

**Protokół nr 2/XII/2014**

**posiedzenia Komisji Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej  
Rady Miejskiej w Łodzi  
z dnia 22 grudnia 2014 r.**

**I. Obecność na posiedzeniu:**

członkowie Komisji Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej RM

stan - 10

obecnych – 9

- **radny p. Jarosław Tumiłowicz** – nieobecny nieusprawiedliwiony

Zaproszenia dla radnych oraz gości stanowią **załączniki nr 1 i nr 2** do protokołu.

Listy obecności radnych oraz gości stanowią **załączniki nr 3 i nr 4** do protokołu

**II. Proponowany porządek obrad:**

1. Przyjęcie protokołu **nr 1/XII/2014**.
2. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie uchwalenia budżetu miasta Łodzi na 2015 rok – **druk nr 271/2014** w zakresie:
  - Biura Informacji i Komunikacji Społecznej
  - Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą,
  - Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta,
  - Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy,
  - Biura Strategii Miasta,
  - Centrum Informacji Turystycznej,
  - Wydziału Edukacji,
  - Wydziału Kultury,
  - Wydziału Sportu.
3. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie uchwalenia Wieloletniej Prognozy Finansowej miasta Łodzi na lata 2015-2040 – **druk nr 272/2014** w zakresie ww. wydziałów.
4. Sprawy wniesione i wolne wnioski.

**III. Przebieg posiedzenia.**

Po stwierdzeniu kworum, na podstawie podpisów złożonych na liście obecności **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** otworzyła posiedzenie.

#### **Ad. 1. Przyjęcie protokołu z 1. posiedzenia Komisji.**

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, czy do protokołu z 1. posiedzenia Komisji są jakieś uwagi.

W związku z brakiem uwag, przewodnicząca Komisji przeszła do głosowania nad przyjęciem protokołu z 1. posiedzenia Komisji.

**W głosowaniu:** przy 8 głosach „za”, braku głosów „przeciw” i „wstrzymujących się” Komisja przyjęła protokół z 1. posiedzenia.

#### **Ad. 2. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie uchwalenia budżetu miasta Łodzi na 2015 rok – druk nr 271/2014 w zakresie:**

- Biura Informacji i Komunikacji Społecznej
- Wydziału Sportu.
- Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy,
- Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta,
- Centrum Informacji Turystycznej,
- Wydziału Kultury,
- Wydziału Edukacji,
- Biuro ds. EXPO
- Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

#### **Biuro Informacji i Komunikacji Społecznej**

**Dyrektor Biura p. Mariusz Goss** poinformował, że wydatki bieżące Biura zostały zaplanowane na kwotę 256 tys. 316 zł. W ramach wydatków bieżących Biuro realizuje wydatki związane z obsługą Biura na kwotę 67 tys. 180 zł Wydatki te zostały zaplanowane min. na koszty prowadzenia stron internetowych i portali społecznościowych, koszty produkcji materiałów multimedialnych, koszty materiałów informacyjnych, okolicznościowych i periodycznych, koszty umów z autorami publikacji, koszty zakupu zdjęć, koszty wynikające z działalności Biura oraz koszty zakupu książek i materiałów na potrzeby bieżącej działalności Biura. Na wydatki związane z kwartalnikiem „Kronika Miasta Łodzi” zaplanowano kwotę 92 tys. 20 zł. Na prenumeratę prasy zaplanowano kwotę 70 tys. zł, natomiast na organizację imprez, obchodów rocznic, uroczystości i świąt państwowych zaplanowano kwotę 27 tys. 116 zł.

**Radny p. Władysław Skwarka** zapytał, czy Biuro odpowiada tylko za organizację jednej imprezy „Święto Łodzi”.

**Dyrektor Biura p. Mariusz Goss** odpowiedział, że Biuro odpowiada również za organizację 19 stycznia, Dnia Rocznicy Katyńskiej, 1 września oraz za inne imprezy.

**Radny p. Władysław Skwarka** zapytał, jaka jest proporcja pomiędzy Świętem Łodzi a pozostałymi tragediami narodowymi.

**Dyrektor Biura p. Mariusz Goss** powiedział, że miasto obchodzi nie tylko tragedie. Dodał, że Biuro produkuje kartki okolicznościowe, które rozsyłane są na różnego rodzaju święta np. na dzień 3 maja, czy na Dzień Wojska Polskiego. W tym roku organizowane były obchody 100 – lecia wejścia Legionów Polskich do Łodzi.

**Radny p. Władysław Skwarka** zapytał, czy te kartki, które podpisuje Pani Prezydent i Pani Wojewoda to dzieło Biura.

**Dyrektor Biura p. Mariusz Goss** odpowiedział, że tak.

**Radny p. Władysław Skwarka** zapytał, jaki jest w tym udział Urzędu Wojewódzkiego.

**Dyrektor Biura p. Mariusz Goss** poinformował, że jedną część kartek produkuje Urząd Miasta a drugą część Urząd Wojewódzki.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, jaki był budżet Biura w zeszłym roku.

**Dyrektor Biura p. Mariusz Goss** odpowiedział, że zbliżony.

### **Wydział Sportu**

**Dyrektor Wydziału p. Marek Kondraciuk** poinformował, że Wydział w budżecie na 2015 rok nie zaplanował żadnego zadania związanego z promocją.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, jaki był budżet Wydziału w zeszłym roku.

**Dyrektor Wydziału p. Marek Kondraciuk** powiedział, że w tamtym roku odbywały się Mistrzostwa Świata w Siatkówce, więc w ramach promocji było to 6 mln 900 tys. zł.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy w budżecie miasta nie zarezerwowano żadnych środków na wsparcie imprezy, która będzie się odbywała w Atlas Arenie pod nazwą IeSF Mistrzostwa Świata w Cybersporcie. Zapytał, czy Wydział się tym zajmuje.

**Dyrektor Wydziału p. Marek Kondraciuk** odpowiedział, że nie.

**Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski** powiedział, że tutaj jest pewien problem, bo w części dotyczącej klasyfikacji budżetowej jako promocję, to rzeczywiście zarówno Wydział Sportu i Biuro ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta takich zadań nie ma. W związku z tym trudno jest cokolwiek powiedzieć na ten temat. Dodał, że każde większe zadanie ma w sobie element promocji danego zadania, czy promocji miasta. Niemniej jednak w przypadku Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta nie odnosiłby się wprost do spraw promocyjnych.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** powiedziała, że cały czas słyhać o akcji promocja przez sport, cały czas słyhać, iż niektóre drużyny czy kluby sportowe promują

Łódź na arenie krajowej i międzynarodowej, co mogłoby świadczyć o tym, że na promocje Łodzi wydaje się spore środki.

**Dyrektor Departamentu Komunikacji Społecznej i Zdrowia p. Luiza Staszczak – Gąsiorek** uzupełniła, że jest to w ramach dotacji.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** podkreśliła, że wie, iż jest to w ramach dotacji. Zwróciła uwagę, że w budżecie Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta znajdują się dwa takie zadania.

**Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski** wskazał, że to też nie są zadania o charakterze promocyjnym. Dodał, że jeśli chodzi o Wydział Sportu to rzeczywiście promocja poprzez sport do niedawna była jako odrębne zadanie i wtedy były zlecenia i podpisywane umowy na promocję w ramach imprez, czy zawodów organizowanych przez kluby sportowe. Zaznaczył, że teraz wsparcie odbywa się w formie dotacji po przeprowadzeniu procedury konkursowej i to tak naprawdę nie jest stricte promocja. Nadmienił, że w przyszłym roku w Łodzi będzie odbywał się mityng lekkoatletyczny, ale tu też jest kwestia dotacji i to jest kwalifikowane w dziale Sport.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy nie ma świadczeń zwrotnych w postaci ekspozycji reklamowej.

**Dyrektor Departamentu Komunikacji Społecznej i Zdrowia p. Luiza Staszczak – Gąsiorek** wyjaśniła, że impreza będzie promowana jako wydarzenie w mieście.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy jest gwarancja ekspozycji, umieszczenia znaku Łodzi na jakiś nośnikach itd.

**Dyrektor Departamentu Komunikacji Społecznej i Zdrowia p. Luiza Staszczak – Gąsiorek** powiedziała, że jest podpisana umowa dotacyjna na organizację mityngu z Okręgowym Związkiem Lekkiej Atletyki, ponieważ jest to impreza, w którą włącza się również sponsor, gwarantujący ze swojej strony promocję tego wydarzenia na arenie krajowej, międzynarodowej i Łodzi.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, kto jest sponsorem.

**Dyrektor Departamentu Komunikacji Społecznej i Zdrowia p. Luiza Staszczak – Gąsiorek** odpowiedziała, że Strauss Cafe.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** powiedziała, że Biuro ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta realizuje zadanie dotyczące opracowania modelu prowadzenia rewitalizacji obszarów miejskich na wybranym obszarze w Mieście Łodzi. Zapytała, czy w ramach Biura jest przewidziana promocja tych działań wśród mieszkańców i na zewnątrz.

**Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski** podkreślił, że jest to projekt finansowany z Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju. Każdy projekt, czy to unijny czy duży projekt realizowany z budżetu państwa ma pewne wydatki o charakterze promocyjnym. Projekty te są związane z promocją danego obszaru. W związku z tym, jeśli tak by chcieć szeroko rozpatrywać promocję to tak naprawdę prawie każdy wydział musiałby być tutaj zaproszony i powiedzieć, co w ramach każdego projektu wykonał w ramach jego promocji.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** podkreśliła, że dlatego też zaproszono na dzisiejsze posiedzenie Biuro ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta, które jest w tej chwili nieobecne.

**Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski** powiedział, że postara się poprosić kogoś z Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta. Jednocześnie poprosił, aby przejść do omawiania kolejnego Wydziału.

### **Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy**

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** poinformował, że budżet Biura na 2015 rok wynosi 3 mln 359 tys. 297 zł. Wydatki bieżące w zakresie promocji jednostek samorządu terytorialnego zostały zaplanowane na kwotę 3 mln 17 tys. zł, z czego na działania w zakresie rozwoju zasobów ludzkich przewidziano kwotę 180 tys. 500 zł, natomiast na poprawę zewnętrznej dostępności komunikacyjnej miasta Łodzi – promocja połączeń lotniczych zaplanowano kwotę 1,5 mln zł. Zadanie to zostało uwzględnione w WPF. Kolejne zadanie „Współpraca z wyższymi uczelniami” zostało zaplanowane na kwotę 963 tys. 650 zł. Znaczna część tej kwoty zostanie rozdysponowana przede wszystkim na Łódź Akademicką - 430 tys. zł, kwotę 60 tys. zł planuje się wydatkować na dofinansowanie obchodów 70 – lecia Łodzi Akademickiej, 130 tys. zł planuje się na Festiwal Nauki, Techniki i Sztuki, 100 tys. zł planuje się przeznaczyć na projekt pn. „Językowzięci”, 260 tys. zł na stypendia miasta Łodzi i 20 tys. zł proponuje się wydatkować na Juwenalia. Dodał, że środki w wysokości 230 tys. 645 zł planuje się w 2015 roku przeznaczyć na zadanie „Rynek pracy, promocja przedsiębiorczości, udział w konferencjach i targach, organizacja konkursów”. Z tej kwoty zostanie sfinansowany projekt „Mam pomysł na biznes” – 95 tys. zł, kwotę 13 tys. zł planuje się wydatkować na projekt „Lider nowoczesnych technologii” 20 tys. zł będzie przewidziane na działania w ramach systemu doradztwa i szkoleń łódzkiego centrum przedsiębiorczości i 50 tys. zł z przeznaczeniem na kontynuację projektu unijnego. Kolejne wydatki Biura dotyczą realizacji trzech projektów unijnych realizowanych do czerwca 2015 roku. Jest to jeden projekt „Łódź kreuje innowacje” z kwotą 142 tys. 232 zł i dwa projekty dla osób, które podjęły się działalności gospodarczej po 50 roku życia „Biznes 50+ - im dojrzałszy, tym lepszy” z kwotą 145 tys. 313 zł i „Kreowanie biznesu – wsparcie dla młodych Łódzian” z kwotą 187 tys. 657 zł. W ramach tych dwóch ostatnich projektów będzie wypłacane tzw. wsparcie pomostowe a środki te będą przeznaczone na wszystkie koszty związane z zarządzaniem projektem. Pozostałe wydatki Biura to kwoty wynikające z realizacji przez Biuro zadań z ustawy o transporcie drogowym.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy** zapytała, czy w tych ostatnich trzech projektach, kwoty na te zadania w roku poprzednim były wyższe czy niższe.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** odpowiedział, że w roku 2014 na projekty była zaplanowana kwota blisko 3 mln 800 tys. zł. Podkreślił, że główne działania projektowe miały miejsce w roku 2014, natomiast rok 2015 są to już tzw. końcówki.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zwrócił uwagę, że w 2014 roku na poprawę zewnętrznej dostępności komunikacyjnej miasta Łodzi była planowana kwota 1,2 mln zł. Na 2015 rok

zaplanowano kwotę 1,5 mln zł, czyli jest wzrost o 300 tys. zł. Zapytał, w jaki sposób będzie wdrażana ta promocja, jeśli chodzi łódzkie lotnisko i czy Lotnisko zamierza pozyskać w ten sposób jakieś nowe połączenie, jeśli tak to, z jakim państwem, czy miastem.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** odpowiedział, że jest to kwota, która jest adekwatna do tego, co planuje UMŁ i Lotnisko. Są to przede wszystkim działania związane z promocją Lotniska nie z dofinansowaniem bezpośrednim jakiejś linii czy operatora lotniczego. Dodał, że Lotnisko cały czas prowadzi działania, które mają na celu pozyskanie kolejnego przewoźnika. Wyraził opinię, że te środki finansowe w pełni zabezpieczą ewentualne wydatki, które będą związane z tym zadaniem.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, co się mieści w tej kwocie 300 tys. zł, że jest wzrost na 2015 rok.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** wyjaśnił, że przede wszystkim wykorzystanie wszystkich nośników informacyjnych, czyli reklama i promocja w mediach, na stronach internetowych, bezpośrednio wydawanie różnego rodzaju informatorów, ulotek i materiałów promocyjnych, które są wręczane na pokładach samolotów.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, czy wyliczono dokładnie ten kosztorys, czy jest ogólny zarys, gdzie i w jakich mediach będzie promowane łódzkie Lotnisko.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** wskazał, że na dzień dzisiejszy nie można mówić o konkretach, ponieważ wszystkie te działania polegają na znalezieniu operatora w ramach ustawy prawo zamówień publicznych i to oferent ewentualnie promuje, jakie działania będzie prowadził i jak je wyceni szczegółowo w poszczególnych kwotach.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** powiedział, że rozumie, iż nie ma szczegółowego planu promocyjnego, jeśli chodzi o kwotę 1,5 mln zł.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** odpowiedział, że ta kwota wynika przede wszystkim z tych wydatków, które były w latach poprzednich i z uogólnienia kwot przeznaczanych na działania promocyjne, jeśli chodzi o łódzkie Lotnisko. Dodał, że mniej więcej wiadomo, Biuro ma informację, ile średnio kosztowała taka kampania promocyjna w latach poprzednich i na tej podstawie planując dwie czy trzy kampanie promocyjne można określić szacunkowo, jaką kwotę przeznaczyć w 2015 roku na ten cel. Podkreślił, że przede wszystkim te działania promocyjne są ustalone z łódzkim Lotniskiem.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, czy w 2015 roku Lotnisko zamierza pozyskać nowe połączenia lotnicze.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** powiedział, że wie, iż takie rozmowy trwają. Dodał, że z różnych powodów nie jest w stanie przekazać informacji, z jakim przewoźnikiem te rozmowy się toczą, ponieważ nie jest upoważniony do posiadania tego typu wiedzy, czy informacji.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zainteresowała się wydatkowaniem środków na zadanie „Rynek pracy, promocja przedsiębiorczości, udział w konferencjach

i targach, organizacja konkursów”. Zapytała, jaka kwota była przewidziana na to zadanie w tegorocznym budżecie, czy kwota zapisana na 2015 rok jest wystarczająca.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** odpowiedział, że według niego kwota 230 tys. zł jest wystarczająca. W 2014 roku była to kwota 260 tys. zł. Zaznaczył, że z tych środków finansowych będą finansowane różne projekty i programy. W ramach tych zadań na 2015 rok nie są przewidziane dodatkowe inne potrzeby.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, czy Biuro przewiduje aplikowanie o środki z przeznaczeniem na rozwój rynku pracy i przedsiębiorczość jak pojawią się środki z nowej perspektywy unijnej. Zwróciła uwagę, że na 2015 rok Biuro zaplanowało na ten cel mniej więcej 50 % kwoty budżetu 2014 roku.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** potwierdził, że te środki są mniejsze niż w roku bieżącym, ale one wynikają głównie z tego, iż było dofinansowanie unijne. Na zadania stricte Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy po oddzieleniu tych projektów unijnych była kwota 2 mln 700 tys. zł, a teraz jest 3 mln 300 tys. zł, można więc powiedzieć, że ten budżet jest wyższy. Dyrektor zaznaczył, że Biuro przygotowuje się do nowej perspektywy finansowej, natomiast o konkretach będzie można mówić dopiero wtedy, kiedy będą jasne i czytelne wytyczne w ramach danych programów operacyjnych. Biuro będzie starało się pozyskiwać środki unijne na bieżące i nowe zadania.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** powiedziała, że rozumie, iż jak pojawią się już wytyczne, co do nowej perspektywy finansowej to Komisja dostanie informację, w jakim kierunku zmierza Biuro, gdzie aplikuje, jak zamierza wspomóc lokalny rynek pracy.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** powiedział, że tak.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zapytał, jak kształtują się wydatki z przeznaczeniem na współpracę z wyższymi uczelniami w stosunku do lat ubiegłych.

**Z-ca dyrektora Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy p. Adam Kwaśniak** poinformował, że w 2014 roku była to kwota 1 mln zł, obecnie jest to kwota 963 tys. zł. Podkreślił, że jest to kwota mniejsza o 30 tys. zł, ale wszystkie te zadania, które były realizowane w 2014 roku a wymagają kontynuacji w roku 2015 zostały utrzymane i zostaną sfinansowane ze środków Biura.

### **Biuro ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta**

**Dyrektor Biura p. Marcin Objalski** poinformował, że w budżecie na 2015 rok Biuro nie ma zaplanowanych środków wprost dedykowanych wyłącznie na promocję, natomiast są to działania promocyjne, które występują przy poszczególnych zadaniach. Jest to przede wszystkim projekt pilotażowy, który obecnie realizuje Biuro we współpracy z Ministerstwem Infrastruktury i Rozwoju z kwotą blisko 4 mln zł. Projekt jest już na zaawansowanym etapie, na początku roku będzie funkcjonowała strona internetowa poświęcona rewitalizacji Centrum Łodzi. Ta strona będzie stanowiła początek do Centrum Wiedzy, które będzie prowadzić miasto. Dodał, że z Centrum Wiedzy będą korzystać inne samorządy w Polsce w ramach

upowszechniania modelu przygotowania i prowadzenia działań rewitalizacyjnych. W ramach tego projektu jest również dosyć szeroki moduł poświęcony konsultacjom społecznym. W ramach tego projektu Biuro będzie przeprowadzać konsultacje społeczne kolejnych 12 projektów. W projekcie tym planuje się poprzez operatora prowadzenie szeroko zakrojonej akcji promocyjnej, żeby dotrzeć do wszystkich mieszkańców z informacją na temat procesu planowanej rewitalizacji. Ponadto obecnie i w 2015 roku Biuro będzie realizować działania bezkosztowe promocyjne, czyli przyjmowanie delegacji z innych miast, które przyjeżdżają do Łodzi. Nadmienił, że są to delegacje złożone z posłów, działacze ruchów miejskich, z radnych Rad Miejskich. Biuro pokazuje tym delegacjom, co robi w tej chwili, miasta wymieniają się swoimi doświadczeniami. Te działania można uznać za promocyjne, dosyć skuteczne i bardzo efektywne kosztowo. Dyrektor zaznaczył, że jeśli chodzi o działalność promocyjną w zakresie rewitalizacji Biuro ściśle współpracuje z Biurem ds. Expo. Są przygotowane wspólne prezentacje min. z programu Mia100 Kamienic, która są rozpowszechniane poza granicami kraju.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zainteresował się wydatkowaniem 3 mln 424 tys. zł na zadanie pn. „Opracowanie modelu prowadzenia rewitalizacji obszarów miejskich na wybranym obszarze w Mieście Łodzi”. Radny zapytał, kiedy będą pierwsze efekty tych prac oraz jakie działania będą wykonywane.

**Dyrektor Biura p. Marcin Obijalski** odpowiedział, że projekt ten ma charakter projektu innowacyjnego, czyli projektu badawczego w ramach, którego opracowuje się nowe instrumenty. Można tutaj mówić o wypracowaniu modelu prowadzenia działań rewitalizacyjnych, rewitalizacji rozumianej bardzo szeroko poprzez aspekty techniczne, społeczne, gospodarcze. Dyrektor zaznaczył, że rewitalizacja jest to bardzo szerokie pojęcie dookreślane na poziomie ustawy, które jest dopiero definiowane. W związku z tym obecnie Biuro bada i przygotowuje coś bardzo nowatorskiego, dlatego też trudno będzie przedstawić w szczegółach, co to będzie. Podkreślił, że na pewno będzie to szeroki wachlarz diagnoz, badań i analiz w zakresie funkcjonowania miasta. Chodzi między innymi o oddziaływanie wzajemne poszczególnych obszarów miasta, badanie jak obszary peryferyjne oddziałują na centrum i odwrotnie, dlaczego mieszkańcy przemieszczają się w takich a nie innych kierunkach, dlaczego wybierają za miejsce zamieszkania takie a nie inne obszary, gdzie jest większe nagromadzenie, jeśli chodzi o miejsca pracy. Trzeba dokonać wielu takich diagnoz i analiz, żeby pozyskać wiedzę, jakiego typu działania trzeba podjąć, żeby miasto funkcjonowało lepiej, skuteczniej, bardziej efektywnie i bardziej odpowiadało na potrzeby mieszkańców. Główne kierunki to strona internetowa, konsultacje społeczne, program edukacyjny. Dyrektor powiedział, że program edukacyjny będzie realizowany od września w łódzkich szkołach podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Celem tego programu będzie budowanie tożsamości własnego miasta wśród dzieci i młodzieży przede wszystkim przy wykorzystaniu innowacyjnych narzędzi, nie książek podręczników, ćwiczeń, ma to być forma zabawy, warsztatów, gier terenowych, chodzenia po mieście, zaliczania pewnych zadań. Zamierzeniem tego programu jest uzyskanie efektu takiego, że dzieci i młodzież będą wiedziały, w jakim mieście mieszkają, dlaczego warto w to miasto inwestować, dlaczego warto tu mieszkać i dlaczego warto się chwalić, że z tego miasta się pochodzi. Dyrektor powiedział, że pomoce, które posłużą przy wdrażaniu tego programu będą wykorzystywane w następnych latach, ponieważ Biuro chce realizować go w kolejnych cyklach edukacyjnych



**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, od kiedy ruszy ten program.

**Dyrektor Biura p. Marcin Obijalski** odpowiedział, że od września. Później ten program będzie realizowany rok rocznie.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, jaka kwota jest przeznaczona na ten program.

**Dyrektor Biura p. Marcin Obijalski** odpowiedział, że około 1 mln zł.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, czy ten 1 mln zł będzie wykorzystany w przeciągu czterech miesięcy.

**Dyrektor Biura p. Marcin Obijalski** podkreślił, że nie wie dokładnie czy to będzie 1 mln zł, ponieważ nie ma przy sobie szczegółowego budżetu tego projektu. Dodał, że może w późniejszym czasie przedstawić szczegółową prezentację tego projektu.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** poprosił o przesłanie tej informacji pocztą mailową.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** wskazała, że jest to na tyle ciekawy projekt, iż mógłby być tematem jednego z kolejnych posiedzeń Komisji.

**Dyrektor Biura p. Marcin Obijalski** powiedział, że bardzo chętnie, zaprosi wtedy p. Hanę Gil-Piątek, która jest kierownikiem tego projektu. Prezentacja jest gotowa. Wydaje się, iż będzie to najlepsza forma przedstawienia tego zagadnienia. Dyrektor dodał, że te największe koszty będą dotyczyły przygotowania pomocy dydaktycznych. Pomoce te będą służyły w kolejnych latach.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zaproponowała, aby odbyć wspólne posiedzenie z Doradczą Komisją ds. Rewitalizacji Miasta, którego tematem będzie działalność promocyjna miasta w zakresie rewitalizacji.

### **Centrum Informacji Turystycznej**

**Dyrektor CIT p. Iwona Borowińska** poinformowała, że kwota zaplanowana na realizację wydatków bieżących na rok 2015 to kwota w wysokości 517 tys. 508 zł. Jest to kwota CIT, którą zamierza wydatkować tylko na pokrycie bieżącej działalności, a mianowicie utrzymanie sieci punktów informacji turystycznej w Łodzi przy ulicy Piotrkowskiej 87, na Dworcu PKP Łódź – Kaliska, na terenie Portu Lotniczego im. Wł. Reymonta oraz mobilnych punktów informacji turystycznej. Kwota obejmuje wynagrodzenia wraz z pochodnymi, opłaty związane z najmem i eksploatacją sieci punktów informacji turystycznej. Z tej kwoty jednostka zamierza dokonać zakupu materiałów i usług związanych z działalnością instytucji min. prasy, tonerów, papieru, druku materiałów promocyjnych, usług pocztowych, usług informatycznych. W tej kwocie zawarta jest także opłata za utrzymanie systemu informacji turystycznej w oparciu o fotokody oraz utrzymanie sklepiku z łódzkimi pamiątkami i wydawnictwami, jak również pokrycie kosztów udziału w targach turystycznych w Berlinie oraz w wybranych krajowych imprezach i konferencjach turystycznych.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka** zapytała, czy w tej kwocie są zapewnione środki na druk folderów informacyjnych o naszym mieście.

**Dyrektor CIT p. Iwona Borowińska** odpowiedziała, że znajdują się. Natomiast jest to kwota bardzo niewielka. W roku 2014 CIT wydał na druki około 5 tys. zł. Były to druki różnych ulotek min. Łódź śladami Juliana Tuwima, Księży Młyn w wersji polskiej i angielskiej jak

również nowy produkt Osiedla w nurcie modernizmu. W tej kwocie także znajdowały się środki przeznaczone na zakup wizytówek. Pani dyrektor dodała, że działalność wydawnicza CIT wygląda w ten sposób, iż współpracuje na co dzień z Biurem Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą, często opracowuje materiały promocyjne, które później są drukowane z budżetu Biura Promocji. Pani dyrektor wyraziła nadzieję, że tak będzie również w 2015 roku. Nadmieniła, że jeśli chodzi o wyposażenie punktów w materiały promocyjne to są one dostępne w dużych ilościach i w wielu wersjach językowych.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy** zapytała o targi turystyczne w Berlinie. Zapytała, czy to jest jedyne miasto za granicą, w którym Łódź będzie się promowała i dlaczego akurat Berlin.

**Dyrektor CIT p. Iwona Borowińska** odpowiedziała, że impreza turystyczna w Berlinie to największe targi turystyczne na świecie i nie może tam zabraknąć Łodzi. Jest to impreza o charakterze wizerunkowym. Zaznaczyła, że udział CIT w tych targach jest ograniczony do udziału jednej osoby, która zajmuje się obsługą stoiska. Na etapie przygotowania budżetu na 2015 rok CIT otrzymał informację z Biura Promocji, że w roku 2015 planowany jest udział jedynie w tych targach turystycznych.

### Wydział Kultury

**Z-ca dyrektora Wydziału p. Małgorzata Krupot – Błasiak** poinformowała, że w projekcie budżetu Wydziału Kultury, który realizowany jest w trzech działach, w jednym z tych działów 750 – Administracja publiczna ponoszone są wydatki na promocję. Wydatki te zostały zaplanowane na kwotę 858 tys. 233 zł i są przeznaczone na wsparcie realizacji produkcji filmowych w kwocie 747 tys. 36 zł oraz na pozostałą działalność w kwocie 111 tys. 197 zł, z czego 6 tys. zł zaplanowano wydatkować na opłaty składek na rzecz związków i stowarzyszeń oraz 105 tys. 197 zł zaplanowano przeznaczyć na zadanie „Łódzkie Przyjazne Filmowcom”. Działania te prowadzone są przez Zespół ds. filmu, który znajduje się w strukturach Wydziału. Dodała, że w 2014 roku wydatki były na podobnym poziomie.

### Wydział Edukacji

**Z-ca dyrektora Wydziału p. Dobrosław Bilski** poinformował, że Wydział realizuje kilka zadań związanych z promocją. Jest to min. zadanie „Wymiana i współpraca młodzieży z zagranicą” z kwotą 50 tys. zł. Są to środki przeznaczone na realizację celów tkj. podnoszenie jakości kształcenia, promowanie nauki języków obcych, wymianę doświadczeń pedagogicznych. W głównej mierze są to środki przeznaczone na dofinansowanie partnerskich wyjazdów zagranicznych z wyłączeniem innych projektów finansowanych ze źródeł zewnętrznych. Kolejne zadanie realizowane przez Wydział to „Promocja oświaty” z kwotą 29 tys. 800 zł. Są to środki przeznaczone na promowanie osiągnięć uczniów uzdolnionych oraz ich wychowawców w szkołach i mediach, rozmaitego rodzaju konkursy wiedzy. Te środki zostaną przeznaczone dla szkół i placówek oświatowych prowadzonych przez miasto, na dofinansowanie w szczególności organizacji cyklicznych imprez, konkursów przedmiotowych, interdyscyplinarnych, tematycznych przeglądów twórczości dzieci, wspieranie uczniów zdolnych. Kolejna pozycja dotyczy organizacji „Dnia Przedszkolaka” z kwotą 32 tys. 500 zł. Środki te planuje się przeznaczyć na zorganizowanie centralnych

obchodów „Dnia przedszkolaka”. Następna pozycja dotyczy zadania „Miejski system wspierania uczniów uzdolnionych „Mia100 Zdolnych” – stypendia dla uczniów” z kwotą 50 tys. zł w budżecie gminnym i 50 tys. zł w budżecie powiatowym. Środki będą przeznaczone na promowanie osiągnięć uczniów uzdolnionych oraz ich wychowawców w szkołach i mediach. Dyrektor dodał, że po za tym przez placówki nadzorowane przez Wydział Edukacji będą organizowane projekty unijne i w ramach tych działań będą przeznaczane środki na promocję stosownie do treści tych projektów i zawieranych umów na dofinansowanie.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, jaki był budżet w 2014 roku, jeśli chodzi o zadanie „Wymiana i współpraca młodzieży z zagranicą”.

**Z-ca dyrektora Wydziału p. Dobrosław Bilski** odpowiedział, że nie było takiego zadania w 2014 roku.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, czy jest to nowe zadanie.

**Z-ca dyrektora Wydziału p. Dobrosław Bilski** wyjaśnił, że jest do powrót do zadania, które było wcześniej.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, w którym roku było wcześniej.

**Z-ca dyrektora Wydziału p. Dobrosław Bilski** powiedział, że w 2013 roku z tą samą kwotą 50 tys. zł.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zapytał, dlaczego w budżecie na 2014 rok nie było tego zadania.

**Z-ca dyrektora Wydziału p. Dobrosław Bilski** powiedział, że nie umie odpowiedzieć na to pytanie, ponieważ nie uczestniczył w pracach nad tamtym budżetem. Dodał, że przypuszcza, iż nie było środków na realizację tego zadania.

### **Biuro ds. Expo**

W zastępstwie dyrektora Biura, **inspektor p. Maciej Riemer** poinformował, że aplikację o organizację EXPO miasto Łódź złoży w 2016 roku, natomiast głosowanie nad przyznaniem praw będzie miało miejsce w 2017 roku. W 2015 roku miasto Łódź opracuje dokumentację, czyli aplikację, strategię promocji, studium wykonalności dla tego projektu, stąd też nie można w tej chwili precyzyjnie powiedzieć jak będzie kształtowała się strategia promocji. Natomiast Biuro ds. Expo jest w stanie założyć pewne ogólne działania, które w ramach projektu trzeba podjąć. Po pierwsze program biznesowo – sponsorski to warunek, który został opisany w regulaminie Międzynarodowego Biura Wystaw i zmierza do komercjalizacji wystawy. Po drugie włączenie społeczności lokalnej, czyli poczucie Łodzian, że EXPO jest imprezą, która przynosi korzyści. Podkreślił, że taka świadomość w Łodzi jest dość niska, stąd też należy tę świadomość podnieść, również poprzez promocję tematu rewitalizacji, który będzie tematem wystawowym Biura. Po trzecie promocja organizowana we współpracy z polskimi placówkami dyplomatycznymi tzn. konsulatami, ambasadami i instytucjami polskimi. Po czwarte poprzez udział w EXPO 2015 w Mediolanie. Jest to wydarzenie, które będzie skupiało uwagę gremiów związanych z organizacją wystaw światowych w przyszłym roku. Ponadto Biuro ds. Expo posiada w budżecie miasta na 2015 rok wydatki na

opracowanie ekspertyz i analiz związanych z analizą politologiczną i zdefiniowaniem krajów, które potencjalnie mogą poprzeć Łódź w staraniach o przyznanie praw do organizacji EXPO.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, jak będzie wyglądał udział Łodzi w Mediolanie, czy Łódź będzie miało swoje stoisko, prezentację.

**Inspektor p. Maciej Riemer** wyjaśnił, że udział krajów w wystawach światowych zazwyczaj przebiega poprzez pawilony krajowe, które są aranżowane na terenie wystawy. Za organizację polskiego pawilonu odpowiada PARP (Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości) oraz PAIZ (Polska Agencja Inwestycji Zagranicznych). Ten polski pawilon jest w tej chwili budowany, Łódź będzie miała swój udział w tym pawilonie. Zaznaczył, że biorąc pod uwagę ilość gości zwiedzających samo EXPO, która może wynosić nawet 15-18 milionów, sam udział w pawilonie jest niedostateczny, ponieważ masa wydarzeń, jaka ma miejsce w pawilonie jest przytłaczająca. Stąd też Łódź chciałaby wyjść poza sam teren EXPO do miasta Mediolan. Dodał, że co do formy, w jakiej to będzie miało miejsce Biuro jest na etapie konsultacji z polskim konsulem generalnym w Mediolanie oraz z miastem Mediolan. Jest taki projekt „EXPO in the city”, który jest prowadzony przez Mediolan jako wydarzenia towarzyszące samej wystawie. Pan Maciej Riemer wskazał, że w tej formule Biuro chciałoby zaznaczyć udział Łodzi. Celem Łodzi nie jest docieranie z informacją do ogółu zwiedzających wystawę. Celem jest dotarcie do osób, które podejmują decyzje o przyznaniu praw za dwa lata. Stąd też nie ma potrzeby angażowania potężnych środków w wydarzenia masowe. Należy się skupić na takich wydarzeniach, które pozwolą dotrzeć efektywnie do osób decyzyjnych. Z tej racji wydarzenia, które będą planowane muszą spełniać te założenia tzn. musi to być wydarzenie kulturalne, wydarzenie promocyjne, które poza swoim wymiarem kulturalnym będzie dawało okazję do spotkania i rozmowy z ważnymi osobami.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, co na przykład.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że tutaj można rozważyć cały szereg rzeczy jak np. wykorzystanie łódzkiego designu, wykorzystanie łódzkiej mody, łódzkiego street - artu. Podkreślił, że te przesądzenia są przed nami, być może w styczniu bądź lutym, kiedy nastąpi ponowne spotkanie z konsulem generalnym i z przedstawicielami miasta Mediolan.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, na jakiej podstawie był szacowany budżet na kwotę 1 mln 791 tys. 500 zł. Zapytał, jakie są składowe tego budżetu, dlaczego taka kwota, czy może Biuro odnosiło się do doświadczeń innych miast.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że żadne polskie miasto nie realizowało jeszcze takiego projektu. Jeśli chodzi o miasta europejskie, takie były wskazania PAIZ, co do skali promocji zauważalnej podczas EXPO. Dodał, że nie jest w stanie odwołać się do przeszłości, ponieważ Biuro ds. Expo powstało w 2014 roku, a EXPO w Polsce nie było nigdy wcześniej realizowane.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** stwierdził, że stad pyta o kwotę, bo wygląda to tak, jakby ta kwota wyszła spod dużego palca. Radny zapytał, czy istnieje już program komercjalizacji EXPO, skoro będzie realizowany.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że Biuro kontaktowało się z innymi biurami. Podkreślił, iż bardzo możliwe, że jeśli uda się osiągnąć cel, przed jakim stoi Biuro przy niższym zaangażowaniu środków, to te środki pozostaną.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy ten program już istnieje. W budżecie są zapisy dotyczące realizacji programu komercjalizacji EXPO.

**Inspektor p. Maciej Riemer** zwrócił uwagę, że pozycja budżetowa ma brzmienie - działania związane z programem biznesowo – sponsorskim.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zauważył, że na stronie 149 jest zapis – realizacja programu komercjalizacji EXPO w Łodzi poprzez docieranie do wybranych podmiotów gospodarczych.

**Inspektor p. Maciej Riemer** powiedział, że w pierwszym etapie nastąpi wybór podmiotów gospodarczych, które mogą brać udział w komercjalizacji wystawy.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy ten program istnieje, czy będzie dopiero tworzony.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że jest to nowe zadanie. Program powstanie w 2015 roku. Na początku roku program zostanie opracowany i zrealizowany w ciągu kolejnych dwóch, trzech kwartałów.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy Biuro samo będzie realizowało ten program, czy opracowanie tego programu będzie zlecane gdzieś na zewnątrz.

**Inspektor p. Maciej Riemer** wyjaśnił, że opracowanie samego programu, to jest kwestia ułożenia strategii promocji, którą będzie wykonywał podmiot zewnętrzny, natomiast realizacja będzie prowadzona albo siłami UMŁ albo też podmiotu zewnętrznego. Zależy to od tego, jaka będzie decyzja Biura w tym zakresie. W tej chwili Biuro nie podjęło jeszcze takiej decyzji, ponieważ program nie został jeszcze opracowany.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** powiedział, że rozumie, iż takie elementy jak program, całą dokumentację aplikacyjną Biuro będzie realizowało własnymi siłami, czy może będzie to zlecane na zewnątrz.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że albo tak, albo tak. Wszystko zależy od tego, jakie będą przesądzenia co do sposobu realizacji programu. W momencie, kiedy program zostanie opracowany, będzie wiadomo, jakie są potrzebne narzędzia, jakie są potrzebne środki.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy ten program opracuje Biuro czy opracowanie zostanie zlecane na zewnątrz.

**Inspektor p. Maciej Riemer** wyjaśnił, że opracowanie programu będzie zlecane na zewnątrz w ramach opracowania strategii promocji.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, czy istnieje bardziej szczegółowe rozbiecie tej kwoty 1 mln 791 tys. zł. Zapytał, czy jest preliminarz wydatków, który spowoduje, że te poszczególne kwoty zsumują się do tej jednej dużej wartości.

**Inspektor p. Maciej Riemer** poinformował, że przede wszystkim kwota wynika z porozumienia, jakie funkcjonuje między Łodzią a Ministerstwem Infrastruktury i Rozwoju, zgodnie z którym Ministerstwo zaangażuje środki w wysokości podwójnej w stosunku do kwoty angażowanej przez miasto Łódź. Biorąc pod uwagę, że Ministerstwo ze swojej strony w 2015 roku pokrywa wydatki związane z opracowaniem dokumentacji – aplikacji, strategii promocji, stąd też udział Łodzi jest określony w stosunku 2:1. Dodał, że jeśli chodzi

o szczegółowe rozbięcie będzie ono wynikało głównie z przesądzeń związanych ze strategią promocji, studium wykonalności.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** stwierdził, że czyli MIR wydaje kwotę prawie 3,5 mln zł i na tej podstawie dzieląc budżet MIR – u na to zadanie uzyskano kwotę, którą miasto Łódź przeznaczy na ten cel.

**Inspektor p. Maciej Riemer** powiedział, że po części tak, po części są to zadania oszacowane. Podkreślił, że aby można było uzyskać dotację z MIR takie jest porozumienie, miasto musi wykazać swoje zaangażowanie finansowe w danej wysokości. Przy czym to porozumienie wygląda w ten sposób, że te środki są na cały projekt a nie tylko na 2015 czy 2016 rok. Globalnie jest deklaracja, że miasto Łódź angażuje 5 mln zł, a Ministerstwo 10 mln zł.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, kiedy powstało Biuro ds. Expo.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że w 2014 roku.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, czy w kwocie 1 mln 791 tys. zł zawarta jest kwota na składki i wynagrodzenia.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że środki na ten cel pochodzą z budżetu administracyjnego. Kwota 1 mln 791 tys. zł jest przeznaczona wyłącznie na zadania realizowane przez Biuro.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zwrócił uwagę, że bodajże w tamtym roku został przyjęty harmonogram działań organizacyjnych, jeśli chodzi o organizację EXPO.

**Inspektor p. Maciej Riemer** podkreślił, że o tym harmonogramie powiedział pokrótce wskazując terminy realizacji.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, czy radni mogliby otrzymać taki szczegółowy harmonogram. W projekcie budżetu na 2015 rok są bardzo ogólne zapisy. Dodał, że kwota 1 mln 791 zł z przeznaczeniem na zaznaczenie udziału Łodzi w Mediolanie jest zbyt wysoka. Poprosił o szczegółowy harmonogram działań organizacyjnych, jeśli chodzi o organizację EXPO.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zaproponowała, aby członkowie Komisji otrzymali ten harmonogram przed sesją budżetową. Dodała, że jak przygotowania i rozmowy w sprawie EXPO zostaną zakończone, wtedy zostanie zorganizowana odrębna Komisja, na której Biuro ds. Expo szczegółowo zaprezentuje plan działań, jeśli chodzi o organizację EXPO 2015 w Mediolanie. Przewodnicząca Komisji zapytała, w którym kwartale roku można się tego spodziewać.

**Inspektor p. Maciej Riemer** odpowiedział, że finalizacja tego planu powinna nastąpić jeszcze w styczniu, ponieważ EXPO rusza 1 maja 2015 roku i potrwa do 31 października 2015 roku. Dodał, że niezobowiązująco może powiedzieć o pewnych planach i elementach tego programu, natomiast w tej chwili są to ustalenia robocze, które niewiadomo czy będą miały swoją finalizację, ponieważ to zależy od Mediolanu, konsulatu i ambasady w Rzymie. Wskazał, że ambasada wraz z odpowiednikiem polskiego miesięcznika Murator, który wydaje monografię o polskiej architekturze planuje przy okazji publikacji tej monografii przeprowadzić wystawę promującą łódzką rewitalizację w Rzymie. Nadmienił, że to nie chodzi o sam Mediolan, chodzi o udział Łodzi w Mediolanie, jako o pewnym ogólniku,

ponieważ strategia udziału Polski w Mediolanie zawiera w sobie element „strategii parasola”, czyli włączania pod EXPO medialnie wszystkich wydarzeń promocyjnych Polski we Włoszech w 2015 i 2016 roku. Stąd też, jeśli mówi się o promocji Łodzi w Mediolanie, mówi się też o innych miastach, o innych wydarzeniach, które są podpięte pod EXPO w Mediolanie. Takim przykładem jest np. wystawa w Rzymie, która jest rozważana we współpracy z ambasadą.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** poprosiła, żeby dostarczyć członkom ten harmonogram jeszcze przed sesją budżetową.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zaproponował, aby na najbliższym styczniowym posiedzeniu Komisji, członkowie zajęli się obecnością miasta Łodzi na wystawie w Mediolanie.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** powiedziała, że na pierwszym styczniowym posiedzeniu Komisja zajmie się przyjęciem planu pracy na 2015 rok. Ponadto Biuro ds. Expo przedstawi informację na temat udziału miasta Łodzi w wystawie EXPO 2015 w Mediolanie.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** poprosił o dokładne uszczegółowienie kosztorysu poszczególnych zadań na kwotę 1 mln 791 tys. zł i przekazanie tego materiału do Komisji.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka** zapytała, jak będzie wyglądała szczegółowo promocja tego projektu, czy będzie on prezentowany w mediach społecznościowych, w telewizji, w prasie.

**Inspektor p. Maciej Riemer** zapytał, czy chodzi o promocję projektu w ramach społeczności lokalnej.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka** powiedziała, że tak.

**Inspektor p. Maciej Riemer** poinformował, że przede wszystkim poprzez konsultacje społeczne, spotkania z mieszkańcami. Podkreślił, że Biuro wolałoby uniknąć używania zewnętrznych nośników. Wydaje się, iż to nie jest ten etap, aby o projekcie informować poprzez bilbordy czy poprzez spoty, ponieważ Łódź ma doświadczenia w staraniach się o pewne wydarzenia międzynarodowe, które były nieudane. Biuro nie chciałoby, aby promocja była silniejsza od samych efektów, stąd też Biuro nie planuje, aby promocja projektu czyli włączanie społeczności lokalnej przybrało formę medialną, formę zewnętrzną. Chodzi o poinformowanie łodzian np. poprzez konsultacje, poprzez gazetkę, która trafiałaby do domów przy okazji min. projektu pilotażowego realizowanego przez Biuro ds. Rewitalizacji a także poprzez strony portalu informacyjnego o tym, czym jest samo EXPO.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zauważyła, że ten element będzie omawiany na wspólnym posiedzeniu Komisji Promocji z Doraźną Komisją ds. Rewitalizacji Miasta. Wtedy całościowo będzie można zająć się tym tematem.

## **Biuro Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą**

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** poinformował, że Biuro w 2015 roku planuje wszystkie swoje działania podporządkować kreowaniu, umocnieniu wizerunku miasta określonego w przyjętej strategii w 2011 roku jako centrum przemysłów kreatywnych. Biuro kontynuuje budowanie silnej marki z wykorzystaniem nowego logo, nowej strategii. Wydatki Biura na 2015 rok zostały zaplanowane na kwotę 4 mln 619 tys. 485 zł co stanowi 81 % budżetu przyznanego na 2014 rok. Porównując do budżetu uchwalonego na 2014 rok budżet na 2015 rok stanowi 95 %. Dyrektor dodał, że w 2014 roku Biuro realizowało cztery projekty unijne, na które udało się uzyskać kwotę blisko 6 mln zł, dzięki czemu można było zrobić min. największą w historii Łodzi kampanię wizerunkową miasta. Środki przewidziane na realizację zakresu merytorycznego Biura na przyszły rok obejmują dwanaście zadań. Udział środków budżetu miasta kształtuje się następująco: 4 mln 405 tys. zł jest to wysokość przyznanego i zweryfikowanego limitu, natomiast 214 tys. 388 zł to jeszcze środki unijne dla jednego z projektów, który kończy się w roku przyszłym i dotyczy prowadzenia Convention Bureau. Dyrektor zaznaczył, że od trzech lat Biuro Promocji w celu obniżenia kosztów promocji nie tylko swojego Biura, ale także innych komórek organizacyjnych miasta i w celu usprawnienia procesu zamówień publicznych realizuje w ramach swojego budżetu skonsolidowane dla całego Urzędu procedury związane z zakupem, realizacją takich usług jak: ogłoszenia prasowe, druk materiałów informacyjno – promocyjnych, zakup materiałów i usług w tym gadżetów reklamowych i upominków, tłumaczeń, oraz usług gastronomiczno – hotelarskich dla delegacji zagranicznych zapraszanych przez miasto. Dyrektor zaznaczył, że Biuro wykonuje zadania z czterech obszarów promocji, turystyki, współpracy zagranicznej i Convention Bureau. Wydatki kształtują się następująco: promocja około 3 mln 998 tys. zł, gdzie 70 % tej kwoty to środki przeznaczane na organizację imprez z zakresu mody i designu (Fashion Week i Design Festiwal), 14 % z tej kwoty czyli 548 tys. zł planuje się przeznaczyć na emisję reklam i ogłoszeń w dziennikach i internecie, blisko 190 tys. zł planuje się przeznaczyć na realizację zadań z zakresu strategii rozwoju ulicy Piotrkowskiej, około 150 tys. zł pochłona wydawnictwa promocyjne, resztę środków zostanie przeznaczonych min. na obsługę nośników BTL, citilightów itd. Wydatki na turystykę zostały zaplanowane na kwotę 270 tys. zł, z czego 37% - 100 tys. zł to środki, które zostaną przeznaczone jako składka dla Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego. Kolejne środki w kwocie 50 tys. zł zostaną przeznaczone na organizację festiwali związanych z upowszechnianiem turystyki i popularyzowaniem aktywnych form spędzania czasu. Środki te od dwóch lat są rozdawane w ramach konkursów dotacyjnych. W ramach turystycznych miasto Łódź będzie obecne również na targach w Berlinie i na targach „U styku kultur”. Biuro zamierza również wydać około 60 tys. zł na publikacje materiałów promocyjnych, które są bezpłatnie dystrybuowane i rozdawane do łódzkich hoteli. Koszty współpracy z zagranicą to 261 tys. zł na przyszły rok. Do zadań Biura w ramach tej kwoty należy koordynacja współpracy z 19 miastami partnerskimi. Ze względu na zbyt małe środki Biuro stara się w danym roku celebrować okrągłą rocznicę współpracy z jednym z miast. Wymienił, że trzy lata temu to był Lion, dwa lata temu to był Kaliningrad, w zeszłym roku był to Chemnitz i Stuttgart, w tym roku był to Tianjin. W ramach tej kwoty Biuro planuje również przeprowadzić Forum Polska – Ukraina, które odbędzie się w lutym. Pozostałe środki Biura przeznaczone zostaną na Convention Bureau. W większości są to środki unijne i w ramach tych środków będą prowadzone działania mające na celu ściąganie do Łodzi jak największej liczby turystów biznesowych.



**Radny p. Bartosz Domaszewicz** wskazał, że od wielu lat jest to najmniejszy budżet tego Biura. Dodał, że szkoda, bo tegoroczna kampania pokazała, że można realizować fajne projekty. Zapytał, czy po takiej dużej kampanii promocyjnej nie powinno się przeprowadzić jakiejś ewaluacji tej kampanii, czy badań, które pokażą jak ten wizerunek Łodzi się zmieniał. Zapytał dyrektora, czy są przewidziane w budżecie na 2015 rok środki na ten cel.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że minimalny koszt takich badań to około 100 tys. zł. Jest to kwota potrzebna do przeprowadzenia badań na reprezentatywnej grupie osób. Dodał, że Biuro planowało zrobić te badania tuż po zakończeniu kampanii Łódź pozdrawia, jesienią 2015 roku, ale ze względu na wycięcie 1,6 mln zł z budżetu na 2014 rok tych badań nie udało się przeprowadzić. W opinii dyrektora nawet spóźnione, w przyszłym roku są jak najbardziej celowe, tym bardziej, że zmusza do tego strategia promocji, która zakładała przeprowadzanie takich badań, co dwa lata. Środki są jednak tam małe, że nie uda się tego zrobić.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zaproponował, aby Komisja zwróciła się do Pani Prezydent, żeby w przygotowywanej autopoprawce do budżetu na 2015 rok uwzględniła takie zadanie, które jest niezbędne. Podkreślił, że jeśli Łódź wydaje środki unijne, po to, żeby promować Łódź to potem trzeba sprawdzić czy ta kampania była skuteczna. Ponadto zapytał dyrektora, jakie będą w 2015 rocznice, jeśli chodzi o miasta partnerskie.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że co roku jest kilka rocznic, ale Biuro stara się wybrać najciekawsze. W przyszłym roku szykuje się współpraca z Rustawi w Gruzji.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, czy to jest tylko to jedno miasto.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** powiedział, że Biuro stara się, żeby co roku było to jedno miasto, czasami sytuacja zmusza, aby były to dwa miasta. Podkreślił, że nie ma więcej środków, żeby świętować z więcej niż jednym miastem partnerskim.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** powiedział, że miał okazję zobaczyć jak wygląda ta relacja w ramach rocznicy, współpracy miasta Łodzi ze Stuttgartem. Radny zauważył, że te relacje są bardzo mocno budowane. Do Stuttgartu pojechali przedstawiciele przemysłów kreatywnych i Łódź się tam naprawdę świetnie prezentowała. W opinii radnego takie relacje bardzo dobrze budują wizerunek Łodzi i szkoda byłoby, żeby marnować takie okazje. W związku z tym zaproponował, aby jako drugi element tego wniosku do Pani Prezydent Komisja wskazała konieczność zwiększenia środków w zadaniu „Współpraca z miastami partnerskimi i innymi miastami zagranicznymi”, żeby tych kontaktów było więcej. Poprosił dyrektora Biura o podpowiedzenie, jakie są jeszcze możliwe do zorganizowania w przyszłym roku obchody rocznicowe, gdyby te środki były większe.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** powiedział, że współpraca rocznicowa polega na tym, iż Łódź jedzie do miasta partnerskiego i tam się promuje, ale też może być tak, że miasto partnerskie przyjeżdża do Łodzi. Przypomniał, że trzy lata temu prawnukowie kinematografów Państwo Lumiere przyjechali do Łodzi z pierwszą wystawą pierwszych zdjęć. Dwa lata temu w Łodzi byli goście z Kaliningradu z wystawą bursztynu.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał dyrektora, które miasto partnerskie zaprosiłby do Łodzi, gdyby te środki na współpracę były większe.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** powiedział, że wszystkie działania Biura skierowane były w stronę Rustawi. Trzeba byłoby się zastanowić, bo tych okazji jest naprawdę dużo.

Uzupełniając **z-ca dyrektora Biura p. Monika Karolczak** dodała, że doskonałą tradycją było zorganizowanie Forum Miast Partnerskich, które pokazywało, w jaki sposób Łódź się zmienia. Ostatnie takie spotkanie miało miejsce dwa lata temu, Biuro prezentowało nową strategię komunikacji marketingowej, pokazywało jak zmienia się miasto. Nadmieniła, że Biuro współpracuje także z innymi wydziałami UMŁ, żeby móc prezentować wizerunek Łodzi na arenie międzynarodowej. Ponadto Biuro stara się pozyskiwać partnerów zewnętrznych do tego, żeby ściągać do Łodzi ciekawe wystawy. Bardzo dobrą sprawdzoną formułą jest prezentacja dorobku kulturalnego miasta partnerskiego, chociażby przy okazji Nocy Muzeów, czy też wydarzeń letnich na ulicy Piotrkowskiej.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** powiedziała, że rozumie, iż kolejnym pomysłem, gdyby były dodatkowe środki finansowe, byłoby przywrócenie Forum Miast Partnerskich.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** powiedział, że tak.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** zapytał, jaka to jest kwota.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** wskazał, że do 50 tys. zł.

**Z-ca dyrektora Biura p. Monika Karolczak** podkreśliła, że to, co Biuro pozyskało to np. wydarzenie, które będzie miało miejsce w przyszłym roku w lutym Forum Polska – Ukraina. Jest to po raz pierwszy wydarzenie tej rangi, które będzie miało miejsce w Łodzi. Jest porównywalne z wydarzeniem gospodarczym, które odbywa się w Krynicy. Zaznaczyła, że Łódź jest partnerem tego przedsięwzięcia razem z Urzędem Marszałkowskim. W czasie tego wydarzenia Łódź będzie pokazywana, a przede wszystkim promowana. Pani dyrektor nadmieniła, że bardzo ważne byłoby również to, żeby Łódź była partnerem przedsięwzięcia, jakim jest Forum Polska – Chiny. Jest to wydarzenie, które w 2014 roku odbywało się w Kantonie, a dwa lata temu w Gdańsku. Jest to wydarzenie ogromnej wagi międzynarodowej, na które jest w stanie przyjechać około sześciuset osób. Głównym partnerem jest Urząd Marszałkowski. Łódź ma deklarację, że to forum odbędzie się w Łodzi pod koniec kwietnia. Pani dyrektor wspomniała, że Łódź ma dwa miasta partnerskie z Chin - Tianjin i Kanton. W czasie tego forum, na które miałyby przyjechać Prezydent RP oraz Premier Republiki Chińskiej, władze Łodzi chciałyby w obecności tak znacznego gremium międzynarodowego podpisać umowę z Chengdu. Dodała, że miasto Łódź ma podpisany list intencyjny z Chengdu, ma również bezpośrednie połączenie cargo z tym chińskim miastem. Po za tym wspólnie z Urzędem Marszałkowskim Łódź ma reprezentację swojego biura w Chengdu. Jednocześnie Biuro zaproponowało chińskiemu partnerowi otwarcie takiego biura w Łodzi. Podkreśliła, że jest to wydarzenie ogromnej rangi promocyjnej dla Łodzi.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka** zapytała, jaka to jest kwota.

**Z-ca dyrektora Biura p. Monika Karolczak** odpowiedziała, że około 140 tys. zł.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, jakie środki finansowe są potrzebne na przeprowadzenie badań dotyczących efektywności wdrażania Strategii Marki Łódź.

**Z-ca dyrektora Biura p. Monika Karolczak** odpowiedziała, że około 100 tys. zł.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zainteresował się realizacją zadania pn. Strategia rozwoju ulicy Piotrkowskiej – działania promocyjne na rzecz ulicy Piotrkowskiej. Radny zapytał, czy jest harmonogram wydarzeń kulturalnych na ulicy Piotrkowskiej.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że nie ma takiego harmonogramu, ponieważ udział Biura przy organizacji wydarzeń na ulicy Piotrkowskiej sprowadzać się będzie wyłącznie do działań wspierających. Środki, które przeznaczone są w budżecie są to środki przeznaczone głównie na budowę pewnej infrastruktury scenicznej, na wsparcie tych działań. Biuro jest po wielu rozmowach i wielu organizatorów gotowych jest się przenieść np. Manufaktury na ulicę Piotrkowską. Dzieje się tak dzięki temu, że dostaną wsparcie od miasta. Dyrektor dodał, że rozmowy z organizatorami nie są łatwe, ponieważ dużo prościej jest zorganizować imprezę w centrum handlowym, gdzie jest zwarta zabudowa, które ma swoją ochronę, swoje toalety niż na ulicy Piotrkowskiej. Podkreślił, że jak pokazał ten rok udaje się przekonać organizatorów, żeby wrócili na ulicę Piotrkowską. Jeśli chodzi o wydarzenia na ulicy Piotrkowskiej, dyrektor wymienił Święto Łodzi, pierwszy dzień wiosny oraz okrągłe rocznice, które można przeprowadzić na głównej ulicy miasta.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zwrócił uwagę na poprawę jakości przestrzeni ulicy Piotrkowskiej. Dodał, że do 2010 roku miały zostać opracowane zasady funkcjonowania nośników reklamowych oraz witryn sklepowych na ulicy Piotrkowskiej. Radny zapytał, czy to zostało już w pełni wykonane.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że miesiąc temu Biuro Architekta Miasta opracowało i zaprezentowało bardzo eleganckie wydawnictwo kolportowane do agencji reklamowych, do właścicieli sklepów na ulicy Piotrkowskiej. Wydawnictwo to zawierało wszystkie zasady funkcjonowania na ulicy Piotrkowskiej.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zauważył, że w Strategii rozwoju ulicy Piotrkowskiej był również zapis dotyczący udostępniania informacji na temat bezpłatnych toalet. Zapytał, czy to zostało zrealizowane.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że zapis ten został zrealizowany. W niektórych miejscach na ulicy Piotrkowskiej znajdują się oznaczenia informujące o lokalizacji bezpłatnych toalet. Biuro będzie nad tym pracować. Dyrektor podkreślił, że również dostrzega potrzebę lepszej informacji na ten temat.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zainteresował się wydatkami w kwocie 2,7 mln zł z przeznaczeniem na zadanie „Strategia promocji i komunikacji marketingowej w ramach imprez modowych, designu oraz nowych technologii”. Dodał, że chodzi o realizację w Łodzi Fashion Week. Radny zapytał, jak Łódź zamierza konkurować z podobnymi imprezami np. w Warszawie, gdzie głównym sponsorem jest Mercedes Benz. Zapytał, jak wygląda promocja Łodzi na tego typu wydarzeniach.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** podkreślił, że Łódź nie konkuruje, bo nie jest organizatorem tej imprezy, Łódź się tylko promuje na tej imprezie. Dyrektor poinformował, że w tym roku po raz pierwszy impreza modowa Warsaw Street Fashion w Warszawie się nie odbyła. Dodał, że Mercedes Benz nie jest tam sponsorem, tylko dealer Mercedesa. Dyrektor powiedział, że również był zaniepokojony po przeczytaniu informacji, iż Mercedes wchodzi do Warszawy a nie do Łodzi, ale okazało się, że chodziło o dealera. Zaznaczył,

że niewiadomo, czy w przyszłym roku impreza w Warszawie odbędzie się. Na ten moment trend jest taki, że wszystkie imprezy modowe w kraju padają. Bardzo mocne wsparcie operatora sieci komórkowej T-mobile dla projektantów mody zakończyło się w tym roku. Dyrektor podkreślił, że trzyma rękę na pulsie, kwota zapisana w budżecie na 2015 rok jest znacząca, największa spośród wszystkich festiwali. Wyraził nadzieję, że Łódź nadal pozostanie liderem w tej branży.

**Radny p. Władysław Skwarka** stwierdził, że po zakończeniu kampanii dyrektor Biura Promocji ogłosił wielki sukces. W związku z tym zapytał dyrektora, po co te badania, czy po to, żeby potwierdziły, że miał rację, czy po to, aby stwierdziły, że nie miał racji. Radny wskazał, że wydawanie 100 tys. zł tak sobie, żeby tylko coś potwierdzić nie ma sensu. Dodał, że w chwili obecnej nie ma sensu robić takich badań, ponieważ przebicie się teraz do świadomości ludzi jest trudne. Badania, które zostaną zrobione za rok pomogą określić czy ta kampania faktycznie zapadła w pamięci mieszkańców. Ponadto zaapelował do radnych, żeby nie mnożyć tych środków, które członkowie Komisji chcą wpisać do budżetu Biura Promocji. Przypomniał, że budżet jest bardzo napięty i każdy pieniądz, który zostanie gdzieś odebrany może spowodować, że niektóre instytucje zostaną pozbawione swoich środków. Powiedział, że warto byłoby się zastanowić, aby tym pieniądzem gospodarzyć w taki sposób, żeby instytucje powołane przez miasto Łódź miały pieniądze na swoją bieżącą działalność. Podkreślił, że najlepsza promocja Łodzi jest wtedy, jak każdy łodzianin będzie się dobrze wyrażał o swoim mieście. Taka promocja nie pociąga za sobą żadnych kosztów. Radny wskazał, że z budżetem miasta jest bardzo źle. Podał za przykład opinię Regionalnej Izby Obrachunkowej, która mówi, że Łódź jest na pograniczu wytrzymałości kredytowej i może być różnie. Zaznaczył, że każdy ma prawo zgłaszać poprawki do budżetu a dyrektor p. Wojdak będzie zadowolony, że ma dużo pieniędzy. Nadmienił, że dyrektor Wojdak jest takim człowiekiem, który jak nie ma pieniędzy to robi więcej.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** podziękował za dobrą ocenę pracy Biura i kampanii Łódź pozdrawia. Podkreślił, że bez tych pieniędzy wiele instytucji nie przeżyje jak np. Regionalna Organizacja Turystyczna, która wcześniej była wspierana przez miasto kwotą 500 tys. zł, później 250 tys. zł, a środki, które zaplanowano na ten cel w budżecie 2015 to tylko 100 tys. zł. Dodał, że ze względu na brak środków w Łodzi nie odbyła się impreza, która miała 20-letni dorobek Złota Nitka. Niewiadomo, czy w przyszłym roku odbędzie się Festiwal Dobrego Smaku itd. Dyrektor zaznaczył, że Biuro racjonalnie wydatkowało te środki, nie było żadnej uznaniowości i wszystko było poprzedzone dużą dyskusją i pracą. Dodał, że budżet na 2015 rok jest dość trudny.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy** odnosząc się do wypowiedzi radnego p. Władysława Skwarki podkreśliła, że jeśli chodzi o pieniądze na promocję nie powinno się oszczędzać i ciąć tego budżetu. Jeżeli nie będziemy Łodzi promować, budować wizerunku tego miasta to będziemy tracić. Stwierdziła, żeby wyjąć trzeba włożyć. W opinii wiceprzewodniczącej Komisji ten budżet musi być odpowiedni, aby Łódź mogła być promowana, a bez pieniędzy nie da się tego zrobić. W odniesieniu do stwierdzenia, że łodzianie źle mówią o Łodzi, powiedziała, iż rzeczywiście tak jest i jest to bolączka naszego miasta. Być może warto byłoby tutaj zastanowić się jak ten wizerunek zmienić. Powiedziała, że Łódź promuje się na zewnątrz i to bardzo fajnie wygląda, splaya do niej bardzo dużo pochlebnych opinii o Łodzi, ale najgorzej jest na własnym podwórku. Działania na przyszły rok są bardzo istotne, trzeba wzmocnić wewnętrzny wizerunek miasta,

a bez odpowiednich środków finansowych takie działania nie będą możliwe. Ponadto wiceprzewodnicząca Komisji zapytała, czy Biuro Promocji posiada jakiś raport z działalności miast partnerskich Łodzi. Powiedziała, że rozumie, iż z nie wszystkimi miastami partnerskimi współpracuje Łódź. Część nich są bardziej na papierze niż rzeczywiście cokolwiek się tam dzieje. Być może warto byłoby zrobić taką ewaluację, zastanowić się jak poprawić i rozwijać współpracę z tymi miastami, w których nic się nie dzieje. W dalszej kolejności zapytała Biuro Promocji, czy w przyszłości nie warto byłoby zastanowić się nad współpracą z miastami bardziej prestiżowymi takimi, które podnosiłyby wizerunek Łodzi i czy są takie plany.

**Radny p. Władysław Skwarka** skierował swoje słowa do dyrektora Wojdaka, że nie chodzi o to, żeby były duże pieniądze na promocję, ale żeby były takie fakty, które wyróżniają Łódź. Powiedział, że na przełomie XIX i XX wieku, kiedy nasi przodkowie jechali do Warszawy mówili żeby warszawiacy przyjechali do Łodzi, żeby zobaczyć, że tramwaj bez konia chodzi. Nadmienił, że tam był tramwaj konny a w Łodzi elektryczny. To denerwowało warszawiaków, ale to była promocja. W opinii radnego trzeba szukać takich elementów ciekawych i nowoczesnych, które będą wyróżniały Łódź. Duże pieniądze nie wszystko załatwią, a wręcz odwrotnie rozwalają budżet. Zaaapelował, żeby starać się wzmacniać finanse publiczne miasta, ale szukać także takich rozwiązań, jakie były stosowane, kiedy Łódź rozwijała się najszybciej w Europie.

W odpowiedzi na pytanie wiceprzewodniczącej Komisji p. Moniki Malinowskiej – Olszowy **dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** poinformował, że do miast partnerskich poszły ciepłe w treści listy z zapytaniem czy chcą dalej współpracować z Łodzią, czy widzą taką perspektywę. Przyszły zewsząd odpowiedzi, że miasta nie wyobrażają sobie zaprzestania współpracy z Łodzią.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy** zapytała, czy to były kurtuazyjne listy, czy coś niosły.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że w treści sugerowały, w grzecznym tonie, żeby dać sobie spokój. Wszyscy odpisali, że chcą utrzymywać tę współpracę. Dyrektor dodał, że jest to temat na oddzielną dyskusję, oddzielne posiedzenie Komisji.

Uzupełniając **z-ca dyrektora Biura p. Monika Karolczak** dodała, że co roku Biuro raportuje do Komisji Europejskiej i Łódź została doceniona za swoje działania z miastami partnerskimi. Łódź otrzymała jedno z najwyższych wyróżnień Nagrodę Europy za dorobek i współpracę z miastami partnerskimi. Pani dyrektor zaprosiła radnych, aby weszli na stronę internetową miast partnerskich, na której znajduje się całe kalendarium wydarzeń, wydarzenia rocznicowe potwierdzone reportażami, materiałami prasowymi. Wyraziła opinię, że będzie to bardzo ciekawy temat do spotkania.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** powiedziała, że na pewno jedno z posiedzeń będzie poświęcone współpracy Łodzi z miastami partnerskimi. Przypomniała, że na poprzednim posiedzeniu Komisji wspomniano o jakimś audycie, jeśli chodzi o współpracę z miastami partnerskimi, tylko nie można było sprecyzować, kiedy był wykonany.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** powiedział, że przypomina sobie, iż chyba na początku 2010 roku na rzecz Komisji było przygotowywane takie zestawienie jak wygląda współpraca z poszczególnymi miastami partnerskimi.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zapytała, czy Biuro Promocji posiada takie materiały.

**Z-ca dyrektora Biura p. Monika Karolczak** powiedziała, że jeśli było to robione 4 czy 5 lat temu, to Biuro nie posiada takich materiałów, ponieważ zostały przekazane do Archiwum. Dodała, że cały przegląd współpracy Łodzi z miastami partnerskimi od momentu, kiedy został powołany w Biurze Promocji Oddział Współpracy z Zagranicą czyli od 2010 r, z wcześniejszymi wydarzeniami znajduje się na bieżąco aktualizowanej stronie internetowej.

**Radny p. Bartosz Domaszewicz** odnosząc się do wypowiedzi radnego p. Władysława Skwarki powiedział, że te badania są potrzebne. One nie mają stwierdzić, czy dyrektor Wojdak odniósł sukces, tylko mają pokazać jeszcze te obszary gdzie ta kampania wizerunkowa powinna być budowana i wzmocniona. Są to badania jakościowe a nie tylko ilościowe. Radny podkreślił, że te badania są wskazane, tym bardziej, iż prawdopodobnie w 2015 roku będzie RPO, za chwilę też ruszą nowe projekty, więc wydaje się, że to będzie materiał, do tego, żeby aplikować. Będzie można pokazać, co zostało zmienione i co jeszcze można zmienić, gdzie są cały czas te braki. Zapytał dyrektora Biura Promocji czy to badanie jest konieczne.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** podkreślił, że nie po to wydawano 650 tys. zł na opracowanie strategii promocji miasta. Dużą część tych środków pochłonęły bardzo pogłębione badania na reprezentatywnej grupie ponad 5,5 tysięcy respondentów. Dyrektor zaznaczył, że szkoda zmarnować tych badań sprzed 4 lat i nie spróbować porównać się do nich, zobaczyć, co się w mieście przez ten czas zmieniło. Zagwarantował, że zmieniło się bardzo wiele, jednocześnie wyrażając nadzieję, że na lepsze.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zapytał, czy kwota w wysokości 2,7 mln zł dotyczy tylko dwóch festiwali Fashion Week i Design Festiwal, czy są jakieś inne festiwale, które będą dotowane w ramach tej kwoty.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że w zeszłorocznym budżecie kwota ta opiewała na sumę 3 mln zł i ta różnica w wysokości 300 tys. zł była przeznaczona na inne imprezy typu Złota Nitka, imprezy organizowane w ASP itd. Na 2015 rok zaplanowano kwotę 2,7 mln zł, która została zaplanowana tylko na te dwie imprezy. Te imprezy zostały wpisane do WPF: Fashion Week – 2 mln zł brutto na dwie edycje, Festiwal Designu – 700 tys. zł brutto.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zapytał, jaki procent stanowi dofinansowanie miasta w stosunku do tych festiwali uwzględniając całokształt kosztów organizacji tych wydarzeń.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że jest to zakup usługi finansowej, miasto nie może dofinansowywać. Dyrektor powiedział, że chciał to sprawdzić poprzez wgląd do dokumentów finansowych wszystkich imprez. Niestety prawnie jest to niemożliwe. Z informacji, jakie można było uzyskać od organizatorów można szacować, że jeśli chodzi o Fashion Week może być to mniej niż 50 %, w przypadku Festiwal Designu jest podobnie.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zapytał, jaka jest suma środków planowanych przez miasto wydawanych na wszystkie festiwale w 2015 roku.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** wyjaśnił, że próbując uporządkować sytuację związaną z festiwalami Biuro przekazało środki na festiwale do Wydziału Kultury na tzw.

konkursy dotacyjne. Podział środków odbywa się w pełni demokratycznej procedurze, na podstawie, której podejmowane są decyzje, kto ma ile dostać. Dyrektor wskazał, że od trzech lat nie ma gorącej dyskusji na ten temat, media się o tym nie rozpisują i wszystko jest dobrze. Ta kwota, którą do budżetu na 2012 rok Biuro Promocji przekazało do Wydziału Kultury była w wysokości około 5 mln zł. Prawdopodobnie podobną kwotę Wydział Kultury przeznacza na te festiwale. Dyrektor nadmienił, że chciał również przekazać środki na Design Festiwal i Fashion Week do Wydziału Kultury uważając, że choć nie jest to kultura, to jest to sztuka, moda i design. Niestety pozostało to w Biurze Promocji i dlatego ten budżet wydaje się dość duży a tak naprawdę 60 % tego budżetu przeznaczana jest na te dwie imprezy.

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zapytał, od kiedy i do kiedy miasto ma podpisaną długoletnią umowę w stosunku do tych dwóch festiwali.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że jeszcze na dwa lata – cztery edycje Fashion Week i dwie edycje Design Festiwal.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** zapytał, na co zostanie rozdysponowana kwota 188 tys. zł w zadaniu „Strategia rozwoju ulicy Piotrkowskiej – działania promocyjne na rzecz ulicy Piotrkowskiej”.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że na działania wspierające. Najemcy i właściciele lokali na ulicy Piotrkowskiej oczekują od miasta, żeby ulica Piotrkowska żyła, aby powrócił na nią ruch, żeby odwiedzali ją mieszkańcy. Działania Biura sprowadzać się będą do tego, aby tych imprez było jak najwięcej. Dyrektor podkreślił, że nie ma tych środków aż tak dużo, żeby móc za nie organizować własne imprezy, dlatego Biuro podejmuje rozmowy i działania z organizatorami wielu imprez, które odbywają się na ulicy Piotrkowskiej.

**Radny p. Łukasz Rzepecki** poprosił o konkretne działania.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** wymienił przetargi na budowę infrastruktury scenicznej tak, aby można było ją nieodpłatnie udostępniać organizatorom imprez – kwota 88 tys. zł, działania wspierające, związane z organizacją imprez np. dla dzieci – kwota około 100 tys. zł. Są to te działania, na które Biuro zamierza przeznaczyć te środki.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy** poprosiła dyrektora, czy mógłby przygotować na jedno z posiedzeń Komisji krótki raport z kampanii Łódź pozdrowia wraz z oceną efektów tej kampanii.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** powiedział, że na takie posiedzenie Komisji pozwoli sobie zaprosić przedstawiciela agencji, która robiła tę kampanię, żeby przedstawił merytoryczną część kampanii. Dodał, że on sam przedstawi techniczną część kampanii, wyniki obrazujące, ile milionów osób oglądało spoty telewizyjne, słuchało reklam radiowych itd.

**Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka** zapytała, czy w 2015 roku zaplanowano środki na organizację Miejskiego Sylwestra.

**Dyrektor Biura p. Bartłomiej Wojdak** odpowiedział, że w przyszłorocznym budżecie nie ma środków na ten cel. Dodał, że Sylwester jest taką specyficzną imprezą, iż za przyszłorocznego Sylwestra można zapłacić z budżetu roku 2016. Faktury są wystawiane i płacone po wykonaniu usługi. Zaznaczył, że nie widzi tutaj zagrożenia,

jeśli tylko będą środki w nowym budżecie na 2016 rok to jest gotowy zorganizować dużego Sylwestra. Jednocześnie nadmienił, że postanowiono, żeby nie organizować już Sylwestrów za 100 czy 200 tys. zł bo one mają dość mierny efekt. Należy pamiętać również, że w Sylwestra wszystko kosztuje dwa razy drożej. W opinii dyrektora takie minimum środków to 500 tys. zł, a Sylwester z Dodą i Marylą Rodowicz kosztował 1,8 mln zł. Pozostaje pytanie, czy Łódź ma na to pieniądze. Wydaje się, że niestety nie.

**W związku z brakiem innych pytań oraz głosów w dyskusji Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak przeszła do głosowania.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Biura Informacji i Komunikacji Społecznej.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Biura Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i wstrzymujących się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Biura ds. Expo.**

**Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak** zaznaczył, że nie brał udziału w głosowaniu.

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Centrum Informacji Turystycznej.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Wydziału Kultury.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Wydziału Edukacji.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 271/2014 w zakresie Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.**

Komisja podjęła stanowisko, w którym zwraca się do Prezydenta Miasta o zmiany w projekcie budżetu na 2015 rok zmierzające do zwiększenia wydatków w zadaniu **2156001- Współpraca z miastami partnerskimi i innymi miastami zagranicznymi** realizowanym przez Biuro Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą o kwotę 140 000 zł z przeznaczeniem na organizację Forum Polska – Chiny.

Ponadto Komisji wnosi o wprowadzenie do projektu budżetu na 2015 rok nowego zadania dotyczącego badania efektów wdrażania Strategii Marki Łódź z kwotą 100 000 zł. Komisja



prosi Panią Prezydent, aby w ramach autopoprawki do projektu budżetu na 2015 rok wskazała źródło sfinansowania tych wydatków.

**Ad. 3. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie uchwalenia Wieloletniej Prognozy Finansowej miasta Łodzi na lata 2015-2040 – druk nr 272/2014 w zakresie ww. wydziałów.**

**Dyrektor Wydziału Budżetu p. Małgorzata Wojtczak** przedstawiła projekt WPF na lata 2015 -2040 w zakresie merytorycznych zainteresowań Komisji.

Wykaz przedsięwzięć stanowi **załącznik nr 5** do protokołu.

**W związku z brakiem pytań oraz głosów w dyskusji Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak przeszła do głosowania.**

Komisja w głosowaniu: 5 głosami za, brakiem głosów przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 272/2014** w zakresie merytorycznych zainteresowań Komisji.

**Ad. 4. Sprawy wniesione i wolne wnioski.**

Spraw różnych i wolnych wniosków nie zgłoszono.

**Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** życzyła wszystkim obecnym spokojnych, zdrowych, wesołych i szczęśliwych Świąt Bożego Narodzenia oraz wspaniałej zabawy sylwestrowej.

W wyniku braku dalszych głosów **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** zamknęła posiedzenie Komisji.

Na tym protokół zakończono.

*Protokół sporządziła:*

*Sekretarz Komisji*

*Aneta Michalak*

*Przewodnicząca Komisji*

*Małgorzata Bartosiak*