

Protokół nr 7/IV/2015

**posiedzenia Komisji Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej
Rady Miejskiej w Łodzi
z dnia 24 kwietnia 2015 r.**

I. Obecność na posiedzeniu:

członkowie Komisji Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej RM

stan - 10

obecnych – 9

- **radny p. Bartosz Domaszewicz** – nieobecny nieusprawiedliwiony

Listy obecności radnych oraz gości stanowią **załączniki nr 1 i nr 2** do protokołu.

Zaproszenia dla radnych oraz gości stanowią **załączniki nr 3 i nr 4** do protokołu.

II. Proponowany porządek obrad:

1. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie przyjęcia Programu Atrakcyjne Przestrzenie Miejskie 2020+ - **druk nr 308/2013 wraz z autopoprawką.**
2. Zaopiniowanie sprawozdania z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie
 - Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta,
 - Biura Informacji i Komunikacji Społecznej,
 - Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy,
 - Wydziału Sportu,
 - Centrum Informacji Turystycznej,
 - Biura ds. EXPO,
 - Wydziału Kultury.
3. Sprawy różne i wniesione.

III. Przebieg posiedzenia.

Po stwierdzeniu kworum, na podstawie podpisów złożonych na liście obecności **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** otworzyła posiedzenie. Przewodnicząca przypomniała, że porządek posiedzenia został przekazany radnym w zaproszeniach na posiedzenie.

Przewodnicząca Komisji zaproponowała włączenie do porządku obrad czterech punktów zgodnie z aneksami przesłanymi radnym drogą elektroniczną:

Aneks nr 1 do porządku posiedzenia Komisji:

1. Informacja Biura Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą oraz przedstawiciela agencji MODA FORTE Grupa Kreatywna Sp. j. na temat XII edycji Fashionphilosophy Fashion Week Poland.
2. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie współpracy Miasta Łodzi z Miastem Chengdu w Chińskiej Republice Ludowej – **druk nr 103/2015.**
3. Zaopiniowanie sprawozdania z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie:
 - Biura Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

Aneks nr 2 do porządku posiedzenia Komisji:

4. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie zmian budżetu oraz zmian w budżecie miasta Łodzi na 2015 rok – **druk nr 109/2015.**

Zmieniony porządek obrad:

1. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie przyjęcia Programu Atrakcyjne Przestrzenie Miejskie 2020+ - **druk nr 308/2013 wraz z autopoprawką.**
- 1a. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie współpracy Miasta Łodzi z Miastem Chengdu w Chińskiej Republice Ludowej – **druk nr 103/2015.**
- 1b. Informacja Biura Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą oraz przedstawiciela agencji MODA FORTE Grupa Kreatywna Sp. j. na temat XII edycji Fashionphilosophy Fashion Week Poland.
2. Zaopiniowanie sprawozdania z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie:
 - Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta,
 - Biura Informacji i Komunikacji Społecznej,
 - Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy,
 - Wydziału Sportu,
 - Centrum Informacji Turystycznej,
 - Biura ds. EXPO,
 - Wydziału Kultury,
 - Biura Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.
3. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie zmian budżetu oraz zmian w budżecie miasta Łodzi na 2015 rok – **druk nr 109/2015.**
4. Sprawy różne i wniesione.

Przewodnicząca Komisji zapytała, czy są jakieś uwagi do zmienionego porządku obrad.

Nikt się nie zgłosił.

W związku z brakiem uwag **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** przeszła do głosowania zmienionego porządku obrad.

Komisja w głosowaniu: przy 8 głosach „za”, braku głosów „przeciw” i „wstrzymujących się” przyjęła zmieniony porządek obrad.

Wobec powyższego **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** przeszła do realizacji zmienionego porządku obrad.

Ad. 1. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie przyjęcia Programu Atrakcyjne Przestrzenie Miejskie 2020+ - druk nr 308/2013 wraz z autopoprawką.

Projekt uchwały wraz z autopoprawką referował **inspektor w Biurze Architekta Miasta p. Bartosz Poniatowski**.

Omówiona autopoprawka stanowi **załącznik nr 5** do protokołu.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak otworzyła fazę pytań.

Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak zapytał, jak mają się założenia prezentowane w uchwale, do obecnej polityki ZDiT? Czy most wpisuje się w estetykę miasta.

Inspektor w Biurze Architekta Miasta p. Bartosz Poniatowski wyjaśnił, że ten program ma pomagać opanować różnego rodzaju rozbieżności definiowania i rozumienia przestrzeni publicznych. To również wiąże się bardzo ściśle z samym transportem. Po przyjęciu uchwały działania ZDiT powinny być jak najbardziej zgodne z założeniami tego programu, tak jak działania innych jednostek miejskich.

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

Komisja w głosowaniu: 8 głosami za, brakiem głosów przeciw i wstrzymujących się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 308/2013 wraz z autopoprawką**.

Ad. 1a. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie współpracy Miasta Łodzi z Miastem Chengdu w Chińskiej Republice Ludowej – druk nr 103/2015.

Projekt uchwały przedstawiła **gł. spec. w Biurze Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Lidia Fazekas**.

Omówiony projekt uchwały stanowi **załącznik nr 6** do protokołu.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak otworzyła fazę pytań.

Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak zapytał, kto będzie ponosił koszty związane z utrzymaniem biura Chengdu w Łodzi?

Gł. spec. w Biurze Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Lidia Fazekas odpowiedziała, że całkowicie miasto Chengdu.

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

Komisja w głosowaniu: 8 głosami za, brakiem głosów przeciw i wstrzymujących się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 103/2015**.

Ad. 1b. Informacja Biura Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą oraz przedstawiciela agencji MODA FORTE Grupa Kreatywna Sp. j. na temat XII edycji Fashionphilosophy Fashion Week Poland.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak przypomniał, że Fashion Week Poland to impreza, która rozpoczęła się ponad 6 lat temu, do dziś odbyło się 12 edycji. Pomysł na zorganizowanie tej imprezy, która miała łączyć wiele mniejszych wydarzeń zrodził się w Urzędzie Miasta. Wtedy to na rynku istniało wiele imprez mniejszych tkj. Gala dyplomowa Akademii Sztuk Pięknych, Złota Nitka czy impreza ReeAct, a brakowało jednej, rozpoznawalnej, charakterystycznej imprezy. Ówczesną intencją prezydenta Jerzego Kropiwnickiego było zjednoczenie środowiska i zorganizowanie jednej bardzo wyrazistej imprezy, którą będzie można chwalić się nie tylko w Polsce, a również na świecie. Agencja MODA FORTE przedstawiła taką propozycję. W związku z tym w 2010 roku radni Rady Miejskiej w Łodzi podjęli uchwałę intencyjną zabezpieczającą Fashion Week Poland w umowę wieloletnią. Celem podjęciem tej uchwały nie było tylko to, żeby dać pewne zabezpieczenie ze strony miasta by ta impreza została w Łodzi na dłużej, ale również to, że w tamtym czasie, aby dostać dodatkowe wsparcie Ministerstwo Kultury oczekiwało gwarancji wieloletniej współpracy z samorządem i taka uchwała intencyjna taką gwarancję dawała. Na początku umowa gwarantowała dwie edycje w ciągu roku, dopiero w 2012 roku miasto podpisało umowę dwuletnią na 2012 i 2013 rok, a w 2014 roku umowę trzyletnią. Ostatnia umowa została podpisana w wyniku rozstrzygnięcia konkursu na promocję Łodzi poprzez organizację imprez o charakterze modowym. Do tego konkursu przystąpiły dwa podmioty MODA FORTE i IGO-ART. Wybrano agencję MODA FORTE argumentując to w ten sposób: *„Fashionphilosophy Fashion Week Poland znajduje się na pierwszym miejscu pod względem wypracowanego ekwiwalentu promocyjnego wśród wydarzeń realizowanych w mieście. Festiwal spełnia swoją rolę i nie ma konkurencji w swoim obszarze. Doktor Pani Cieciora, która oceniała te wnioski, podkreśliła konieczność działań strategicznych polegających na kontynuacji znanych przedsięwzięć mających już swoją markę i wieloletnie doświadczenie. Profesor Pan Nawrot uznał oba projekty za porównywalne pod względem zawartości merytorycznej oraz zastosowanych form. Podkreślił jednak, że MODA FORTE ma już uznanie za granicą, natomiast IGO-ART nie wnosi w swoim projekcie rozwiązań nowatorskich w stosunku do oferty MODA FORTE. IGO-ART nie miała dotychczas doświadczenia w działaniach łączących biznes z modą, natomiast MODA FORTE działała wszechstronnie łącząc pokazy mody z warsztatami i częścią sprzedażową, działała w szerokim obszarze niekoncentrując się wyłącznie na modelingu itd.”* Dyrektor poinformował, że zakończyła się XII edycja festiwalu. Miasto w ramach tej XII edycji zrealizowało już pierwszy etap umowy, który obejmował promocję miasta przy okazji promocji imprezy, wypłaciło już pierwszą transzę za zrealizowanie tej umowy. Podkreślił, że podstawą

wydatkowania środków z budżetu jest przygotowanie, dostarczenie faktury oraz sprawozdania. W sprawozdaniu musi być szczegółowo wypisane, potwierdzone odpowiednimi dokumentami np. jeśli chodzi o plakaty, billboardy, citylighta, reklamy, czy zostało to wyemitowane czy wyeksponowane. Na podstawie tego jest podejmowana decyzja o wypłaceniu środków, bądź nie. Do tej pory pieniądze były zawsze wypłacane, ponieważ agencja wywiązywała się ze swoich ustaleń w umowie. Zaznaczył, że umowa z MODA FORTE jest największą spośród wszystkich umów promocyjnych. Podkreślił, że w jego odczuciu Fashionphilosophy Fashion Week Poland jest największą imprezą organizowaną w Łodzi.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak podkreślił, że XII edycja Fashionphilosophy Fashion Week Poland się odbyła. Podobne imprezy w ubiegłym roku na terenie Warszawy i innych miast miały duże problemy i tak naprawdę Fashionphilosophy Fashion Week Poland jest jedyną imprezą modową, która się odbywa w Polsce. Porównywalny Warsaw Fashion Street i Warsaw Fashion Weekend nie odbyły się w ubiegłym roku z powodów finansowych. Projekt T-Mobile Fashion, który był okrzykiwany warszawskim Fashion Week- iem nieoficjalnie też zakończył swoje działanie, pomimo wielomilionowego wsparcia firmy T-Mobile. Na dzień dzisiejszy Fashion Week Poland jest właściwie jedyną znaczącą imprezą w kraju oraz jedyną znaczącą imprezą na rynku międzynarodowym. Szef projektu powiedział, że po raz pierwszy w tym roku agencja podjęła się wyliczenia ekwiwalentu reklamowego z tytułu publikacji zagranicznych, który wyniósł ponad 7 mln zł i tak naprawdę łączna wartość 30 mln zł powoduje, że Fashion Week Poland pobił wartość Camerimage w najlepszym okresie trwania tego festiwalu w Łodzi. Poinformował, że wychodząc naprzeciw wielu opiniom i pytaniom chciałby zaprezentować, jak kształtuje się struktura finansowa tego przedsięwzięcia.

Raport budżetowy Fashionphilosophy Fashion Week Poland stanowi **załącznik nr 7** do protokołu.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak poinformował, że agencja dokonała pewnych korekt i zmian w stosunku do 2014 roku, zatrudniła firmę, która wspiera ją w zakresie działań optymalizujących koszty. Zmniejszono stawki wynagrodzeniowe, jeśli chodzi o tzw. pion produkcyjny, wydarzenia i tzw. części artystyczne. Wiąże się to z oszczędnościami dotyczącymi ludzi zatrudnionych przy imprezie bez szkody i dla ogólnego odbioru imprezy. Na dzisiaj, w ciągu tygodnia po tej imprezie agencja ma większy zwrot reklamowy i feedback niż w jakiegokolwiek innej edycji. Zmniejszono także wydatki na modelki. Nie ma możliwości oszczędzania na ochronie, bo na terenie imprezy działa firma ochroniarska, która non stop zatrudnia 24 osoby. Podobna jest reakcja jest na poziomie kosztów hoteli i transportu. Zwiększono działania PR, dlatego, że w Warszawie dla agencji pracuje bardzo duża i znana agencja PR „POMADA”, która specjalizuje się w branży fashion, w związku z czym wzrosły koszty z tym związane. Koszty reklamy są stabilne i wynoszą ponad 600 tys. zł w skali jednego wydarzenia. Są to koszty, które są w części finansowane przez agencję żywą gotówką, częściowo kompensowane. Gdyby agencja zawierała te wyceny na faktycznych umowach ta wartość byłaby dwukrotnie wyższa. Koszty druków osiągnęły podobny poziom jak w roku 2014. Jeśli chodzi o hale zostało to potraktowane jako usługa kompleksowa czyli Hala EXPO z oprzyrządowaniem technicznym, światłem, dźwiękiem, prądem, sprzątnięciem, wywozem śmieci itd. Usługa ta w zeszłym roku kosztowała 830 tys. zł, w 2015 roku zmniejszono ten

wydatek do poziomu 666 tys. zł wynajmując halę OPUS FILM, halę TOYA i biorąc troszkę tańsze ekipy wykonawcze. Z powodu zwiększenia liczby gości zagranicznych wzrosły koszty cateringu. Koszty finansowe wzrosły. Wskazał, że z racji tego, iż miasto aportuje agencję w transzach a sponsorzy płacą jak płacą agencja musi się posługiwać firmami finansującymi przedsięwzięcie. Agencja coraz częściej korzysta z firm, które ja wspierają, pożyczając pieniądze przed imprezą, a odbierając te pieniądze w momencie wypłaty środków przez miasto. Nadmienił, że nie dałoby się zrobić takiej imprezy za 3 mln zł, bo taki jest rzeczywisty koszt imprezy, gdyby agencja bazowała tylko i wyłącznie na przedpłacie ze strony miasta w kwocie 480 tys. zł. Agencja dokonuje w pewnym momencie pewnych cudów i ekwilibrystyki finansowych, żeby tę imprezę finansować w obecnej sytuacji rynkowej, gdzie bardzo wiele firm wystawia bardzo krótkie terminy płatności. Pan Jacek Kłak podkreślił, że agencja osiągnęła lepsze wyniki, jeśli chodzi o sponsoring. To jest pewien ewenement, że w momencie, kiedy eventy w całym kraju upadają do agencji MODA FORTE przychodzi coraz więcej firm sponsorskich. W tej chwili agencja pracuje bardzo intensywnie z domem mediowym TARSAGO z Warszawy, światowej sławy HAVAS MEDIA, ma podpisaną umowę z formą konsultingową z Nowego Jorku, ma również trzech niezależnych agentów, którzy pozyskują mniejszych czy większych sponsorów. W odniesieniu do kosztów after party postanowiono w tym roku zakończyć Fashion Week specjalnym spotkaniem ze sponsorami, inwestorami w Klubie Spadkobierców, co podniosło budżet o 4 tys. zł. Koszty VIP i Pressroom pozostały na poziomie 60 tys. zł, robi to zewnętrzna agencja. Pozostałe koszty to koszty biura, księgowość, porad prawnych, które wyniosły około 30 tys. zł. Koszty stałe biura agencja stara się ciąć, posiada także plan zmniejszenia wielkości biura, ponieważ uznano, że biuro w czasie trwania imprezy tylko musi być duże, w związku z tym te koszty półroczne obsługi biura i pracowników stałych też lekko zaczęły maleć. Reasumując z kosztów w wysokości 2 mln 832 tys. zł w ubiegłym roku udało się zjechać do kwoty 2 mln 469 tys. zł, co można uznać za pierwszy duży sukces.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak otworzyła fazę pytań.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zapytał dyrektora Biura Promocji, jak ocenia ostatnią edycję, a zwłaszcza pierwszy dzień pokazów?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak podkreślił, że w jego opinii czwartek był masakryczny. Piątek i sobota się obroniły i wtedy ta impreza wyglądała bardzo fajnie. Organizacyjnie było dobrze poza jakimiś wąskimi gardłami w przejściach, gdzie było tłoczno. Zaznaczył, że w czwartek pokaz rozpoczął się godzinę później, Prezydent razem z innymi musiał czekać w ścisku, poziom po drugiej kolekcji wszyscy kwitowali śmiechem. Wskazał, że przekazał już swoje uwagi organizatorom.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zapytał, czy w związku z zaistniałą sytuacją zamierza wyciągnąć jakieś wnioski z tego tytułu.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak powiedział, że miasto ma podpisaną umowę wieloletnią z agencją. To była kolejna umowa wieloletnia, wcześniejsze umowy były podpisywane na rok. W tamtym czasie impreza szła do góry, teraz w jakimś momencie trochę wyhamowała. Organizatorzy w każdym punkcie realizują tę umowę, Biuro Promocji bardzo szczegółowo to sprawdza, na bieżąco przekazuje swoje uwagi. Nie ma podstaw do tego, aby tę umowę rozwiązać.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zapytał dyrektora Biura Promocji, czy nie zauważył, że od momentu podpisania umowy jakość tej imprezy spada z edycji na edycję.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak stwierdził, że przede wszystkim problemem jest miejsce. W tym roku miejsce było naprawdę fajne i organizatorzy idealnie wpasowali się w klimat Wytwórni i hotelu Hilton. Wydaje się, że magii tej imprezie dodawały przestrzenie Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Być może gorszy wizerunek tej imprezy wynika z tego, że impreza ta wyniosła się stamtąd i tak trochę wędrowała po Łodzi. Podkreślił, że umowa realizowana jest w każdym punkcie, Biuro Promocji tego pilnuje.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zwróciła uwagę, że ze słów dyrektora wynika, iż w tym roku to miejsce było najlepsze.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak odpowiedział, że było niezłe. W porównaniu z Halą EXPO, która była wygodna dla wszystkich, ale bez ducha, przestrzenie Wytwórni były niezłe.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zapytał organizatorów, dlaczego Fashion Week, chociaż jest tygodniem mody trwa tylko 3, 4 dni?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, że tygodnie mody jest to nazwa powszechnie stosowana w stosunku do pewnego zjawiska, pewnego wydarzenia. W żadnym kraju nie ma normy, że to ma być 7 dni i tak nie jest np. w Portugalii trwa to 3 dni, na Węgrzech 2 dni, w Berlinie 5 dni. Odnosząc się do wcześniejszych wypowiedzi powiedział, że nie zgadza się z opiniami, iż impreza miała gorszy charakter. Zapytał, skąd takie wnioski, poprosił o dowody.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz podkreślił, że jeżeli ludzie czekają godzinę czasu to trudno mówić o jakiegokolwiek jakości. Radny zapytał, czy z firmy, z którymi agencja współpracuje przy organizacji tej imprezy mają swoje siedziby w Łodzi czy są to firmy spoza miasta.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że imprezę, która ma być na najwyższym poziomie wykonuje się z wykonawcami na najwyższym poziomie. W zakresie techniki, hotelu i obsługi MODA FORTE współpracuje z łódzkimi firmami. Modelki na pokazy pochodzą z całego kraju. Jeśli chodzi o agencje PR jedną jest agencja z Łodzi, która obsługuje rynek warszawski, kontakty z Warszawą ma agencja warszawska. Na rynku łódzkim nie ma agencji, która ma codzienne kontakty z mediami, prasą. Podkreślił, że sam fakt, iż agencja ma lawinowo rosnący ekwiwalent – 30 % z imprezy na imprezę oraz rosnącą ilość publikacji, to o czymś świadczy. Zauważył, że na 3 700 relacji w ubiegłym roku, 16 było negatywnych i wszystkie one były z Łodzi.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zwrócił uwagę, że w pewnym okresie czasu, głównie w prasie pojawiły się takie informacje, iż MODA FORTE nie rozlicza się z firmami współpracującymi, z podwykonawcami. W związku z tym zapytał, czy na dzień dzisiejszy agencja ma jakiegokolwiek zaległości i zobowiązania w stosunku do firm, które współpracowały w poprzednich edycjach.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że te zaległości są nieliczne i częściowe. Dodał, że poprzednia edycja była z debetem półmilionowym, który agencja musiała pokryć wspierając się funduszem

inwestycyjnym z Warszawy. Ma to swoje konsekwencje w tym, że nie każdy wykonawca otrzymał wynagrodzenie w stu procentach, co zostało z każdym z nich przenegocjowane. Nadmieniał, że to zdarzenie, do którego odnosi się radny dotyczyło konkretnej firmy łódzkiej, która nie wykonała swojej usługi, po czym wystawiła faktury za niewykonaną usługę i próbowała sądowo wymóc zapłatę. Miesiąc temu doszło do rozprawy sądowej i firma ta złożyła agencji propozycję ugody rezygnując z części wynagrodzenia. Sprawa została zakończona polubownie, co tylko świadczy o tym, że zrobiono burzę w szklance wody wokół sprawy, która nie powinna w ogóle istnieć. W tamtym roku ta firma nie miała żadnego tytułu wykonawczego, żeby mieć do MODA FORTE jakiegokolwiek roszczenia.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zapytał, czy na chwilę obecną agencja posiada jakieś zobowiązania, jeśli tak, to o jakiej wartości?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że są to poziomy kilkuset złotych czy kilku tysięcy złotych.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz zapytał, jaki procent stanowi kwota, którą inwestuje miasto w imprezę, do całości budżetu, którym dysponuje MODA FORTE?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, że udział miasta stanowi 33 % wartości projektu.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, jaka jest różnica pomiędzy ilością pokazów, które odbyły się w 2015 roku i w poprzednich edycjach. Czy ta ilość nie uległa znacznemu zmniejszeniu, bo wtedy też nie do końca można porównywać wydatkowanie środków na poszczególne działania? Podkreśliła, że ma wrażenie, iż tych pokazów było trochę mniej. Czy tak rzeczywiście było, czy to jest tylko wrażenie i w związku z tym trzeba to ująć w przedstawionym raporcie budżetowym.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak odpowiedziała, że pokazów rzeczywiście było trochę mniej, około 10. Agencja postanowiła znacznie wyżej podnieść poziom imprezy, z jednej strony chciano obciążyć koszty.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, ile to jest procent mniej?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak odpowiedziała, że około 3 - 4 %. Dodała, że było około 50 pokazów, a jest 10 pokazów mniej.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zwróciła uwagę, że jest to około 20 % mniej pokazów.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak uzupełnił, że pokazy odbywały się tak samo jak zawsze na terenie Toya Studio. Zmniejszeniu o połowę uległa liczba pokazów offowych, z racji tego, że było bardzo mało zgłoszeń offowych, ponieważ coraz mniej projektantów chce w nich uczestniczyć. Pokazy offowe są to pokazy na poziomie artystycznym niedające możliwości sprzedaży swoich kolekcji. Coraz więcej ludzi przechodzi do strefy biznesowej w branży mody i jest coraz mniejsze zainteresowanie happeningami artystycznymi, których kiedyś było więcej. Dodał, że w samym trzonie imprezy od czwartku do niedzieli odbywały się pokazy w tej samej

ilości, jak wcześniej na Tymienieckiego czy na terenie hali EXPO. Podkreślił, że ilość pokazów nie jest miernikiem jakości imprezy.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy powiedziała, że wskazała tutaj, iż nie należy porównywać poszczególnych kwot, które przedstawiono w tym raporcie, bo też ilość pokazów była mniejsza.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wskazał, że wynajęcie hali to jest to samo. Nie ma znaczenia dla wynajmującego lokal czy w tym samym dniu jest przygotowywanych 10 czy 12 pokazów.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy podkreśliła, że jeśli chodzi o modelki, ludzi, którzy przygotowują pokazy, operatorów świtała itd. wtedy te koszty na pewno się zwiększają.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że te same ekipy pracują na dwóch wybiegach. Jediną zmianą jest redukcja modelek o jakieś 20 %.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy powiedziała, że rozumie, iż reżyserzy pokazów również.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak poinformował, że tak jak do tej pory są dwaj reżyserzy.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, czy oni są tak samo wynagradzani bez względu na to, czy...?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że niestety tak. Dodał, że np. Kasi Sokołowskiej za czas pracy przez tydzień niezależnie od ilości pokazów płaci się gwiazdorskie stawki.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, czy miasto oprócz tego, że przekazuje pieniądze tak jak jest to zapisane w umowie, również w inny sposób wspiera organizację Fashion Week?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że współpraca z Biurem Promocji od początku układa się bardzo dobrze. Jest to współpraca poza szablonowa, poza relacyjna wynikająca tylko i wyłącznie z samej umowy. Dzięki tej współpracy MODA FORTE ma możliwość dotarcia do niektórych nośników reklamowych, które są własnością miasta, czy nawet pomoc w załatwianiu takich rzeczy jak np. zawieszanie siatki wielkoformatowej na ulicy Piotrkowskiej. Podkreślił, że Fashion Week jest chyba jedynym eventem modowym w skali kraju, który wydaje tak duże środki na reklamę zewnętrzną. Wydarzenie to jest widoczne w wielu miastach naszego kraju, nie jest tylko lokalną imprezą. Dodał, że tej współpracy jest bardzo wiele. MODA FORTE współpracuje także z Ambasadą Francuską, wielu gości zagranicznych uczestniczy w imprezach i innych wydarzeniach. Ponadto przyjazd Sławy Zajcewa jest przykładem kooperacji i współpracy z Urzędem Miasta, którą to na zasadzie współpracy wygenerowało Biuro Promocji.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak powiedział, że dzięki staraniom Biura Promocji i współpracy z miastami partnerskimi sprowadzono do Łodzi największe gwiazdy mody, z Rosji Sławę Zajcewa oraz Junko

Koshino z Japonii. Podkreślił, że Biuro Promocji na co dzień pomaga, aby różnymi kanałami Urzędu Miasta dodatkowo wzmacniać promocję tej imprezy.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy podkreśliła, iż podsumowując można stwierdzić, że oprócz 1 mln zł, który MODA FORTE dostaje od miasta, te działania też w jakiś sposób można przeliczyć i miasto oferuje swoją pomoc w dużo większym zakresie niż jest to w umowie.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak zaznaczył, że tak, ale Biuro Promocji zostało powołane do tego, aby świadczyć taką pomoc.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, czy można taką pomoc wycenić.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak powiedział, że byłoby ciężko. Dodał, że Biuro pomaga wszystkim i organizatorzy większości festiwali mogą to potwierdzić.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, czy prawdą jest, że do Urzędu Miasta, do Biura Promocji wpływają żądania cesji z należności za niewykonane płatności, których nie spełniła MODA FORTE?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak odpowiedział, że wpływają tzw. zajęcia wierzytelności komornicze i zajęcia związane z cesją.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, na jaką kwotę?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak poinformował, że na kwotę 41 tys. zł.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak powiedział, że jeśli chodzi o zajęcia komornicze to nie są to wysokie kwoty, bo to jest 700 zł, 300 zł czy 41 tys. zł. Jeśli chodzi o cesję to jest to cesja wierzytelności obejmująca drugą transzę płatności na kwotę 350 tys. zł.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, że cesje, które MODA FORTE zgłasza do miasta, są to pieniądze, które agencja dostaje od swoich partnerów finansowych na finansowanie imprezy.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak uzupełnił, że jedna cesja jest na 350 tys. zł, druga na 250 tys. zł. Dodał, że jest to prawo organizatora, on realizuje usługi, wykonuje je, Biuro Promocji to akceptuje. Natomiast gdzie pójdą pieniądze, czy na konta organizatora, czy kogokolwiek innego to jest już wola organizatora i miastu nic do tego.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, czy miasto podjęłoby jakieś działania w takiej sytuacji, gdyby zapłaciło przed rozpoczęciem edycji 50 %, co się dzieje zawsze, a edycja nie zostałaby zorganizowana. Czy miasto straciłoby te 500 tys. zł, jakie byłyby z tego tytułu konsekwencje dla miasta?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak powiedział, że faktycznie może być tak, iż MODA FORTE wykona usługi i miasto zapłaci pierwszą transzę a impreza z jakiś powodów nie odbędzie się. Podkreślił, że wtedy miasto nie będzie zobowiązane do zapłacenia drugiej transzy, ale ta pierwsza zostanie zapłacona.

Dodał, że sam miał niedawno takie wątpliwości i zaczął się zastanawiać. Jedynym rozwiązaniem byłoby albo podpisanie aneksu do umowy, który będzie to precyzował albo złożenie tych środków w depozyt sądowy i w ten sposób zabezpieczyć miasto. Jeśli organizatorzy rozpoczną imprezę to tego samego dnia sąd te środki uruchomi i przeleje na wskazane konta bankowe. Zaznaczył, że nie prowadzono na ten temat dyskusji ze służbami finansowymi i prawnymi miasta, są to jedynie rozważania. Stwierdził, że do tej pory wszystko szło dobrze i dalej tak jest, ale trzeba się zabezpieczać i być może należałoby się zastanowić jak to zrobić.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy przeczytała interpelację złożoną na ostatniej sesji Rady Miejskiej przez troje radnych: *„Doceniając znaczenie odbywającej się w Łodzi imprezy Fashionphilosophy Fashion Week Poland, którą znacząco wspiera Miasto Łódź i dbając o wizerunek oraz dobrą promocję Łodzi zwracamy się z pytaniem, czy przy okazji kolejnych edycji jesteśmy w stanie zapewnić prowadzenie gali lepsze od obserwowanej w tym roku odpowiedniej raczej do oczepin na weselu w remizie pod Domaniewiczami, czyli prowadzenie powierzone osobom, które min. umiałyby uprzejmie powitać wiceprezydenta Łodzi Krzysztofa Piątkowskiego i wiedziałyby, że nie przybył on z Urzędu Marszałkowskiego”*. Radna poprosiła o wstępną odpowiedź na ten temat.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak podkreślił, że dla wielu gala otwarcia może być masakrycznym wydarzeniem. Dotyczy to przede wszystkim kwestii rozpoczęcia, która najprawdopodobniej wymknie się konferansjerowi spod kontroli, bo nie było takiego elementu w scenariuszu.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy dodała, że większość gości miała wrażenie, iż zaraz usłyszą, że znajdują się w ukrytej kamerze.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wskazał, że prowadzący tę imprezę Daniel Wieleba jest współpracownikiem TVN, partnera medialnego tej imprezy. Był to trochę kompromis połączony z głównym partnerem medialnym i sponsorem Carlo Rossi. Powiedział, że nie do końca też, agencja jest zachwycona jakością artystyczną gali, ponieważ odbiegała ona od standardów przyjętych na co dzień.

Dyrektor zarządzający MODA FORTE p. Piotr Maciejewski powiedział, że gala otwarcia wygenerowała w bardzo pozytywnym kontekście ponad 150 publikacji w tym relacje tkj. dwukrotnie w Pytanie na śniadanie oraz Co za tydzień. Szacowana przez warszawską agencję PR wartość medialna tych relacji wynosi zdecydowanie ponad 1 mln zł.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytała, jak agencja ocenia złe opinie, które pojawiają się na blogach modowych. Przypomniała, że osoby, które prowadzą blogi modowe są opiniotwórcami, bardzo dużo ludzi czyta i korzysta z tych blogów. Dodała, że z ciekawości weszła na kilka blogów. Blogi te pokazują, że Fashion Week nie wypadł zbyt dobrze i poprzez to Łódź traci. Radna zapytała, dlaczego tak się dzieje, czy może blogerzy nie lubią MODA FORTE?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że te 150 relacji to w 75 % blogi i były to reakcje pozytywne. Wskazał, że blogerów piszących o modzie jest w Polsce kilkuset, a na imprezę jest zapraszanych około 50 z nich. Ci, którzy nie są zapraszani automatycznie stają się wrogami imprezy. Często są to

osoby, które założyły bloga parę miesięcy wcześniej lub jest to pewne środowisko warszawskie, które do dzisiaj z tą imprezą walczy. Podkreślił, że należy mieć świadomość, iż nieformalnie toczy się pewna wojna pomiędzy Łodzią a Warszawą o sukcesję na rynku. Nikt z warszawskich dziennikarzy na co dzień spotykających się w pubach na Pradze z innymi blogerami nie będzie hołubił tej imprezy, bo często nawet nie był w Łodzi i na oczy nie widział tej imprezy, ale ocenia ją, bo to jest taka forma ostracyzmu czyli sądu łupkowego, który się odbywa na temat Łodzi. Dodał, że trochę jesteśmy pochodną marki Łodzi, która dopiero dziś się podnosi, ale nie była najlepsza przez wiele lat i my też z tego powodu cierpimy. Nadmienił, że nie przejmowałby się tym, ponieważ jest to kilku blogerów, którzy permanentnie źle oceniają wydarzenie, nie przyjeżdżając na tę imprezę. Na jednym z najbardziej poczytnych blogów Jessiki Mercedes zamieszczono znakomite opinie o tej imprezie.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zapytał, czy z tych topowych blogerek napisała tylko Jessica Mercedes, czy inne blogerki również?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że inne też.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zauważyła, że w relacjach medialnych przewijały się takie głosy, że na tegorocznej edycji Fashion Week zabrakło wielkich polskich projektantów tj. Macieja Zienia, Paprockiego i Brzozowskiego, jakość projektantów była niższa niż w poprzednich edycjach.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak podkreślił, że są to opinie pięciu, sześciu projektantów. Wyjaśnił, że w momencie, kiedy powstał Fashion Week, na rynku warszawskim funkcjonowało sześciu znanych projektantów tj. Ossoliński, Baczyńska, Maciej Zień, Paprocki & Brzozowski, Jaroszevska. Agencja wprowadzając Fashion Week i wprowadzając na arenę kilkudziesięciu projektantów niejako zagroziła ich panowaniu. Ci ludzie stracili swój biznes, przestali sprzedawać sukienki za kilka tysięcy złotych, ponieważ pojawiła się konkurencja. Pojawiło się mnóstwo zdolnych, utalentowanych nazwisk, które dzisiaj zabierają im klientów.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy zwróciła uwagę, że są to nazwiska, które na pewno się sprzedają.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że jeśli chodzi o Macieja Zienia to jego imperium się sypie. Jest winien łódzkim firmom za szycie kolekcji. Dodał, że istnieje pewna nieformalna wojna między dwoma światami projektanckimi. Na tegorocznej edycji obecny był min. Dawid Tomaszewski – ikona niemieckiego Fashion Weeku. Projektant ten ma regularne publikacje w Vogue. Ponadto łódzka projektantka Joanna Kędziorek, pierwsza polska projektantka, która weszła do brytyjskiego Vogue i jest regularnie co pół roku publikowana w tzw. biblii mody. Podkreślił, że tym nie może się pochwalić znana projektantka Gosia Baczyńska. Trzeba zrozumieć, że to co osiągnęli znani polscy projektanci to są rzeczy, o których mogą sobie tylko pomarzyć. Nie ma znaczenia, że osiągnęli wysoki PR w Warszawie, skoro i tak, nikt za zagranicą ich nie zna. Młodzi projektanci są zapraszani do Lizbony, Amsterdamu, do Maastricht, na Węgry, biorą udział w berlińskich pokazach mody, w Poczdamie. Wskazał, że na pokazie Zienia, Paprockiego & Baczyńskiego nie ma jednego człowieka z zagranicy. Są to po prostu

zamknięte, towarzyskie imprezy. Nie można pozwolić, że ktoś dyskredytuje Łódź tylko dlatego, że Baczyńska i Zień byli pierwsi na rynku medialnym. Ich za chwilę nie będzie.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Monika Malinowska – Olszowy podkreśliła, że należy wszystkim dobrze życzyć.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że kiedyś agencja prosiła Macieja Zienia, żeby zainteresował się Fashion Weekiem, ponieważ miała dla niego zagranicznych kontrahentów, których on zignorował i to był jego wybór. W tej chwili są nowe gwiazdy tj. Jacob, Sieradzki, Łukasz Jemioł. Są to nazwiska, które w tej chwili stają się bardzo popularne. W opinii Jacka Kłaka trzeba stawiać na tych, którzy mogą być liderami za pięć czy dziesięć lat, to jest cel.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka zapytała, czy agencja ma jakiś wpływ, bądź jest jakiś scenariusz, jeśli chodzi o przygotowanie osób prowadzących tę imprezę?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że tuż przed pokazem sprawdził scenariusz, nie było tam mowy o tym, że witamy trzech prezydentów z Urzędu Marszałkowskiego. Dodał, że po prostu takich mamy dziennikarzy w Polsce i prowadzących i nie mamy na to wpływu. Cały scenariusz był rozpisany co do słowa. Cały wstęp był improwizacją prowadzącego. Daniel Wieleba miał tylko wyjść, przeprosić gości za dziesięciminutowe opóźnienie, bo jeszcze projektant szykował modelki. Prawda też jest taka, że jak przyjeżdża międzynarodowa gwiazda to ciężko jest jej powiedzieć, żeby już skończył czesać i przygotowywać modelki, bo trzeba rozpoczynać imprezę, bo tam czekają goście. W Mediolanie standardem jest, że czeka się na pokaz dwie godziny i nikt nie jest w stanie tego zatrzymać lub skorygować. Zaznaczył, że trzeba z tym walczyć. Jeśli chcemy mieć poziom Tomaszewskiego, to być może trzeba go dawać w innych terminach, nie w gali otwarcia. Podobne problemy zdarzały się przy okazji innych międzynarodowych gwiazd. Każda z nich zupełnie ignorowała pewien harmonogram wydarzenia, patrząc tylko i wyłącznie na siebie. To są egocentrycy żyjący we własnym świecie.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka zapytała, czy uważacie Państwo, iż jeśli miasto przekazuje 1 mln zł na tę imprezę, to czy nie wypadaloby chociażby zaprosić przedstawiciela miasta do tego, żeby otworzył tę imprezę i przywitał zaprosił gości. Dodała, że tak było w poprzednich edycjach.

Pani Magdalena Christofi z MODA FORTE odpowiedziała, że agencja wystosowała pismo z zaproszeniem dla Pani Prezydent, która niestety nie mogła przybyć w tym terminie. Podkreśliła, że agencja zawsze składa takie pismo.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka zauważyła, że na gali otwarcia był wiceprezydent miasta, który został przywitany, natomiast nie został poproszony nawet o to, żeby powitać gości. Było to bardzo niestosowne. Radna zaznaczyła, że jeśli miasto przekazuje środki publiczne na taką imprezę to ze strony radnych są pewne oczekiwania. Powiedziała, że rozumie, iż pozostali goście, którzy może nie byli z Urzędu Miasta bądź inni radni nie zauważyli pewnych niedociągnięć, natomiast członków Komisji to w jakiś sposób uraziło i zniechęciło do tej imprezy.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że rozumie, iż w tej chwili cała impreza, w ocenie została sprowadzona tylko i wyłącznie do części oficjalnej, co może przedstawiać agencję w krzywym zwierciadle. Wskazał, że istnieje pewien problem komunikacyjny pomiędzy agencją a miastem, bo jeszcze na dzień otwarcia była informacja o obecności na gali otwarcia trzech wiceprezydentów. Identyczna sytuacja miała miejsce rok temu, kiedy poinformowano, że będzie marszałek województwa a przyszedł wicemarszałek i powitano kogoś innego niż był na sali. Zaznaczył, że takie rzeczy się zdarzają. Być może należałoby bardziej naciskać na współpracę przy organizacji gali otwarcia i po prostu kreować ją wspólnie z reprezentacją z UMŁ.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka poprosiła, by przy następnych edycjach zwrócić na to szczególną uwagę. Ponadto zwróciła uwagę, że gala miała się rozpocząć o godzinie 20:00, natomiast o 20:20 modelki jeszcze ćwiczyły. Zapytała, gdzie tkwi problem.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, że jest to kaprys projektanta. Wszystkie próby są zaplanowane co do minuty, natomiast w momencie, kiedy przyjeżdża ktoś z zagranicy, to potrafi zrujnować całą wykonaną pracę. Taka sytuacja miała miejsce tamtego dnia. Próby były zaplanowane na godzinę 12:00, a w tym czasie Pan Tomaszewski robił zakupy na Piotrkowskiej. Nie można było zmusić go siłą do tego, żeby przyjechał na próby. Pan Jacek Kłak przeprosił za zaistniałą sytuację.

Wiceprzewodnicząca Komisji p. Małgorzata Moskwa – Wodnicka podkreśliła, że być może biorąc pod uwagę informację odnośnie tych osób, warto byłoby zastanowić się na przyszłość jak współpracować z takimi osobami, żeby unikać takich wpadek, bo odbiór na zewnątrz nie był najlepszy, co nie służy także organizatorom.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że wie o tym. Dodał, że niezadowolenie spotęgowały dodatkowo także ciasne wnętrza Hotelu Hilton, bo przy zainteresowaniu imprezą ludzi na poziomie 10 000 te korytarze okazują się zbyt ciasne. Nadmienił, że w Łodzi na dzień dzisiejszy nie ma obiektu, który spełniałby normy takiej imprezy jak Fashion Week. Niestety hala EXPO nie spełniła oczekiwań, to była próba, MODA FORTE zgodziła się na roczną współpracę. Nie wypadło to dobrze, nawet lokalna prasa to skrytykowała. Podkreślił, że jest z tym duży problem. Zapytał radnych, czy mają pomysł, gdzie tę imprezę robić.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, dlaczego mniej znani projektanci jak np. Aryton, Agnieszka Maciejak, Zuo Korp nie prezentowali swoich kolekcji na Fashion Week?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że w momencie, kiedy Fashion Week pojawił się na rynku polskim wprowadził pewną regułę. Po pierwsze musi to być kolekcja przyszłoroczna czyli wyprzedzająca o sezon, po drugie muszą to być kolekcje regularnie co pół roku. Podkreślił, że niestety okazało się, że bardzo wielu projektantów nie jest w stanie spełnić chociażby jednego z tych warunków. Bardzo wielu projektantów w Polsce tworzy, kiedy chce. Cały świat tworzy kolekcję w określonym czasie. Fashion Week – i odbywają się na przestrzeni od lutego do początku maja, a potem sezon zaczyna się we wrześniu i kończy w połowie listopada. Nie zawsze w tym czasie ci znani projektanci są w stanie przygotować kolekcję. Grupa Projektowa MMC, również nie wystąpiła na Fashion Week. Formacja ta dopiero dwa tygodnie temu pokazała to,

co było pokazywane w październiku, nie zdążyli zrobić kolekcji. Wskazał, że pokazywanie wiosną wiosny jest medialnym strzałem w stopę. Podał za przykład projektantkę, która podczas jednej z wiosennych edycji Fashion Week pokazała kolekcję wiosenną. Została za to totalnie skrytykowana przez warszawskie media. Są to pewne reguły światowe, albo ktoś je wytrzymuje albo nie. Za chwilę paru projektantów odpadnie, bo nie wytrzyma zupełnie tych reguł.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, jakie są warunki udziału projektantów w wydarzeniu?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że warunki są bardzo proste. Powołano Radę programową, gdzie w ramach działalności tej rady są dwie grupy projektantów. Jedna kwalifikowana jest do strefy OFF lub STUDIO oraz DESIGN AVENUE. W ramach tego wybierana jest grupa najbardziej utalentowanych projektantów w danym sezonie i grupa najciekawszych kolekcji. W ten sposób czasami można wynaleźć na rynku najbardziej zaskakujące nazwiska. W ten sposób odkryto parę nazwisk, które dzisiaj są znane. Druga strefa zaproszeń idzie do tzw. uznanych projektantów. Nadmienił, że Baczyńska i Zień dostają zaproszenia co pół roku, ale z nich nie korzystają. W ramach tego do pokazów jest pozyskiwanych ponad 20 nazwisk. W części komercyjnej przewidziano wąską pulę dla np. firm. Agencja od paru miesięcy toczyła rozmowy z firmą Aryton, ale oni nie zdążyli z kolekcją. Zaznaczył, że w tym roku były trzy przypadki, kiedy ktoś powiedział, iż ma fajną kolekcję, ale spóźnił się z kwalifikacją, czy może wziąć udział w imprezie na warunkach komercyjnych, czyli za symboliczną kwotę 5 tys. zł. Dodał, że na świecie za udział w Fashion Week się płaci duże pieniądze, bo od 30 tys. do 200 tys. euro za pokaz. Podkreślił, że jeśli tego typu impreza, chciałaby w przyszłości osiągnąć poziom światowy w każdym obszarze, to musiałyby kosztować kilkanaście milionów euro, co na dzień dzisiejszy jest raczej niemożliwe.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, jaki był powód uszczuplenia pokazów OFF? Dlaczego w ciągu jednego dnia były tylko cztery pokazy, a w poprzednich sezonach było tego o wiele więcej?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że ocena Rady programowej była taka, iż do pokazu kwalifikowały się dwie kolekcje lub maksymalnie trzy. Ostatecznie dopuszczono do pokazów pięć kolekcji, włącznie z instalacją Pieczarkowskiego. Dodał, że część projektantów aplikujących do części offowej została przeniesiona do strefy studio, która ma podobny garnitur jak strefa off, ale nie ma w niej elementów awangardowych. Swojego czasu ten sam powód pojawił się w Złotej Nitce. W Złotej Nitce umarła część poświęcona sztuce awangardowej nazywana premier vision. Skończyło się na tym, że pokazywano jedynie kolekcje komercyjne. W Paryżu na pokazach Haute couture na dzień dzisiejszy jest tylko 11 pokazów, a wcześniej było ich kilkadziesiąt. To pokazuje pewien trend światowy, w którym kierunku zmierza moda.

Radna p. Joanna Budzińska poprosiła o skomentowanie wypowiedzi Dawida Tomaszewskiego, który podsumował występ i udział w Fashion Weeku jako chamstwo i totalny bałagan i zadeklarował, że nie będzie więcej uczestniczył w Fashion Week w Łodzi i swoją przyszłość widzi w Warszawie.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak podkreśliła, iż Dawid Tomaszewski miał prawie, że wyjętego z ręki papierosa na zapleczu,

ponieważ jest tam absolutny zakaz palenia, a on sobie na to nie chciał pozwolić. Ochrona zabroniła mu palenia tam gdzie znajdują się kolekcje, a on wyzwiał wszystkich od chamów. Dodała, że takie są uroki pracy z gwiazdą, na co nie ma się wpływu. Stwierdziła, że albo angażujemy się do pracy z ludźmi, którzy nie są gwiazdami, ale radni będą pytać o nazwiska, albo bierzemy nazwiska, które są gwiazdorskimi i musimy liczyć się z ich kapryсами.

Podsumowując **radna p. Joanna Budzińska** wskazała, że z tej edycji można wywnioskować jedną rzecz, iż nie ma ważnych redaktorów, nie ma ważnych stylistów, nie ma portalu modowego typu mostrami, który był w zeszłym sezonie, Michał Zaczyński został usunięty z Rady programowej, nie ma znanych projektantów, Rada programowa również stwierdziła, że w strefie off nie ma kogo pokazywać, bo poziom jest mizerny. Zwróciła również uwagę na negatywne komentarze Dawida Tomaszewskiego, który był gwiazdą wszystkich edycji i reprezentuje poziom europejski. W związku z tym zapytała, jaki jest sens organizowania tej imprezy w wydaniu MODA FORTE, jeśli nie ma wielu kluczowych elementów.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, iż to, że siła z offu przenosi się do innej strefy wcale nie jest zmianą. Dodał, że jeśli polscy projektanci są w tej chwili zapraszani za granicę, jeśli agencja wypromowała przynajmniej 30 pokazów zagranicznych, jeśli Ewa Minge robi pokaz z nową kolekcją tylko w Łodzi, jeśli Kasia Łęcka, która jest uznaną projektantką przyjeżdża do Łodzi musi to mieć jakieś znaczenie. Dawid Tomaszewski jest osobą trochę niezrównoważoną emocjonalnie i o Hiltonie również powiedział, że jest to „dziadowski” hotel. Pod wpływem emocji krytykuje wszystko co się wokół niego rusza. W odniesieniu do projektantów p. Kłak powiedział, że bazuje na opiniach światowych, nie interesuje go Michał Zaczyński, ponieważ jest to osoba, która z pewnych personalnych, własnych urazów do Łodzi będzie zawsze hejtować Łódź. W Radzie programowej nie ma go dlatego, ponieważ obraził Miasto Łódź. Jednogłośnie podjęto taką decyzję, że rezygnujemy z człowieka, który nie jest ambasadorem wydarzenia i pisze o Łodzi, że jest „powiatowym zaściankiem”. Szef projektu stwierdził, że nie będzie się przejmował opinią jednego czy drugiego blogera. To co pisał Michał Zaczyński jest nieprawdą. Wymienił, że sama redakcja ELLE to było pięć nazwisk, stało się także wiele innych redakcji tj. Glamour, Viva.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, dlaczego zatem jedną z dwóch osób, które dostały nagrodę Złotego Flaminga był Dawid Tomaszewski?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wskazał, że w tym wszystkim poza trudną osobowością Dawida Tomaszewskiego, co zresztą jest cechą bardzo wielu artystów, trzeba traktować poważnie również jego twórczość. Agencja chciała spuentować jego pięć lat na arenie Fashion Week i zamknąć tą nagrodą jakby pewien rozdział jego twórczości.

Radna p. Joanna Budzińska stwierdziła, że tak naprawdę agencja zamknęła współpracę tą nagrodą.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak powiedział, że taki był zamysł.

Radna p. Joanna Budzińska wskazała, że z wypowiedzi można było wywnioskować, iż Dawid Tomaszewski będzie pokazywał kolekcje w Warszawie. Dodała, że chciałaby wyjaśnić także nieobecność drugiego laureata tej nagrody producenta Piotra Dziecioła.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, iż Piotr Dziecioł nie wiedział, że będzie odbierał tę nagrodę. Wiedziała o tym jego żona, która zajmowała się jego pilotażem podczas tej imprezy. Podczas kiedy był wywoływany z sali, żona wysyłała sms – y, że on na pewno jest. Piotr Dziecioł zobaczył tłum ludzi, poczuł się trochę nieswojo, wyszedł z gali i wrócił do domu. Szef projektu zaznaczył, że być może trzeba było go powiadomić o tym, iż dostał tę nagrodę, ale chciano mu zrobić niespodziankę. Podkreślił, że sprawa wymknęła się nieco spod kontroli.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, czy projektanci sami się zgłaszają do organizatora, że chcą pokazać kolekcję?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedziała, że na świecie każdy projektant zabiega o obecność na Fashion Week – u i za to płaci. Na łódzki Fashion Week są zapraszani sami utalentowani projektanci i mają możliwość zgłoszenia się.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, ilu projektantów zgłosiło się do udziału w tej edycji?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak odpowiedziała, że do Rady programowej w tym sezonie zgłosiło się prawie dwustu projektantów. Rada programowa z dwustu projektantów przeprowadziła wstępną selekcję i po niej zaprosiła dwudziestu projektantów na indywidualne spotkania już z odszytymi kolekcjami. Z tych odszytych kolekcji wybranych zostało osiem nazwisk, które za darmo mogły się zaprezentować na Fashion Week.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, jak to wyglądało w porównaniu do poprzedniego sezonu?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak odpowiedziała, że dokładnie tak samo.

Radna p. Joanna Budzińska zwróciła uwagę, że dwustu się zgłosiło, ale właściwie niewiadomo, kto był. Dodała, że nie było ani tych znanych ani tych mniej znanych.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak podkreśliła, że zapraszani są ci projektanci, którzy w świecie projektowania mody chcą mieć swój biznes. Ci projektanci muszą robić dwie kolekcje sezonowe w roku. Te kolekcje muszą być z półrocznym wyprzedzeniem, bo tak funkcjonują wszystkie Fashion Week – i. Fashion Week jest imprezą, która ma łączyć design z mediami i biznesem. Zaznaczyła, że wszyscy ci projektanci, którzy są na tej imprezie wchodzą w świat biznesu, zaczynają projektować w taki sposób, żeby mogli funkcjonować nie ze sponsorów, ale ze sprzedaży swoich kolekcji. Na tym organizatorom najbardziej zależy i dlatego agencja chce wyciągać nawet nowe nazwiska i w świecie łódzki Fashion Week liczy się jako ten, który jest w światowych kalendarzach. Nie ma innej polskiej innej imprezy, która znajduje się w ogólnoswiatowym kalendarzu.

Radna p. Joanna Budzińska powiedziała, że dzisiaj podsumowujemy ostatnią edycję.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak stwierdziła, że to jest podsumowanie. Agencja dostała już informację z paru mediów, które określają, że projektanci pokazujący się na Fashionphilosophy Fashion Week Poland w Łodzi powinni pokazywać się w Nowym Jorku, Londynie ..., bo są na tym poziomie. O żadnej innej imprezie w Polsce tak się nie pisze.

Radna p. Joanna Budzińska zapytała, dlaczego Łukasz Jemioł pokazuje w Łodzi kolekcję BASIC, a nie tą o wyższym standardzie czyli PREMIUM, którą pokazuje w Warszawie, a organizatorzy mówią o poziomie imprezy Fashion Week?

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak wyjaśnił, że po prostu Łukasz Jemioł jest bardzo zaradnym projektantem i dobrze wie, gdzie się robi interesy. Z kolekcją BASIC nie zrobi w Warszawie interesu, bo tam przychodzą celebrytki, żeby popatrzeć i ewentualnie pożyczyć ciuchy. W Łodzi Jemioł robi interesy. Jest zapraszany na targi do Kopenhagi, Lizbony. Jego kolekcje są kupowane, ma różne propozycje inwestorów finansowych. Tego nigdy nie uzyskałby na warszawskiej imprezie. Dodał, że w opinii na jego fan page – u można przeczytać, iż nigdzie nie dostaje takich warunków, jakie ma w Łodzi i porównywalne warunki może znaleźć najbliżej w Nowym Jorku. Podkreślił, że agencja nie opiera się o Michała Zaczyńskiego tylko o autorytety światowe tj. największy portal opiniotwórczy w Londynie, WGSN – firmą doradczą największych marek światowych w tym LPP, Monnari itd., Fashion Biznes.

Radna p. Joanna Budzińska podsumowała, że trzymamy poziom, więc Łukasz Jemioł pokazuje kolekcję BASIC w większości z dresami.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak powiedziała, że radna p. Joanna Budzińska bardzo trafnie to podsumowała. Dodała, że w wielu przekazach medialnych showroom był nazwany jako dresówki i nic więcej.

Radny p. Łukasz Rzepecki powiedział, że nie rozumie niektórych radnych, nie wie skąd to rozżalenie, gdyż w 2013 roku miasto podpisało umowę z MODA FORTE na trzy lata na kwotę 6 mln zł. Dodał, że w tej chwili nic z tym już nie można zrobić. Radny zapytał dyrektora Biura Promocji, gdzie wtedy był Wiceprezydent Krzysztof Piątkowski czy Pani Prezydent Hanna Zdanowska, która zgodziła się na podpisanie umowy na trzy lata, gdzie wcześniej umowy były podpisywane na rok lub na dwa lata. Zapytał Skarbnika Miasta, czy w związku z tym, że ostatnia edycja Fashion Week nie była udana, jest jakieś zabezpieczenie, że jeżeli po raz kolejny ta edycja zostanie źle przeprowadzona i tym samym nie zostaną spełnione warunki umowy miasto wystąpi na drogę sądową o odszkodowanie bądź zerwie umowę z przyczyn leżących po stronie organizatora tej imprezy.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak podkreślił, że impreza Fashion Week była i jest najbardziej rozpoznawalnym wydarzeniem, Łódź jest stolicą polskiej mody. Dyrektor dodał, że w mediach nie było słowa krytyki na temat tej imprezy. W 2013 roku było apogeum i to decyzją radnych miasta Łodzi została zawarta umowa wieloletnia, która została wpisana do Wieloletniej Prognozy Finansowej.

Radny p. Łukasz Rzepecki zwrócił uwagę, że teraz mamy 2015 rok i mówimy o tym, co jest teraz. Radny zauważył, że gdyby ta umowa była podpisana na rok to już moglibyśmy...

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak podkreślił, że w 2013 roku, kiedy podpisano umowę na trzy lata, a wcześniej była podpisana

na dwa lata, Biuro Promocji było bardzo zadowolone ze współpracy, nie było żadnych uwag, ta impreza była hołubiona przez wszystkich. Rok 2013 to było apogeum, wszyscy oczekiwali podpisania nowej umowy, radni dopytywali, dlaczego miasto nie podpisuje kolejnej umowy, skoro ta impreza jest taka wspaniała. Dyrektor powtórzył, że to radni zdecydowali o wpisaniu tej imprezy do Wieloletniej Prognozy Finansowej, a nie dyrektor Biura Promocji.

W odpowiedzi na drugie pytanie **Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski** zauważył, że merytorycznie tę imprezę rozlicza dyrektor Biura Promocji. Każda umowa zawiera pewne klauzule związane z karami umownymi, więc jeżeli zostały naruszone jakieś zapisy umowne to decyzja w tym zakresie należy do dyrektora Biura Promocji.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, czy przed podpisaniem umowy na trzy lata władze miasta miały wiedzę, że w stosunku do MODA FORTE zostały podjęte działania windykacyjne.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak odpowiedział, że nie było żadnych sygnałów.

Radny p. Łukasz Rzepecki zwrócił uwagę, że radni z PiS sprzeciwiali się podpisywaniu trzyletniej umowy na kwotę 6 mln zł. W opinii radnych PiS kwota ta mogła być przeznaczona na inny lepszy cel. W związku z tym po tej burzliwej dyskusji chciałby zgłosić wniosek formalny, żeby zobligować Panią Prezydent Hannę Zdanowską o podjęcie działań interwencyjnych mających na celu sprawdzenie wydatkowania pieniędzy na ten cel pod kątem rzetelności, celowości i gospodarności.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz złożył wniosek dalej idący o wstrzymanie drugiej transzy wypłaty dla agencji MODA FORTE.

Ad vocem **radny p. Łukasz Rzepecki** wskazał, że po to złożył swój wniosek formalny, żeby to zbadać. Jeśli okaże się, że były jakieś nieprawidłowości w wydatkowaniu środków publicznych to wtedy zostaną podjęte dalsze kroki.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz wycofał swój wniosek formalny.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła wnioskodawcę o sformułowanie wniosku formalnego. Jaka ma być treść stanowiska skierowanego do Pani Prezydent.

Radny p. Łukasz Rzepecki poprosił o 5 minut przerwy.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak ogłosiła 5 minut przerwy.

Po przerwie obrady wznowiła **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak**.

Radny p. Łukasz Rzepecki sformułował **wniosek formalny**, w którym Komisja Promocji Miasta i Współpracy Zagranicznej wnosi o sprawdzenie pod kątem rzetelności, celowości i gospodarności wydatkowania środków publicznych z budżetu miasta Łodzi z przeznaczeniem na realizację umowy zawartej między Miastem Łódź a MODA FORTE Grupa Kreatywna I. Kubiak, J. Kłak Sp. j. na dzień 24 kwietnia 2015 r.

Kierownik Oddziału Promocji w Biurze Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bogna Witkowska zapytała, czy Biuro ma sprawdzić rzetelność na dzień 24 kwietnia.

Radny p. Łukasz Rzepecki powiedział, że tak.

Kierownik Oddziału Promocji w Biurze Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bogna Witkowska wskazała, że przedmiotem umowy jest zakup usługi promocji, czyli jako taka reklama miasta. Biuro Promocji jest w posiadaniu raportów firmy MODA FORTE za jeden rok, czyli za dwie edycje. Biuro Promocji musi otrzymać taki raport, ale nie otrzyma go do 24 kwietnia. Otrzyma go dopiero za dwa lub trzy tygodnie, po to żeby sprawdzić rzetelność. Podkreśliła, że w dniu dzisiejszym jest to niewykonalne. Nadmieniła, że Biuro Promocji posiada raport za pierwszy etap, który już został zapłacony. Za drugi etap nie ma jeszcze raportu. Pierwszy etap skończył się 30 - 40 dni przed Fashion Week – iem. Drugi etap obejmuje pewien okres przed imprezą oraz okres imprezy.

Radny p. Łukasz Rzepecki stwierdził, że chce, aby Komisja sprawdziła pierwszy etap imprezy.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zgłosiła wniosek dalej idący, dotyczący nie tylko pierwszego etapu imprezy, ale także drugiego. Dodała, że dzisiejsza dyskusja dotyczyła głównie drugiego etapu, czyli przebiegu całej imprezy. Zaproponowała, aby stanowisko Komisji dotyczyło całego przebiegu XII edycji Fashion Week.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz podkreślił, że Komisja będzie rozliczała tę edycje nie tylko na podstawie dokumentów, ale także powinna wziąć pod uwagę zaistniałe fakty, o których dzisiaj usłyszano.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak powiedziała, że wierzy w to, iż w tym sprawozdaniu zostaną uwzględnione wszystkie fakty, bo tak jest sformułowana umowa pomiędzy miastem a MODA FORTE.

Radny p. Władysław Skwarka powiedział, że Komisja może złożyć taki wniosek, ale on musi dotyczyć zgodności z zawartą umową.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak podkreśliła, że zgodność z umową będzie sprawdzało Biuro Promocji na podstawie sprawozdania, które wpłynie do miasta od MODA FORTE.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie **wniosek formalny**, w którym Komisja prosi Panią Prezydent o podjęcie jak najszybszych działań w celu sprawdzenia pod kątem rzetelności, celowości i gospodarności wydatkowania środków publicznych z budżetu miasta na realizację umowy zawartej między Miastem Łódź a MODA FORTE Grupa Kreatywna I. Kubiak, J. Kłak Sp. j.

W głosowaniu: przy 9 głosach za, braku głosów przeciw i wstrzymujących się wniosek uzyskał większość.

Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak zapytał, jaka jest szacowana wartość wszystkich pozytywnych materiałów prasowych, które ukazały się w związku z Fashion Week?

Uzyskano wyjaśnienia, że badania mediów dokonuje niezależny instytut. W przypadku, kiedy opinia jest negatywna, to wartość tej opinii odejmuje się od całości. Podanie kwoty 29 mln 101 tys. 668 zł za rok 2014 jest wartością pozytywnych i neutralnych relacji. Wartość na rok bieżący jest szacowana na poziomie minimum dwukrotnie wyższym.

Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak zapytał, czy wliczane w tą wartość są wszelkie artykuły i doniesienia prasowe będące wynikiem umów z partnerami medialnymi.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że każda opinia w prasie jest analizowana przez Instytut Monitorowania Mediów, czy zawiera kontekst neutralny, pozytywny czy negatywny. Jeśli jest negatywny kwota ekwiwalentu jest obniżana. Dodał, że szesnaście relacji o wydźwięku negatywnym o wartości kilkudziesięciu tysięcy złotych obniżyło wartość w zeszłym roku. Dotyczyło to tylko i wyłącznie publikacji lokalnych. Pozostałe relacje dotyczą relacji światowych czy ogólnopolskich i w dużej części są to relacje pozytywne bądź neutralne wycenione na kwotę prawie 30 mln zł. Nadmienił, że w przypadku jakiegoś sporu, nie będą ważne osobiste odczucia uczestników wydarzenia tylko będą brane pod uwagę badania neutralnych niezależnych ośrodków badań opinii.

Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak powtórzył pytanie, czy w tą wartość wliczane są też artykuły i doniesienia prasowe, które są wynikiem umów z partnerami medialnymi.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak odpowiedział, że tak.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zauważyła, że zgodnie z umową wypłata poszczególnych transz odbywa się po oddaniu sprawozdania.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak wyjaśnił, że nie wystarczy, iż firma dostarczy fakturę do zapłaty. Dopiero po zatwierdzeniu tego sprawozdania Biuro dokonuje decyzji o wypłacie świadczenia.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, czy drugiej transzy.

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak podkreślił, że każdej.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, kiedy Biuro otrzymało sprawozdanie z pierwszej transzy i kiedy została wypłacona pierwsza transza?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak poinformował, że data dostarczenia faktury to 18 marca, data doręczenia raportu to 24 marca, data dokonania przelewu to 15 kwietnia.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, jak będzie wyglądała wypłata drugiej transzy?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak powiedział, że będzie można o tym mówić jak Biuro Promocji otrzyma fakturę i sprawozdanie.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, kiedy upływa termin dostarczenia sprawozdania?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak odpowiedział, że 25 dni od daty zakończenia każdej edycji.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, od którego dnia?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak odpowiedział, że od minionej niedzieli.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, czy zgodnie z umową, aneksem oraz załącznikiem nr 1 do umowy, organizator zobowiązał się do pokazywania logo miasta podczas trwania edycji festiwalu?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak wskazał, że umowa bardzo szczegółowo precyzuje, gdzie to logo ma się znaleźć oraz w jakiej formie.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, czy w umowie jest taki zapis, że logo miasta powinno pojawić się przed każdym pokazem?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak zaraz to sprawdzi.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zwróciła uwagę, że w hali studio, tam gdzie były pokazy nie zawsze pojawiała się logo Łodzi. W tym czasie pojawiały się logo innych firm i sponsorów. Ponadto zauważyła, że w toku prowadzonej dyskusji okazało się, iż Biuro Promocji bardzo dużo pomaga również przy organizacji tej imprezy. Jest to dość duży wkład niematerialny i intelektualny ze strony miasta. Dyrektor Biura Promocji stwierdził, że tego nie da się wycenić. W opinii przewodniczącej Komisji obecnie wszystko da się wycenić. W związku z tym zapytała, dlaczego to nie zostało wzięte pod uwagę przy wycenie?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak podkreślił, że nie wie, jak wycenić sprowadzenie do Polski największych gwiazd mody z Japonii czy z Rosji. Można policzyć ilość telefonów wykonanych w tej sprawie, można policzyć koszty transportu tych osób do Łodzi, ale jest to tak odległe i na pewno nie będzie to łatwe.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak powiedziała, że nie chodzi o policzenie kosztów, tylko chodzi o to, że z wypowiedzi pana dyrektora wynika, iż wkład miasta był dużo większy, niż to co jest zapisane w umowie. Zaznaczyła, iż była to dobra wola miasta. Miasto dodatkowo tutaj jeszcze coś dołożyło, licząc na to, że będzie godnie przedstawione. Zwróciła się do swoich przedmówców, że ta długa i dla niektórych irytująca dyskusja to nie jest tylko krytyka. Radni dbają o to miasto i chcą żeby następne edycje były lepsze i żeby nie dochodziło w przyszłości do pewnych niedociągnięć.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zwracając się do organizatorów Fashion Week powiedziała, że bacznie przysłuchiwała się temu ekwiwalentowi, tym trzem tysiącom pozytywnych relacji i szesnastu negatywnym. Dodała, że to nie była pierwsza edycja, w której uczestniczyła, starała się poszukać różnych opinii na temat tej imprezy. Pozwoliła się nie zgodzić z uwagami organizatorów dotyczącymi pozytywnych i negatywnych relacji. Wskazała, że oprócz tego, że miejsce było tragicznie przygotowane, podczas padającego deszczu trzeba było przechodzić przez rusztowania, żeby przedostać się z jednej hali do drugiej, również większość pokazów miało opóźnienia. Poprosiła organizatorów, żeby bardziej realistycznie podeszli do tych wszystkich opinii. Zacytowała fragment jednej z opinii *„Organizacja również pozostawia większość do życzenia. Większością zarządzają wolontariusze, którzy są tam również dla lansu i żeby zrobić sobie sweet fotkę z celebrytą trzeciej kategorii. Oni kazaliby usiąść Annie Wintur w ostatnim rządzie, żeby do pierwszego wpuścić Krychę z plakietką VIP ... Wpuszczanie na pokazy to niczym promocja w Lidlu.*

Dziwię się, że nie zostałam przez przysłowiową Krychę staranowana.” Przewodnicząca Komisji stwierdziła, że tak rzeczywiście było na większości pokazów. Zaapelowała do organizatorów, żeby szczególną uwagę zwrócili na galę otwarcia. Opóźnienie na wielkim otwarciu Fashion Week było wielką tragedią, ale większą było samo otwarcie gali.

Odnosząc się do zarzutów **szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Jacek Kłak** zapytał radnych, dlaczego stawiają po jednej stronie zarzuty hejterów internetowych, a nie dopuszczają głosów specjalistów z całego świata. Podkreślił, że to specjaliści z całego świata, tacy, którzy doradzają największym markom tj. min. Gianfranco Ferré czy Dolce Gabbana kreują opinie o tego typu imprezach, a nie dziewczyna, która być może pierwszy raz była na takim wydarzeniu i nie bardzo do końca zna jego zasady. W odniesieniu do kwestii usadzenia powiedział, że robi to ekipa Blacktide, najlepsza ekipa z Warszawy, która zna wszystkich VIP – ów, celebrytów, dokładnie wie gdzie, kogo kierować i na pewno Anny Wintur by nie przeoczyła, nie zgubiła. W kwestii współpracy pomiędzy MODA FORTE a Urzędem Miasta Łodzi zapytał, w jaki sposób radni chcą wynagrodzić np. goszczenie i tworzenie atrakcji dla 50 przedstawicieli miast zaprzyjaźnionych, bo to też agencja robi zupełnie bezinteresownie. Zapytał, czy będziemy się teraz nawzajem fakturować z tytułu podejmowania różnych działań. Goście ci, są specjalnie traktowani przez agencję, która opiekuje się nimi na życzenie Biura Promocji, a nie jest to element umowy. Dodał, że takich przykładów jest bardzo wiele. Pan Jacek Kłak powiedział, że raport z wykonanych działań jest raportem działań minimalnych. Zawsze w każdym zakresie, działania agencji są mocno przekraczane. Jeśli w umowie jest zapisanych sześć reklam prasowych, agencja generuje trzydzieści takich reklam.

Radny p. Jarosław Tumiłowicz stwierdził, że z tego, co mówi Pan Jacek Kłak wszyscy są winni, konferansjer, Dawid Tomaszewski, tylko nie organizator. Radny złożył wniosek, aby przed wypłatą drugiej transzy Komisja została zapoznana z opinią Biura Promocji.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zauważyła, że organizatorzy mają 25 dni od niedzieli na dostarczenie raportu. Powiedziała, że rozumie, iż organizatorzy wykorzystają ten czas do maksimum.

Szef projektu Fashionphilosophy i współwłaściciel MODA FORTE p. Irmina Kubiak powiedziała, że raport jest generowany na podstawie wszystkich rzeczy, które się ukazują na temat Fashion Week. Nie zawsze agencja ma wpływ na to, który magazyn kolorowy...

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła dyrektora Biura Promocji o informację w tej sprawie. Termin Komisji zostanie ustalony tak, żeby posiedzenie odbyło się po raporcie a przed wypłatą drugiej transzy.

Wobec braku innych pytań oraz głosów w dyskusji **przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak** przeszła do kolejnego punktu porządku obrad.

Ad. 2. Zaopiniowanie sprawozdania z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie:

- Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta,
- Biura Informacji i Komunikacji Społecznej,
- Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy,

- Wydziału Sportu,
- Centrum Informacji Turystycznej,
- Biura ds. EXPO,
- Wydziału Kultury
- Biura Promocji Miasta, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Biura Informacji i Komunikacji Społecznej.

Budżet Biura przedstawiła inspektor p. Monika Kudlicka.

Wydatki Biura stanowią załącznik nr 8 do protokołu.

Radni nie zabrali głosu w fazie pytań.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Wydziału Sportu.

Budżet Wydziału przedstawiła kierownik Oddziału Kultury Fizycznej w Wydziale Sportu p. Anna Świerkocka.

Wydatki Wydziału stanowią załącznik nr 9 do protokołu.

Radny p. Władysław Skwarka zapytał, czy prokuratura zwracała się do Wydziału o jakieś informacje dotyczące tej części, którą ewentualnie można by było powiązać z korupcją, jaka miała miejsce w Polskim Związku Piłki Siatkowej?

Kierownik Oddziału Kultury Fizycznej w Wydziale Sportu p. Anna Świerkocka odpowiedziała, że w tej sprawie do Wydziału zwracało się kilka instytucji min. Telewizja Polska S.A. prosiła o udostępnienie informacji publicznej.

Radny p. Władysław Skwarka zapytał, czy Wydział wpłacił kwotę 4 mln 250 tys. zł i w umowie nie były wymienione punkty, na jakie działania te środki zostały przekazane? Czy tylko były zapisy, że na Mistrzostwa?

Kierownik Oddziału Kultury Fizycznej w Wydziale Sportu p. Anna Świerkocka odpowiedziała, że do umowy były sporządzane aneksy i aneksy bardzo ściśle określały na, co pójdą te pieniądze.

Radny p. Władysław Skwarka zapytał, czy w umowie był punkt dotyczący zapłaty za ochronę.

Kierownik Oddziału Kultury Fizycznej w Wydziale Sportu p. Anna Świerkocka odpowiedziała, że nie.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta.

Budżet Biura przedstawił Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski.

Wydatki Biura stanowią **załącznik nr 10** do protokołu.

Radni nie zabrali głosu w fazie pytań.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy.

Budżet Biura przedstawiła **z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka**.

Wydatki Biura stanowią **załącznik nr 11** do protokołu.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, dlaczego zadanie pn. „Kreowanie Biznesu – wsparcie dla młodych Łodzian” nie zostało wykonane w 100 %. Ponadto zapytał, co z tego mają młodzi łodzianie.

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka odpowiedziała, że na zadanie pn. „Kreowanie Biznesu – wsparcie dla młodych Łodzian” Biuro otrzymało środki w 2013 roku w wysokości 1 mln 761 tys. 712 zł. W tej chwili program ten jest w trakcie realizacji, w czerwcu ten projekt się kończy. Dodała, że program ten zakłada wsparcie młodych ludzi w zakresie rozpoczęcia działalności gospodarczej, wsparcie pomostowo – doradcze, wsparcie pomostowe oraz szkoleniowo – doradcze.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, ile osób skorzystało z tego projektu?

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka odpowiedziała, że z tego projektu skorzystało 35 osób. Docelowo 32 osoby dostały dotacje.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, ilu osobom udało się założyć działalność gospodarczą.

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka odpowiedziała, że 32 osoby rozpoczęły działalność gospodarczą.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, czy Biuro monitoruje, co się teraz dzieje z tymi osobami?

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka wyjaśniła, że program jest w trakcie realizacji, w czerwcu się kończy.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, czy w czerwcu można się spodziewać podsumowania? Poprosił o przekazanie sprawozdania z realizacji tego projektu.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, w jakiej formie odbywały się szkolenia?

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka powiedziała, że firmę organizującą szkolenia wyłoniono w trybie przetargu. Były to szkolenia pod kątem rozpoczęcia własnej działalności oraz indywidualne doradcze pod kątem rozpoczęcia i prowadzenia działalności.

Radny p. Łukasz Rzepecki zapytał, jaki był zakres tematyczny działalności gospodarczej?

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka odpowiedziała, że zakres tematyczny był różny min. fryzjerzy, architekci itd.

Wiceprzewodniczący Komisji p. Sebastian Bulak zapytał, ile osób dzięki programowi „Młodzi w Łodzi – kampania zachęcająca do studiowania w Łodzi” wyjechało, ile osób zachęcono do studiowania w Łodzi i ile pozostało.

Z-ca dyrektora Biura p. Beata Strzelecka wyjaśniła, że to zadanie zostało przekazane do realizacji do Biura Obsługi Inwestora.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Centrum Informacji Turystycznej.

Budżet CIT przedstawiła **dyrektor p. Iwona Borowińska**.

Wydatki CIT stanowią **załącznik nr 12** do protokołu.

Radni nie zabrali głosu w fazie pytań.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Biura ds. EXPO.

Budżet Biura przedstawił **Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski**.

Wydatki Biuro ds. EXPO stanowią **załącznik nr 13** do protokołu.

Radni nie zabrali głosu w fazie pytań.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poprosiła o zadawanie pytań do Wydziału Kultury.

Budżet Wydziału przedstawiła **gł. specjalista w Wydziale Kultury p. Monika Głowacka**.

Wydatki Wydziału stanowią **załącznik nr 14** do protokołu.

Radni nie zabrali głosu w fazie pytań.

Wydatki Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą stanowią **załącznik nr 15** do protokołu.

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

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

Komisja w głosowaniu: 3 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura Informacji i Komunikacji Społecznej.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura Informacji i Komunikacji Społecznej.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Wydziału Sportu.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Wydziału Sportu.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura ds. Rewitalizacji i Rozwoju Zabudowy Miasta.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Centrum Informacji Turystycznej.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Centrum Informacji Turystycznej.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura ds. EXPO.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Biura ds. EXPO.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poddała pod głosowanie Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Wydziału Kultury.

Komisja w głosowaniu: 4 głosami za, 2 głosami przeciw i 1 głosem wstrzymującym się pozytywnie zaopiniowała Sprawozdanie z wykonania budżetu miasta Łodzi za 2014 rok w zakresie Wydziału Kultury.

Ad. 3. Rozpatrzenie i zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie zmian budżetu oraz zmian w budżecie miasta Łodzi na 2015 rok – druk nr 109/2015.

Projekt uchwały referował **Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski**.

Omówiony projekt uchwały stanowi **załącznik nr 16** do protokołu.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak otworzyła fazę pytań.

Radny p. Władysław Skwarka zapytał, kiedy Łódzkie Centrum Wydarzeń zostało wpisane do rejestru instytucji kultury?

Dyrektor Biura Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą p. Bartłomiej Wojdak odpowiedział, że jeszcze nie zostało wpisane. Z dniem 29 kwietnia uchwała podjęta w tej sprawie uprawomocni się.

Radny p. Władysław Skwarka podkreślił, że pyta o to, ponieważ Skarbnik Miasta przedstawia, żeby radni dali 3 mln zł na nieistniejącą jeszcze jednostkę.

Skarbnik Miasta p. Krzysztof Mączkowski wyjaśnił, że w dniu, kiedy radni będą debatować, podejmować decyzję, ta instytucja będzie już formalnie wpisana do rejestru. W opinii Skarbnika Miasta jest to dobra procedura, żeby z odpowiednim wyprzedzeniem można było przedyskutować kwestie planu tej nowej instytucji.

Radny p. Władysław Skwarka powiedział, że radni mogą to przedyskutować, ale on nie będzie głosować za czymś, co jest skierowane do nieistniejącej instytucji.

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

Komisja w głosowaniu: 3 głosami za, 2 głosami przeciw i brakiem głosów wstrzymujących się pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały opisany w **druku nr 109/2015** w zakresie zainteresowań Komisji.

Radny p. Władysław Skwarka nie brał udziału w głosowaniu.

Ad. 4. Sprawy wniesione i wolne wnioski.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak zapytała, czy ktoś z członków Komisji chciałby zabrać głos.

Radny p. Władysław Skwarka wyjaśnił, że nie brał udziału w głosowaniu, nie dlatego, iż jest przeciwny Łódzkiemu Centrum Wydarzeń, ale dlatego, że jego znajomość prawna mówi mu jednoznacznie, iż nie może dzisiaj głosować za przekazaniem środków na nieistniejącą instytucję kultury. Dodał, że jak będzie, to zagłosuje.

Przewodnicząca Komisji p. Małgorzata Bartosiak poinformowała, że do skrytek radnych zostało doręczone Sprawozdanie Prezydenta Miasta Łodzi z realizacji „Programu współpracy Miasta Łodzi z organizacjami pozarządowymi oraz podmiotami, o których mowa

w art. 3. ust. 3. ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, na rok 2014” – **druk nr 107/2015**.

Sprawozdanie stanowi **załącznik nr 17** do protokołu.

Innych spraw różnych i wolnych wniosków nie zgłoszono.

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

Protokół sporządziła:

Sekretarz Komisji

Aneta Michalak

Przewodnicząca Komisji

Małgorzata Bartosiak