby. Mowa tutaj o ulotkach "#tarnowsiezmienia" zapraszających na spotkanie w Radach Osiedli. Mowa tutaj o reklamach radiowych, np. zapraszających do Amfiteatru, gdzie zapraszającym jest ... "Roman Ciepiela" prezydent miasta Tarnowa.

W mojej opinii jest to kampania wyborcza za publiczne pieniądze, dlatego chciałbym być świadomy w ilu miejscach Urząd wykupił dla Pana taką reklamę i jakie były jej koszty?!

Z wyrazami szacunku

Jakub Kwaśny

Radny Rady Miejskiej w Tarnowie

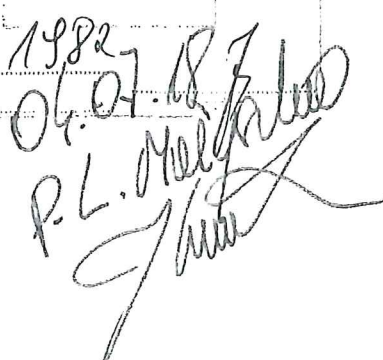
Korespondencję w tej sprawie proszę kierować do mnie za pomocą środków komunikacji elektronicznej zgodnie z art. 39' ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071, z późn. zm.).

Dokument został podpisany, aby go zweryfikować należy użyć  
oprogramowania do weryfikacji podpisu

Data złożenia podpisu: 2018-07-03T11:30:05.342+02:00

Podpis elektroniczny

URZĄD MIASTA TARNÓWA
PRZEDSIĘWZIĘCIA
W WYDZIALE
Wpł. do: 04.07.2018
Znak/Nr: 1982
06.07.18
P.L. Małysz





Prezydent Tarnowa  
Roman Ciepiela

URZĄD MIASTA TARNOWA  
REFERAT ORGANIZACYJNY  
W WYDZIALE ORGANIZACYJNYM

Wpł. dn. 18. 07. 2018

Znak/Nr 21647

Zal. podpis

Wpł. roz. 0003 83 2018  
Tarnów, dnia 13 lipca 2018 r.

WKS.0003.5.2018

**Pan Jakub Kwaśny**  
**Radny Rady Miejskiej w Tarnowie**

W odpowiedzi na Pana wniosek z dn. 3 lipca br. informuję, że odbywające się w okresie od 4 czerwca do 6 lipca br. spotkania otwarte z mieszkańcami Tarnowa były kontynuacją działań realizowanych w październiku i listopadzie 2016 r.

Podczas odbywających się wówczas spotkań, mieszkańcy Tarnowa zgłaszali szereg próśb i wniosków w zakresie m.in. poprawy infrastruktury drogowej, aranżacji osiedli, kwestii poprawy bezpieczeństwa. Wiele z postulowanych kwestii zostało w tym czasie zrealizowanych, niektóre – z przyczyn nie zawsze zależnych Urzędu czy Rady Miejskiej – jeszcze się toczą, a tarnowianom należy się rzetelna informacja zwrotna. Stąd też wykorzystałem sprawdzoną formułę i ponownie spotkałem się z mieszkańcami naszego miasta, aby mogli otrzymać odpowiedzi na nurtujące ich zagadnienia. Spotkana były dla mnie także sposobnością do poznania ich aktualnych problemów, które – w porozumieniu z merytorycznymi dyrektorami oraz jednostkami podległymi Urzędowi Miasta Tarnowa – postaram się rozwiązać. O sprawdzonej formule otwartych spotkań świadczy także to, że zarówno w 2016 roku, jak i teraz w spotkaniach uczestniczyli radni miejscy, wyrażając swoje opinie oraz troskę o miasto.

Koszty produkcji zaproszeń dla mieszkańców na spotkanie nie były wysokie. Skład ulotki został wykonany przez pracownika Wydziału Komunikacji Społecznej w ramach jego obowiązków służbowych. Koszt druku wyniósł 3 063,90 zł, koszt dystrybucji za pośrednictwem Poczty Polskiej wyniósł 2 860 zł (28 600 szt. ulotek x 10 gr), pozostałą część ulotek (13 900 szt.) roznieśli miejscy gońcy. Koszty spotów radiowych emitowanych na antenie radia ESKA, radia RDN Małopolska i radia Złote Przeboje wyniosły łącznie 4500 złotych. Spoty radiowe były zaledwie jednym z nośników kampanii informującej mieszkańców o przywróceniu miastu legendarnego miejsca i w żaden sposób nie można tego traktować jako formy kampanii przedwyborczej. Informacje o finalizacji i oddaniu inwestycji były bowiem podawane do publicznej wiadomości w różnicowany sposób (bilbordy, przystanki, miejska strona internetowa, miesięcznik Tarnów.pl, media społecznościowe)



Prezydent Tarnowa  
Roman Ciepiela

i miały formę ogólną. Jedynie w spotach radiowych, ze względu na specyfikę radia jako nośnika informacji oraz przypadającą w tym czasie inaugurację Święta Miasta – ZDEARZEŃ, Strefy Kibica i pozostałych funkcjonalności Amfiteatru przybrały one formę bardziej osobową.

Chciałbym podkreślić, iż sytuacja, w której prezydent miasta zaprasza mieszkańców na ważne wydarzenie organizowane przez miasto nie jest niczym nowym czy rzadko spotykanym. W mojej ocenie jest to jak najbardziej naturalne i logiczne, jak również jest okazaniem szacunku mieszkańcom miasta.

Z poważaniem