

FORMULARZ INTERPELACJI /ZAPYTANIA*

Złożona/e w dniu 24 sierpnia 2022

przez Radną/Radnego: Beata Katarzyna Kulczycka

w sprawie: gospodarności i celowości wydatkowania środków przeznaczonych w budżecie na promocję województwa.

Mając na uwadze okres po sezonie wakacyjnym 2022 : tudzież turystycznym oraz w związku z szeroką zapowiedzią kampanii pn. „Duszek Lubuszek’ , która miała bądź ma być „zabawieniem dla lubuskiej turystyki” i którą osobiście zapowiadał Dyrektor Departamentu Promocji i Strategii Marki,

wnoszę o odpowiedź na moje pytania:

- 1) Czym pomysłem jest owa postać i bohater „ Duszka Lubuszka” kreowana na portalach społecznościowych czyli: kto posiada i na jakich warunkach umownych: autorskie prawa osobiste i autorskie prawa majątkowe do postaci i idei „Duszka Lubuszka”. W tym przedmiocie proszę o podanie wysokości wynagrodzenia, które przysługiwało autorowi postaci oraz informacje: jak zabezpieczona jest ochrona praw autorskich w sferze tzw. własności intelektualnej oraz w jakim okresie procedowana była umowa i czy umowa obejmowała udział autora w konsultacjach przedwdrożeniowych, które są bardzo istotnym i integralnym elementem owej kampanii. Jak była forma procedowania tej umowy ? Czy w przedmiocie owej umowy do Urzędu Marszałkowskiego wpłynęło jakiegokolwiek pismo mające charakter „skargi” – jeżeli tak proszę o przekazanie korespondencji w tej sprawie wraz z odpowiedzią.
- 2) Czy urząd kontraktował lub wydatkował jakiegokolwiek środki finansowe na działania promocyjne związane z ową postacią np. : agencji reklamowej, zlecenie wykonania Strategii Komunikacji, zlecenie treści tekstów do zapowiadanej książki, maskotki, rysunki oraz inne niewymienione wyżej enumeratywnie , jeżeli tak proszę o podanie wysokości wynagrodzeń w tym p. Artura Andrusa, który z publicznych przekazów jak widać jest autorem owych tekstów ? W sumie jakie ponieśliśmy koszty z budżetu województwa na działania okołopromocyjne związane z postacią „Duszka Lubuszka” w roku 2021- 2022.
- 3) Czy samorządy lokalne, w obszarze których znajdują się niekomercyjne pałace i zamki i które to samorządy oraz podmioty turystyczne potencjalnie miały zostać partnerem tej kampanii miały szansę uczestnictwa we wrażaniu tej idei „Duszka Lubuszka”? Czy wytypowane są obiekty turystyczne, które stanowić mają spójny szlak promowany przez postać „Duszka Lubuszka”(proszę o ich podanie) , które przewijają się również treści np. tekstów czy rysunków zleconych na zewnątrz znanym twórcom.
- 4) Dlaczego kampania „Duszka Lubuszka” nie ujrzała światła dziennego przed sezonem wakacyjnym – turystycznym w roku 2022 pomimo zapowiedzi, że końcowe efekty miały być wiosną roku 2022 ?
- 5) Jakie są dalsze plany związane z promocją owej idei w tym plany finansowe z tym związane skoro dotychczas są one przedmiotem niezakończonych i mało profesjonalnej kampanii promocyjnej, krytykowanej już na samym początku w mediach społecznościowych. Czy tym samym idea promocyjna, która pociągnęła za sobą koszty z budżetu województwa nie została „spalona” przez brak profesjonalnego podejścia do tematu i gotowości do jej wdrożenia przy pełnej współpracy z autorami i podmiotami, którzy powinni jej towarzyszyć ?

- 6) Kto osobiście w departamencie związany był z kampanią promocyjną „Duszka Lubuska” i reprezentował urząd na zewnątrz w kontaktach kontrahenckich?

Kubczycka

Zielona Góra, 06 października 2022 r.

DM.III.0003.4.2022

**Pani
Beata Kulczycka
Radna Sejmiku Województwa
Lubuskiego**

Szanowna Pani Radna,

odpowiadając na interpelację z dnia 24 sierpnia 2022 roku znak sprawy BS.0003.63.2022 przedstawiam poniżej informację na zadane pytania:

Ad. 1.

Pomysłodawczynią pomysłu postaci i bohatera „Duszka Lubuska” jest Pani Monika Michaluk, absolwentka filologii polskiej na Uniwersytecie Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz School of Form na Uniwersytecie SWPS na kierunku design management. Specjalizuje się w projektowaniu dla dzieci w oparciu o tematy związane z interpretacją dziedzictwa, jak również autorką conceptów edukacyjnych oraz książek dla dzieci. Pani Monika Michaluk jest autorką koncepcji i kreacji projektu pn. „Duszek Lubuszek”.

Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego zawarł (w dniu 4 października 2021 r.) z Panią Moniką Michaluk umowę o dzieło wraz z przeniesieniem praw autorskich nr DM.III.064.6.3.2021 na wykonanie dzieła w postaci autorskiego projektu marketingowo-edukacyjnego, promującego lubuskie zamki i pałace pn. „Duszek Lubuszek” w celu promocji województwa lubuskiego. Na przedmiot umowy składają się następujące czynności:

- a) koncepcja projektu marketingowo-edukacyjnego, promująca lubuskie zamki i pałace z udziałem fantastycznego bohatera (brand hero marki Lubuskie) – forma przekazania – plik PDF,
- b) naming – nazwa własna i koncepcja kreatywna brand hero marki Lubuskie (Duszek Lubuszek) oraz 2 postaci towarzyszących (chłopiec i dziewczynka).
Forma przekazania: plik .png, plik .jpg, plik PDF,

- c) opracowanie koncepcji produktów edukacyjnych w postaci wydawnictwa (w tym makiety w formie excel) oraz gry – forma przekazania: plik PDF,
- d) opracowanie założeń kampanii promocyjnej i założeń do strategii komunikacji, tzw. brief kreatywny – forma przekazania: pliki PDF,
- e) rekomendacje stosowania postaci i elementów graficznych związanych z bohaterem, zgodnie z identyfikacją wizualną marki Lubuskie, wraz z rekomendacją darmowych fontów użytych w projektach graficznych w postaci linku – forma przekazania: plik PDF, przekazanie pliku otwartego znaku słowno-graficznego jako podstawy do opracowania wariantów logotypu akcji,
- f) claim i hasło akcji (odnosi się do podpunktu f). Hasło w 3 odsłonach: Zwiedzaj / Baw się / Graj z Duszką Lubuszką. Odkryj lubuskie zamki i pałace – forma przekazania: plik PDF.

Zgodnie z opinią radcy prawnego „przedmiotem umowy nie była cała strategia czy kompleksowa kampania marketingowa, ale jedynie koncepcje (założenia)”, które zostały wyżej wymienione. „Zatem dopuszczalne jest nieograniczone prawo do korzystania z tych koncepcji przy założeniu, że jest to punkt wyjścia do późniejszej strategii czy kampanii [...] Odmierna wizja realizacji kampanii czy strategii nie narusza autorskiego prawa osobistego, w szczególności nie można mówić o nienaruszalności treści i formy utworu oraz rzetelnego wykorzystania. W tym wypadku nie mamy bowiem do czynienia z utworem, a swego rodzaju koncepcją (art. 16 ustawy prawo autorskie i prawa pokrewne). „Do naruszenia prawa do integralności utworu [...] dochodzi wówczas, gdy zostaje naruszona więź pomiędzy twórcą, a utworem wskutek dokonania przez sprawcę naruszenia zmian utworu, pominięcia jego części, wprowadzenia dodatków lub uzupełnień, zmiany utworów muzycznych stanowiących część widowiska muzyczno-tanecznego albo gdy następuje jego nierzetelne, niedbałe wykonanie. Oznacza to, że nie każda zmiana stanowi naruszenie i dozwolone są drobne zmiany treści lub formy zmiany odnoszące się do elementów utworu, naruszające wspomniane więzi” (wyrok SN z 21.03.2014 r., IV CSK 407/13, LEX nr 1480340). Skoro tak, to tym bardziej można wykorzystać założenia/koncepcje do dalszej ich „obróbki”.

Oprócz tego, zgodnie z § 5 pkt 5, zawartej w dniu 4 października 2021 roku umowy nr DM.III.064.6.3.2021, zobowiązującej Autora do wykonania dzieła w postaci

autorskiego projektu marketingowo-edukacyjnego, promującego lubuskie zamki i pałace pn. „Duszek Lubuszek”, Autor wyraził zgodę na wykorzystanie projektów graficznych na wyłączność przez Nabywcę, w szczególności poprzez: zwielokrotnianie określoną techniką, wprowadzanie do obrotu, modyfikowanie, wprowadzanie do pamięci komputera, publiczne odtwarzanie, wystawianie, wyświetlanie, wykorzystanie w materiałach wydawniczych, promocyjnych, we wszelkiego rodzaju mediach oraz na stronach www. Tym samym, Autor przeniósł prawa autorskie do projektu na jego nabywcę, co oznacza iż Województwo Lubuskie – Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego ma pełne prawo do swobodnego dysponowania zakupionym dziełem.

Zgodnie z § 5 pkt 2 „W ramach wynagrodzenia [...] Autor przenosi w całości na Nabywcę majątkowe prawa autorskie do nieograniczonego w czasie i przestrzeni korzystania i rozporządzenia przedmiotem umowy. Przejście majątkowych praw autorskich następuje z chwilą zapłaty wynagrodzenia”.

Wynagrodzenie za ww. umowę wyniosło 15 000,00 zł brutto (zapłacono 27 października 2021 roku).

Pierwsze spotkanie Dyrektora Departamentu Promocji i Strategii Marki z Autorką pomysłu odbyło się zimą 2021 roku, następnie kilka miesięcy trwały rozmowy oraz analiza, czy i w jaki sposób udałoby się zrealizować projekt „Duszek Lubuszek”. Autorka zgłosiła się do Urzędu z tym projektem już 2 lata wcześniej. Wiosną 2021 roku, po przeciągających się negocjacjach oraz często zmieniających się oczekiwaniach Autorki i nieudanej próbie podpisania z Autorką umowy licencyjnej, Dyrektor Departamentu Promocji i Strategii Marki doszedł do wniosku, że albo Urząd zakupi prawa do omawianego projektu, albo zupełnie z niego zrezygnujemy. Na podstawie zgody wyrażonej przez Panią Marszałek, Departament Promocji i Strategii Marki podjął działania, w celu zakupu dzieła w postaci praw autorskich do ww. projektu. Procedowanie umowy rozpoczęliśmy 10 maja 2021 roku, natomiast podpisanie nastąpiło 4 października 2021 roku. W międzyczasie przeprowadzono wiele rozmów, pojawiły się kolejne propozycje zmian, zgłaszane przez Autorkę oraz jej dłuższe nieobecności – długi okres oczekiwania na pytania w zakresie przedmiotu umowy. Przedmiotem ww. umowy nie była cała strategia czy kompleksowa kampania marketingowa, a jedynie koncepcje (założenia). Zatem, zgodnie z opinią prawnika, „dopuszczalne jest nieograniczone prawo do korzystania z tych koncepcji przy założeniu, że jest to punkt wyjścia do późniejszej strategii czy kampanii. Odmienne

wizja realizacji kampanii czy strategii nie narusza autorskiego prawa osobistego, w szczególności nie można mówić o nienaruszalności treści i formy utworu oraz rzetelnego wykorzystania. W tym wypadku nie mamy bowiem do czynienia z utworem, a swego rodzaju koncepcją”.

Ww. umowa nie obejmowała udziału autora w konsultacjach przedwdrożeniowych.

Ad. 2.

Wykaz kosztów z budżetu województwa na działania okołopromocyjne związane z postacią „Duszka Lubuska” w roku 2021:

a) Umowa o dzieło wraz z przeniesieniem praw autorskich nr DM.III.064.6.3.2021 na wykonanie dzieła w postaci autorskiego projektu marketingowo edukacyjnego, promującego lubuskie zamki i pałace pn. „Duszek Lubuszek” w celu promocji województwa lubuskiego.

Kwota: **15 000,00 zł brutto.**

W zakupionych materiałach (ww. umowa z Panią Michaluk) było jedynie kilka linijek prostego rymowanego tekstu skierowanego do dzieci w wieku przedszkolnym oraz kilka wstępnych grafik przedstawiających lubuskie zamki i pałace. UMWL zakupił jedynie koncepcje/założenia do projektu.

b) Umowa o dzieło wraz z przeniesieniem praw autorskich nr DM.III.064.6.5.2021 na wykonanie dzieła w postaci dziewięciu tekstów autorskich o długości 2,5-3 tysiące znaków każdy, do książki promującej lubuskie zamki i pałace pn. „Duszek Lubuszek” w celu promocji województwa lubuskiego.

Kwota: **24 525,00 zł brutto.**

Przedmiot umowy obejmował 9 tekstów o długości 2500 znaków, do ww. projektu. Napisał je na specjalne nasze zamówienie Pan Artur Andrus – Mistrz Mowy Polskiej, znany dziennikarz radiowy, felietonista, autor piosenek i wielu publikacji, w tym m.in. książki dla najmłodszych. UMWL zakupił autorskie, indywidualne teksty, z których każdy ściśle związany jest i oparty na historii każdego z ośmiu obiektów. Ponadto napisał też specjalny dedykowany wstęp oparty o ciekawostki z regionu lubuskiego.

c) Zamówienie nr DM.III.0631.24.2021.PK na promocję województwa lubuskiego polegającej na przygotowaniu strategii komunikacji brand hero Duszek Lubuszek w mediach społecznościowych.

Kwota: **13 810,00 zł brutto**.

Wykaz kosztów z budżetu województwa na działania okołopromocyjne związane z postacią „Duszka Lubuszka” w roku 2022:

a) Umowa nr DM.III.064.2.3.2022 na wykonanie zadania pt. „Promocja Województwa Lubuskiego poprzez przygotowanie graficzne książeczki o charakterze edukacyjno-turystycznym o Duszku Lubusku wraz z naklejkami, przygotowanie graficzne naklejek oraz nadzór nad dtp książeczki”, realizowanego w celu promocji województwa lubuskiego.

Koszt: **20 000,00 zł brutto**.

Umowa na przygotowanie graficzne książeczki została zawarta z Panem Marcinem Skoczkiem – cenionym rysownikiem, animatorem 2D, ilustratorem, grafikiem kreatywnym, humorystą oraz freelancerem. Posiada on ogromną wiedzę z zakresu grafiki. Artysta debiutował rysunkowo w 1997 roku, zdobył wiele wyróżnień, np.: tytuł „Najgroźniejszego Rysownika Polski „2004” na „Letnim Festiwalu Grozy” w Toruniu oraz „Nadzieja Rysunku Satyrycznego” – Wyróżnienie Jury konkursu „Rysownik Roku” / Humorfest 2010. Przygotowanie graficzne książeczki obejmowało 48 stron. Grafiki zajmują objętość całej strony. Są to autorskie, indywidualne ilustracje, ściśle związane z tekstem i oparte na historii każdego z ośmiu obiektów. Zmodyfikował także postać Duszka Lubuszka, która była archaiczna, co wynikało między innymi w trakcie prekampanii prowadzonej przez UMWL zimą 2021/2022 prowadzoną na portalach społecznościowych (patrz: ad. 6). Artysta zaprojektował również naklejki do książeczki oraz projekt graficzny balonów.

b) Zamówienie nr DM.III.064.2.4.2022 na promocję województwa lubuskiego polegająca na wykonaniu spersonalizowanych naklejek z wizerunkiem „Duszka Lubuszka” o średnicy 50 mm na folii z laminatem BŁYSK w ilości 20 000 sztuk.

Koszt: **5 645,70 zł brutto**.

c) Zamówienie nr DM.III.0633.10.2022 na promocję województwa lubuskiego polegająca na umieszczeniu na balonach indywidualnego projektu w barwach województwa lubuskiego.

Koszt zamówienia: **2 490,75 zł brutto**. Faktura zrealizowana na kwotę 2.472,30 zł brutto.

Ad. 3.

Departament Promocji i Strategii Marki podczas wyboru zamków i pałaców kierował się głównie tym, aby były one dostępne dla zwiedzających, a także rozmieszczone w miarę możliwości w całym regionie lubuskim. W związku z tym, wystaliśmy zaproszenia do udziału w projekcie do instytucji nadzorujących obiekty, prosząc również o partycypację w kosztach. Zarządcy obiektów wyrazili entuzjazm i chęć wzięcia udziału w przedsięwzięciu, ale tylko niektórzy mieli możliwość współfinansować projekt. W związku z tym wystąpiliśmy o środki finansowe z projektu unijnego prowadzonego przez nasz departament – Departament Promocji i Strategii Marki. Procedury z tym związane spowodowały opóźnienia w realizacji zadania, ale dały możliwość pozyskania wystarczających środków na realizację projektu. Wybrane obiekty niekomercyjne do projektu „Duszek Lubuszek” znajdują się w Łowej, Żaganiu, Zaborze, Zatoniu-Zielonej Górze, Międzyrzeczu, Łagowie Lubuskim, Lubniewicach i Kożuchowie. Wszyscy zarządcy wyrazili zgodę na udział w projekcie i zamieszczenie informacji dot. obiektów w książeczce o charakterze marketingowo-edukacyjnego o Duszku Lubusku. Zimą 2021/2022 została przeprowadzona w mediach społecznościowych kampania sondująca reakcję na postać Duszka Lubuszka (nasz brand hero projektu), która ma promować projekt i co z tym związane dziedzictwo historyczne i architektoniczne województwa lubuskiego. Celem prekampanii było wstępne zbadanie opinii publicznej nt. pomysłu projektu i wizerunku postaci. Akcja została przeprowadzona na portalu społecznościowym województwa lubuskiego oraz instytucji nadzorujących obiekty biorące udział w projekcie. Zarządcy wybranych 8 obiektów przesłali do Departamentu Promocji i Strategii Marki materiały graficzne, teksty nt. historii danych obiektów i ciekawostki z nimi związane w celu przygotowania utworów – tekstów do książeczki przez Pana Artura Andrusa oraz ilustracji przez Pana Marcina Skoczka. Opracowane teksty i grafiki były konsultowane z zarządcami obiektów, którzy mieli możliwość wnosić swoje uwagi, poprawki i korekty w tym zakresie.

Ad. 4.

Kampania „Duszka Lubuska” nie ujrzała światła dziennego przed sezonem wakacyjnym – turystycznym w 2022 roku z dwóch powodów. Opóźnienia w realizacji działań promocyjnych spowodowała sytuacja wojenna związana z napaścią Rosji na Ukrainę. W związku z tym, Departament na kilka miesięcy wstrzymał realizację projektu.

Druga przyczyna, to brak wystarczających środków finansowych w budżecie Wydziału Promocji i Strategii Marki na przeprowadzenie zadania o tak szerokim zakresie przedmiotowym oraz brak możliwości współfinansowania projektu przez zarządców obiektów. W związku z tym wystąpiliśmy o środki finansowe z projektu unijnego realizowanego przez nasz departamentu. Procedury z tym związane spowodowały opóźnienia w realizacji zadania.

Ad. 5.

Departament Promocji i Strategii Marki planuje kontynuować projekt. Trwają prace nad jego wdrożeniem. Kampania promująca lubuskie zamki i pałace pn. Duszek Lubuszek to zadanie realizowane w ramach projektu pn. *„Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację kampanii promocyjnej sektora turystycznego o zasięgu krajowym i międzynarodowym oraz targów turystycznych”* współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego – Lubuskie 2020, Osi Priorytetowej 1 Gospodarka i innowacje, Działanie 1.4 Promocja regionu i umiędzynarodowienie sektora MŚP – projekty realizowane poza formułą ZIT. W projekcie zaplanowano kwotę w wysokości 330 000,00 zł brutto. Jednak, ze względu na to, że jesteśmy w trakcie przeprowadzania procedur, nie można określić, czy cała kwota zabezpieczona na ten cel zostanie wykorzystana. Ze względu na koszty projektu, zadanie będzie realizowane w ramach przetargu. Jest to skomplikowana procedura, podzielona na kilka etapów. W związku z tym, że Departament na kilka miesięcy wstrzymał realizację projektu z powodu panującej sytuacji na Ukrainie, istniała konieczność rozpoczęcia procedury przetargowej od początku, ponieważ wyceny są już nieaktualne (ważność 3 miesiące). Promocja książki, która jest jednym z elementów kampanii skierowanej do odbiorcy familijnego, a tym samym jeden z elementów kampanii promującej projekt „Duszek Lubuszek” rozpocznie się, jeśli zakończą się procedury z tym związane, których ze względu na rodzaj postępowania

nie można sztywno określić.

Ad. 6.

Departament Promocji i Strategii Marki nie przeprowadził do tej pory kampanii promocyjnej projektu „Duszka Lubuszka”, a wyłącznie kampanię zapowiadającą postać Duszka Lubuszka. Jej celem było wybadanie reakcji opinii publicznej nt. pomysłu i wizerunku postaci. W ostatnich dniach lutego 2022 roku, okazało się, że niestosowne było by kontynuować w mediach społecznościowych projekt z dwóch przyczyn. Po pierwsze, w obliczu wybuchu wojny na Ukrainie, a po drugie, w związku z wątpliwościami dotyczącymi archaicznej formy graficznej głównego bohatera. Za w/w kampanię odpowiedzialna była osoba funkcyjna w tamtym czasie (grudzień 2021 r.) w Wydziale Promocji i Strategii Marki, nadzorowana przez Dyrektora Departamentu Promocji i Strategii Marki. Na skutek tej kampanii nastąpiło graficzne przeformatowanie postaci, ponieważ postać Duszka została zaprojektowana kilka lat temu i jej grafika nie była dostosowana do aktualnie panujących trendów.

Ad. 1 (interpelacja z 21 września 2022 roku)

Od 24 sierpnia br. do dnia odpowiedzi na niniejszą interpelację do UMWL nie wpłynęło dodatkowe pismo mające charakter „skargi”, o czym informuje załącznik z odpowiedzią z Departamentu Organizacyjno-Prawnego.

Ad. 1 (interpelacja z 21 września 2022 roku)

Z pomysłodawczynią postaci brand hero Duszek Lubuszek nie została podpisana kolejna umowa, a wyłącznie umowa o dzieło wraz z przeniesieniem praw autorskich nr DM.III.064.6.3.2021 na wykonanie dzieła w postaci autorskiego projektu marketingowo-edukacyjnego, promującego lubuskie zamki i pałace pn. „Duszek Lubuszek” w celu promocji województwa lubuskiego. W związku z podpisaniem w/w umowy, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego nabył dzieło w postaci w/w projektu. Od dnia 5 maja 2022 roku, pomysłodawczyni projektu była trzykrotnie zapraszana pisemnie przez Departament Promocji i Strategii Marki do podpisania kolejnej umowy o dzieło na kwotę 1 530,00 zł brutto (środki są wyłącznie zaangażowane, nie zostały wypłacone). W piśmie poinformowano Autora, że ze względów formalnych, nie mamy możliwości przesłania umowy pocztą tradycyjną, ponieważ UMWL ma obowiązek poinformowania ZUS w ciągu 7 dni od jej

podpisania. W związku z powyższym nie możemy ryzykować, że poczta nie dostarczy dokumentów w odpowiednim terminie, co jak wiadomo jest wysoce prawdopodobne. W odpowiedzi, otrzymaliśmy od Pani M. Michaluk e-maila w dniu 26 września br., z informacją, że umowa, która czeka do podpisu od dnia 5 maja 2022 roku, nie zostanie przez tą Panią podpisana. Jednak pomimo tego, nasz Departament otrzymał w dniu 4 października 2022 roku od Pani Moniki Michaluk rachunek wystawiony na kwotę 1 530,00 zł, pomimo tego, że nie podpisała ona z nami umowy o dzieło na realizację ww. zadania, pomimo trzykrotnego pisemnego zaproszenia z naszej strony do jej podpisania. Jak wspominałem, wręcz, poinformowała nas w korespondencji e-mailowej, że nie wyraża ze swej strony chęci jej podpisania.

Departament Promocji i Strategii Marki w Załączniku przekazuje wkład do interpelacji przygotowany przez Departament Organizacyjno-Prawny dot. skargi złożonej przez Panią Monikę Michaluk.

Ponadto, pragnę Panią ponownie zaprosić do Departamentu Promocji i Strategii Marki przy ulicy Chrobrego 5 w Zielonej Górze w celu zapoznania się z całością dokumentacji w tej sprawie, m.in.: zakupioną koncepcją, tekstami czy też ilustracjami do książeczki, co ułatwi zrozumieć całość sprawy i niejasności z nią związane. Zapoznanie się z ww. dokumentacją da odpowiedź na wszelkie pytania, które mogą się jeszcze pojawić.

Z poważaniem

z up. Marszałka Województwa

Janusz Rewers

Dyrektor Departamentu

Departament Promocji i Strategii Marki

[podpisano certyfikowanym podpisem elektronicznym]

Załącznik:

1. Wkład do interpelacji przygotowany przez Departament Organizacyjno-Prawny.



Lubuskie

Urząd Marszałkowski
Województwa Lubuskiego

ul. Podgórna 7
65-057 Zielona Góra
tel +48/68/456 52 00 fax +48/68/456 52 96
www.lubuskie.pl



Zielona Góra, 23 czerwca 2022 r.

DP.V.1510.3.2022

Pani
Monika Michaluk

Szanowna Pani,

odpowiadając na Pani skargę złożoną do Urzędu za pośrednictwem poczty elektronicznej w dniu 9 maja 2022 r. dotyczącą nienależytego wykonywania zadań przez pracowników Urzędu informuję, iż w przedmiotowej sprawie przeprowadzone zostało, w trybie określonym dla skarg i wniosków, postępowanie wyjaśniające.

Analiza dostępnych w sprawie dokumentów wskazuje, iż 4 października 2021 r. zawarła Pani z Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubuskiego w Zielonej Górze umowę nr DM.III.064.6.3.2021, w której zobowiązała się Pani do wykonania dzieła w postaci autorskiego projektu marketingowo-edukacyjnego, promującego lubuskie zamki i pałace pn. „Duszek Lubuszek” za wykonanie którego otrzymała Pani wynagrodzenie wynoszące 15 000,00 zł brutto. Zgodnie z § 5 pkt 5 wskazanej umowy wyraziła Pani zgodę na wykorzystanie projektów graficznych na wyłączność przez nabywcę, w szczególności poprzez: zwielokrotnianie określoną techniką, wprowadzanie do obrotu, modyfikowanie, wprowadzanie do pamięci komputera, publiczne odtwarzanie, wystawianie, wyświetlanie, wykorzystanie w materiałach wydawniczych, promocyjnych, we wszelkiego rodzaju mediach oraz na stronach www. Tym samym przeniosła Pani prawa autorskie do projektu na jego nabywcę, co oznacza, iż Województwo Lubuskie – Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego ma pełne prawo do swobodnego dysponowania zakupionym dziełem.

Należy również stwierdzić, że przyjęty przez Dyrektora Departamentu Promocji i Strategii Marki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego w Zielonej Górze tok postępowania i wszelkie działania podejmowane były na podstawie i zgodnie z obowiązującymi w przedmiotowym zakresie przepisami prawa. Nie stwierdzono również, by Dyrektor przekroczył swoje kompetencje czy też działał na niekorzyść Urzędu lub Zarządu Województwa Lubuskiego, w tym Marszałka Województwa. Postępowanie wyjaśniające oraz analiza dostępnych dokumentów nie

wykazały na tym polu żadnych uchybień. Pani zarzut, że działania Dyrektora doprowadziły do rzekomego kryzysu wizerunkowego projektu są Pani subiektywną opinią do której ma Pani prawo, ale opinia ta nie może stanowić kryterium oceny pracy Dyrektora.

Reasumując powyższe, opierając swe działania na zebranych informacjach oraz szczegółowej analizie dokumentów, które w żadnym zakresie nie wskazują na zasadność Pani stwierdzeń należy uznać Pani skargę w całym zakresie za bezzasadną.

Jednocześnie informuję, iż zgodnie z art. 239 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2021 r. poz. 735 z późn. zm.) w przypadku gdy skarga, w wyniku jej rozpatrzenia, została uznana za bezzasadną i jej bezzasadność wykazano w odpowiedzi na skargę, a skarżący ponowi skargę bez wskazania nowych okoliczności - organ właściwy do jej rozpatrzenia może podtrzymać swoje poprzednie stanowisko z odpowiednią adnotacją w aktach sprawy - bez zawiadamiania skarżącego.

Z poważaniem
z up. Marszałka Województwa

Patrycja Górniak
Sekretarz Województwa Lubuskiego
[podpisano certyfikowanym podpisem elektronicznym]

Załącznik:

Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych.

Klauzula informacyjna dotycząca przetwarzania danych osobowych

Zgodnie z art. 13 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) informuję, że:

- 1) administratorem Pani danych osobowych jest Województwo Lubuskie – Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego w Zielonej Górze, ul. Podgórna 7, 65-057 Zielona Góra,
- 2) kontakt z Inspektorem Ochrony Danych: iodo@lubuskie.pl,
- 3) Pani dane przetwarzane są w związku ze złożoną skargą – na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych oraz ustawą z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego,
- 4) odbiorcami Pani danych osobowych będą wyłącznie podmioty uprawnione do uzyskania danych osobowych na podstawie przepisów prawa, np. Policja, prokuratura,
- 5) Pani dane osobowe przechowywane będą przez czas określony w Jednolitym Rzecзовym Wykazie Akt,
- 6) Posiada Pani prawo do żądania od administratora dostępu do treści swoich danych osobowych, prawo do ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania swoich danych,
- 7) ma Pani prawo do wniesienia skargi do organu nadzorczego, tj. Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych ul. Stawki 2 00-193 Warszawa,
- 8) podanie danych jest dobrowolne związane ze złożoną przez Panią skargą.

Zielona Góra, 26 września 2022 r.

Departament Organizacyjno-Prawny

**Pan
Janusz Rewers
Dyrektor Departamentu Promocji
i Strategii Marki
w miejscu**

Szanowny Panie Dyrektorze,

nawiązując do udostępnionej w systemie EZD PUW interpelacji Pani Beaty Katarzyny Kulczyckiej, Radnej Województwa Lubuskiego, złożonej do Biura Sejmiku 21 września 2022 r. informuję:

Ad 1.

Od dnia 24 sierpnia 2022 r. do dziś tj. do dnia 26 września 2022 r. do Departamentu Organizacyjno-Prawnego nie wpłynęło żadne pismo w sprawie projektu pn. „Duszek Lubuszek” mające znamiona skargi. W centralnym rejestrze skarg i wniosków, załatwianych w trybie kpa nie została zarejestrowała żadna skarga dotycząca poruszanego w interpelacji tematu.

Ad 2.

Departament Organizacyjno-Prawny nie zawierał żadnej umowy o jakiej mowa w interpelacji.

Z poważaniem

Patrycja Górniak
Sekretarz Województwa Lubuskiego
[podpisano certyfikowanym podpisem elektronicznym]

Wyłączenie jawności w treści (w załączniku) w zakresie danych osobowych na podstawie Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. U. UE. L. z 2016 r. Nr 119, str. 1 z późn. zm.).

Wyłączenia jawności dokonała Sylwia Sobczyk