

Rada Miejska

wpłynęło dnia 24.10.2025



Reda dn. 24.10.2025

Radosław Farion
Radny Rady Miejskiej w Redzie

Szanowny Pan
Mateusz Richert
Burmistrz Miasta Redy

INTERPELACJA

Na podstawie art. 24 ust. 3 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 2024 r. poz. 609 z późn. zm.) zwracam się z prośbą o przedstawienie informacji dotyczących wydatków Urzędu Miasta Redy na promocję, reklamę, publikacje, współpracę z mediami i produkcję materiałów promocyjnych w latach 2024–2025.

Uzasadnienie

W trosce o transparentność życia publicznego, jawność wydatkowania środków publicznych oraz zapewnienie równego traktowania lokalnych i regionalnych mediów, zwracam się z prośbą o przedstawienie szczegółowych informacji dotyczących działań promocyjnych i medialnych prowadzonych przez Urząd Miasta Redy w latach 2024–2025.

Celem niniejszej interpelacji jest uzyskanie pełnego obrazu zasadności, celowości oraz skuteczności wydatków publicznych ponoszonych na komunikację, marketing i promocję Miasta Redy.

Proszę o udzielenie odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jakie wydatki na reklamę, ogłoszenia, artykuły sponsorowane, materiały promocyjne, audycje i wywiady w mediach (prasa, radio, telewizja, portale internetowe, media społecznościowe) poniósł Urząd Miasta Redy w latach 2024 i 2025?

Proszę o wskazanie:

- o nazw podmiotów świadczących usługi,
 - o wysokości kwot zapłaconych z tego tytułu,
 - o krótkiego opisu przedmiotu umowy lub zlecenia.
2. Jakie wydatki poniesiono na usługi marketingowe, promocyjne i PR-owe (w tym opracowanie strategii, kampanii promocyjnych, prowadzenie profili w mediach społecznościowych, tworzenie treści marketingowych itp.) w latach 2024 i 2025?

Proszę o przygotowanie zestawienia obejmującego: podmiot, kwotę i opis przedmiotu usługi.

3. Jakie środki przeznaczono w latach 2024–2025 na produkcję materiałów graficznych, dźwiękowych i filmowych (np. spotów promocyjnych, fotografii, filmów, nagrań wywiadów, relacji z wydarzeń)?

Proszę o przedstawienie zestawienia z wyszczególnieniem podmiotów, kwot i charakteru wykonanych usług.

4. Czy Urząd Miasta Redy samodzielnie przygotowuje materiały graficzne, wideo i promocyjne, czy też korzysta w tym zakresie z usług firm zewnętrznych?

Jeśli część materiałów jest przygotowywana wewnętrznie, proszę o wskazanie:

- czy Urząd posiada wykupione programy lub subskrypcje na oprogramowanie graficzne, wideo lub do obróbki materiałów (np. Adobe Creative Cloud, Canva, CapCut, DaVinci Resolve itp.),
- jakie to programy,
- na jaki okres zostały wykupione licencje lub subskrypcje,
- oraz jakie koszty poniesiono z tego tytułu w latach 2024 i 2025.

5. Ilu pracowników Urzędu Miasta Redy było w latach 2024 i 2025 zatrudnionych w obszarze promocji, komunikacji, PR lub kontaktów z mediami, i na jakiej podstawie prawnej (umowa o pracę, umowa zlecenie, umowa o dzieło, kontrakt menedżerski itp.)?

Proszę o podanie:

- liczby osób,
- formy zatrudnienia,
- nazw stanowisk,
- oraz ewentualnych kosztów wynagrodzeń brutto poniesionych w związku z realizacją tych zadań w poszczególnych latach.

6. Jeżeli Urząd Miasta Redy współpracował z podmiotami zewnętrznymi w zakresie monitoringu mediów, analiz wizerunkowych lub konsultingu komunikacyjnego, proszę również o wskazanie kosztów, nazw podmiotów i zakresu świadczeń.

7. Według jakich kryteriów Urząd Miasta Redy dokonuje wyboru mediów i wykonawców usług promocyjnych?

Czy w latach 2024–2025 ogłaszano zapytania ofertowe, konkursy, przetargi lub stosowano inne procedury wyboru wykonawcy?

Proszę o przekazanie informacji o liczbie zapytań ofertowych i trybie ich przeprowadzenia.

8. W jakich kanałach informacyjnych (portale, media społecznościowe, prasa lokalna, inne) były publikowane materiały finansowane lub współfinansowane przez Urząd Miasta Redy w latach 2024–2025?

Czy Urząd posiada archiwum tych publikacji (np. kopie artykułów, screeny postów, linki do materiałów)?

9. Czy wszystkie umowy zawarte z podmiotami zewnętrznymi w zakresie promocji, reklamy i współpracy medialnej zostały opublikowane w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP)? Jeżeli nie, to proszę o wskazanie przyczyn braku publikacji oraz planowanego terminu ich udostępnienia.

10. Jakie cele komunikacyjne lub promocyjne przyświecały poszczególnym działaniom z zakresu promocji Miasta Redy w latach 2024–2025 (np. promocja turystyki, inwestycji, wydarzeń kulturalnych, aktywności obywatelskiej itp.)?

Proszę o wskazanie, czy przed realizacją danych działań określano cele, wskaźniki lub rezultaty, jakie miały one osiągnąć.

11. Jakie grupy docelowe (odbiorcy) były adresatami poszczególnych kampanii lub działań promocyjnych realizowanych przez Urząd Miasta Redy w latach 2024–2025?

Proszę o wskazanie, czy i w jaki sposób zdefiniowano te grupy (np. mieszkańcy Redy, turyści, inwestorzy, młodzież, seniorzy).

12. W jaki sposób oceniano skuteczność i efekty działań promocyjnych?

Czy Urząd Miasta Redy prowadził jakiegokolwiek pomiary, analizy lub ewaluacje (np. zasięg kampanii, liczba odbiorców, zaangażowanie w mediach społecznościowych, liczba odwiedzin strony, wskaźniki medialne, ankiety, monitoring opinii publicznej)?

Proszę o przedstawienie dostępnych danych, raportów lub podsumowań, jeżeli takie opracowano.

Zwracam się z prośbą o przedstawienie danych w formie tabelarycznej (np. w pliku Excel lub PDF) obejmującej:

nazwa podmiotu – opis usługi – rok – wartość brutto (PLN) – forma umowy – uwagi.

Interpelację składam w trosce o transparentność wydatkowania środków publicznych, zapewnienie bezstronności w kontaktach z mediami oraz gospodarność i skuteczność w realizacji działań promocyjnych Miasta Redy.

Z poważaniem,

Radosław Ferenc

