

## INTERPELACJA

Zielona Góra, 19 marca 2021

Składający : Aleksandra Mrozek

Dotyczy: **Wydatków na promocję regionu poprzez Czasopismo Samorządowe Region w latach 2018 –2019**

Pani Marszałek, Zarząd Województwa Lubuskiego,

W imieniu zespołu kontrolnego powołanego do kontroli celowości, rzetelności, gospodarności i efektywności wydatkowania środków przez Zarząd Województwa Lubuskiego na promocję w roku 2018-2019 uprzejmie proszę o wyjaśnienia dotyczące wydatków na promocję poprzez Czasopismo Samorządowe Region. W 2018 roku na Czasopismo Samorządowe Region wydano kwotę 204 957,36 zł.( umowa realizowana przez Polska Press; publikacje między innymi w Gazecie Wyborczej) i w 2019 roku wydano kwotę 375 846,80zł ( umowa realizowana przez Agencję Reklamową DSK ;publikacje między innymi w Gazecie Wyborczej). Kwoty, które przytaczam podane zostały w odpowiedzi udzielonej przez Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki ( listopad 2020) i z tejże odpowiedzi wynika, że te wydatki zostały poniesione przez Zarząd Województwa na promocję . Zespół kontrolny chce uzyskać pełną i precyzyjną informację: jakie kwoty z tytułu publikacji- w sposób bezpośredni czy pośredni - zostały skierowane do poszczególnych dzienników w tym do Gazety Wyborczej. W związku z tym kieruje w imieniu Zespołu pytania do Pani Marszałek:

1.Który z departamentów ( komórki UMWL) organizował przetarg na Czasopismo Samorządowe Region w latach 2018-2019?

2. Który departament jest odpowiedzialny za merytorykę treści zawartych w Czasopiśmie Samorządowym Region?

2. Na skierowane do departamentów ( komórki UMWL)pytanie o wydatki na promocje w GW i GL otrzymaliśmy odpowiedź: " W 2018 roku Gabinet Zarządu nie posiadał budżetu.; W 2019 roku Gabinet Zarządu w ramach własnego budżetu nie realizował umów z Gazetą Wyborczą oraz Gazetą Lubuską „ Ale cotygodniowe publikacje Czasopisma Samorządowego Region ( strony-stron)miały miejsce we wspomnianych dziennikach. Dlatego proszę o dokumenty w postaci: zleceń /umów dla agencji wraz ze specyfikacją przedmiotu zamówienia z których jasno i czytelnie wynikać będzie zakres zleceń/parametry na rynku dla m.in. GW wykonanych przez pośredników/agencje wraz z ofertą jaką w odpowiedzi na zlecenie przedstawiła agencja pośrednicząca. W innym przypadku - bez sprecyzowania odbiorców końcowych zarówno publikacji jak i zamówienie należy uznać za nieoczywiste i niczym nieuzasadnione – który departament zawierał umowę z Polska Press i Agencją Reklamową DSK?

3.Który departament dokonywał płatności i odpowiadał za finalne rozliczenie realizacji umów z Polska Press i Agencją Reklamową DSK?

Z wyrazami szacunku,  
Radna Aleksandra Mrozek