

Radny Rady Miasta

Sejwa Stefan
(nazwisko i imię)

3

INTERPELACJA

zgłoszona na sesji Rady Miasta nr

Na 31 marca 2010. zaplanowana jest sesja Rady Miasta, na której między innymi przewidziane jest uchwalenie Długoterminowej Strategii Zarządzania Miastem Genową.

Czy uprawnione jest, ze polityczne od 28 stycznia 2010. podpisujemy w urzędzie realizację Strategii i jakie przez dwa miesiące przewidzimy wydatki finansowe na ten cel?

(podpis)

Termin odpowiedzi na interpelacje upływa dnia.....

Gorzów Wlkp. 11.02.2010 r.

WRP.I/MP.0057/ 2 /10

Szanowny Pan
Stefan Sejwa
Radny Rady Miasta
Gorzowa Wlkp.

Zgodnie z założeniem przywołanym w pańskiej interpelacji, Długoterminowa Strategia Zarządzania Marką Gorzów miała być przedmiotem sesji Rady Miasta w dniu 31.03.2010r. Powyższa data podyktowana była tym, że zakończenie ostatniego etapu prac nad sformulowaniem założeń Długoterminowej Strategii Zarządzania Marką Gorzów przewidziane było na 31.01.2010 i w zgodzie z przygotowywanym na początku bieżącego roku planem pracy Rady Miasta, najbliższa jej sesja przewidziana była właśnie na ten termin. Pragnę Pana zapewnić, iż naszą wolą jest jak najszybsze przekazanie Państwu wypracowanych założeń celem uchwalenia Strategii i w związku z powyższym, wykorzystując nadarzącą się okazję, wniosek dotyczący uchwalenia Długoterminowej Strategii Zarządzania Marką Gorzów zostanie Państwu przedstawiony na sesji zwołanej na wniosek Prezydenta miasta w dniu 24 lutego 2010.

Pragnę Pana jednocześnie zapewnić, iż nie został jeszcze rozpoczęty proces realizacji założeń Długoterminowej Strategii Zarządzania Marką Gorzów. Jedyne działania jakie zostały podjęte, polegały na upublicznieniu założeń (a nie, jak zaznaczyłem, ich realizacji). Niniejszy sposób prezentacji wyników blisko ośmiomiesięcznych prac (toczących się w atmosferze rosnącego zainteresowania oraz z udziałem licznych przedstawicieli społeczności Gorzowa) podyktowany był specyfiką dokumentu, który odwołuje się do odczuć, zaangażowania społecznego i który, jako dokument marketingowy, posługuje się marketingowymi narzędziami. Sesja Rady Miasta z jej poważnym charakterem, nie jest miejscem adekwatnym do takich przedsięwzięć.

Procedura taka w niczym nie umniejsza roli rady Miasta w procesie stanowienia prawa miejscowego, a w szczególności wyznaczania kierunków rozwoju miasta i jego promocji. Elementy zewnętrzne, które są widoczne od 28.01.2010 to dopiero czubek góry lodowej, zaś realizacja założeń Długoterminowej Strategii Zarządzania Marką Gorzów, o których wspomina Pan w interpelacji polegać ma przede wszystkim na zmianie systemu zachowań i oparta być powinna na wewnętrznym doświadczeniu marki miasta, czyli m.in. na systemie działań, strukturze zarządzania, relacjach z mieszkańcami, implementacji systemu. Dopiero działania nakierowane na widoczne zmiany w tym zakresie będzie można uznać za częściową realizację DSZM.

Odnosząc się do pytania o wydatki finansowe, pragnę uprzejmie poinformować, iż koszty związane z prezentacją wyników prac wyniosły:

- grafika- rollup 335,50 zł
- panele do zabudowy targowej 4805,58 zł
- teczki 3477 zł
- billboardy (5 wyklejek) 1000 zł.

Wyżej wskazane wydatki zostały poniesione na przełomie 12.2009 i 01.2010. Natomiast do czasu najbliższej sesji, na której zostanie postawiony wniosek o przyjęcie Długoterminowej Strategii Zarządzania Marką Gorzów nie przewidziano ponoszenia jakichkolwiek kosztów w tym zakresie.

Z poważaniem

PREZYDENT MIASTA

Tadeusz Jędrzejczak

Do wiadomości:

1. Biuro Rady Miasta
2. Biuro Prezydenta Miasta
3. a/a