


Temat: informacja publiczna - pismo do PARPA

Nadawca: 

Data: 2016-08-18 17:05

Adresat: kancelaria@um.gorzow.pl, Sekretaria Sekretarza Miasta <sekretariat3@um.gorzow.pl>, jacek.wojcicki@um.gorzow.pl, Informacja Publiczna <informacjapubliczna@um.gorzow.pl>

W związku z odpowiedzią magistratu na pismo PARPy (http://www.gorzow.pl/system/obj/2620_201608171139.pdf), proszę o informację publiczną w zakresie:

1. Czy w toku przygotowywania odpowiedzi, zasięgnięto opinii lub zwrócono się o wydanie stanowiska do MKRPA?
2. Jeżeli tak, proszę o skany opinii/stanowisk MKRPA.
3. Kto przygotowywał niniejsze pismo? Jakim wydziałem/osobą proszono o przygotowanie odpowiedzi na pismo PARPy? Kto brał udział w jego powstaniu?
4. Proszę o obustronne skany wszystkich pism z akt sprawy.

Z poważaniem,





**SEKRETARZ MIASTA
GORZÓWA WIELKOPOLSKIEGO**

Urząd Miasta
ul. Sikorskiego 3-4
66-400 Gorzów Wlkp.

T: +48 95 735 55 00
F: +48 95 735 56 70
E: kancelaria@um.gorzow.pl
I: www.gorzow.pl

Gorzów Wlkp., 24 sierpnia 2016 r.

WOR.IV1431.279.2016.KW

Pani



Szanowna Pani

W odpowiedzi na złożonym przez Panią 18 sierpnia 2016 roku wniosek o udostępnienie informacji publicznej, zachowując chronologię pytań, informuję że:

Ad. 1

Fakt taki nie zaistniał.

Ad. 2

Nie dotyczy.

Ad. 3

Pismo przygotowywał Zespół Obsługi Prawnej. W powstaniu pisma udział brał pracownik Wydziału Spraw Społecznych, p. o. dyrektora Wydziału Spraw Społecznych (sprawozdanie ds. alkoholowych) i radca prawny (odpowiedź).

Ad. 4

Skany obustronnych pism z PARPA przekazuję w załączeniu.

SEKRETARZ MIASTA
Lukasz Marcinkiewicz

**Państwowa Agencja
Rozwiązywania Problemów
Alkoholowych**
ANA/1433/DPr/CD/APK/2016

05-08-2016 133021

Warszawa, dn.29 lipca 2016 roku

2016-08-09 157



P. Prezydent

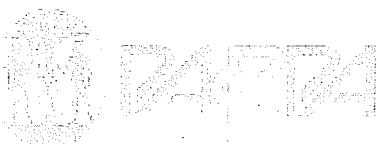
**Pan
Jacek Wójcicki
Prezydent Miasta
Gorzowa Wielkopolskiego
Urząd Miasta
ul. Sikorskiego 3-4
66-400 Gorzów Wielkopolski**

Stanisław Jankowski Prezydent

W związku z informacjami, które napływają do Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, w sprawie zaangażowania organów samorządowych w promowanie i reklamowanie piwa „Gorzowiak” m.in. na portalu społecznościowym facebook, firmowanie napoju alkoholowego poprzez zamieszczenie napisu na etykiecie piwa „Gorzowiak”: „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań” (Gorzów Przyszań bowiem jest oficjalną marką i logiem miasta Gorzów Wielkopolski), wykorzystywanie do promocji piwa layout nawiązującego do materiałów promocyjnych Miasta Gorzowa Wielkopolskiego, które kojarzy się z urzędem miasta, poniżej pragnę zaprezentować swoje stanowisko w sprawie.

W świetle ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2016 r., poz. 487 ze zm.) – art. 1 ust. 1 - organy jednostek samorządu terytorialnego obowiązane są do podejmowania działań zmierzających do ograniczania spożycia napojów alkoholowych oraz zmiany struktury ich spożywania, inicjowania i wspierania przedsięwzięć mających na celu zmianę obyczajów w zakresie sposobu spożywania tych napojów, działania na rzecz trzeźwości w miejscu pracy, przeciwdziałania powstawaniu i usuwania następstw nadużywania alkoholu, a także wspierania działalności w tym zakresie organizacji społecznych i zakładów pracy.

Uczestniczenie organów jednostek samorządu terytorialnego w promocji i reklamie piwa jest sprzeczne z ww. ustawą, ale też wysoko nieakceptowalne. Dochodzi bowiem do



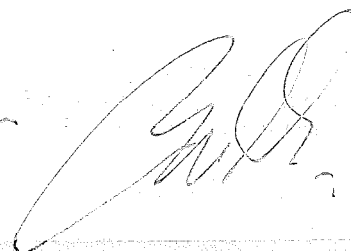
sytuacji, gdzie organ, który ma uprawnienia m.in. prowadzenia profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych, do ograniczania dostępności alkoholu, kontroli przestrzegania zasad i warunków sprzedaży napojów alkoholowych przez przedsiębiorców np. w zakresie reklamy i promocji napojów alkoholowych, postrzegany jest nie przez ww. pryzmat, ale poprzez promowanie i reklamowanie produktów alkoholowych. Nie można prowadzić efektywnej profilaktyki kiedy jednocześnie wspiera się promowanie napojów alkoholowych, mając na uwadze, że istotą działań marketingowych jest budowanie popytu na określone dobra, intencją zatem każdej reklamy jest uzyskanie wzrostu konsumpcji reklamowanego produktu.

Jednocześnie pozwolę sobie wyrazić zaniepokojenie taką sytuacją, w kontekście wysokiego spożycia alkoholu w Polsce (9,4 litra 100% alkoholu na każdego mieszkańca Polski, w tym dzieci) a także biorąc pod uwagę rozpowszechnienie problemów alkoholowych, stymulowanie spożycia alkoholu poprzez darmowy poczęstunek należy uznać za nieracjonalne i szkodliwe.

Ponadto, pragnę wskazać, także że działanie w postaci wyprodukowania przez Browar Witnica S.A., znajdujący się w Witnicy pod Gorzowem Wielkopolskim, piwa „Gorzowiak” z okazji Dni Gorzowa i informowanie o tym na stronach internetowych portalu społecznościowego facebook stanowi niewątpliwie promocję piwa, co jest zakazane. Wyżej wymieniony czyn narusza art. 13¹ ust. 2 pkt 5 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2016 r., poz. 487 ze zm.), który zakazuje prowadzenia promocji na słupach i tablicach reklamowych i innych stałych i ruchomych powierzchniach wykorzystywanych do reklamy, chyba że 20% powierzchni reklamy zajmować będą widoczne i czytelne napisy informujące o szkodliwości spożycia alkoholu lub o zakazie sprzedaży alkoholu małoletnim; Dobrym dowodem jest wskazany w tym piśmie link do strony internetowej pod adresem: <https://www.facebook.com/events/1563362460625930/permalink/1570537799908396/>

Mając na uwadze powyższe Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych wystąpi z zawiadomieniem o podejrzeniu popełnienia przestępstwa na podstawie art. 45² ust. 1 w związku z art. 13¹ ust. 1 pkt 5 oraz art. 13¹ ust. 2 pkt 5 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U. z 2016 r., poz. 487 ze zm.).

Z poważaniem



PAŃSTWOWA AGENCJA ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW ALKOHOLOWYCH

ul. Świdzińska 10, 00-248 Warszawa, tel. 22 625 42 00, fax 22 625 42 01, e-mail: p.a.r.a.p@pau.gov.pl

Gorzów Wlkp. dnia 11 sierpnia 2016 roku

wasz znak ANA/1439/DPr/CD/AKP/2016

**Pan Krzysztof Brzózka Dyrektor
Państwowej Agencji Rozwiązywania
Problemów Alkoholowych**

W odpowiedzi na pismo z dnia 29 lipca 2016 roku (doreczone w dniu 5 sierpnia 2016 roku) znak ANA/1439/DPr/CD/AKP/2016 uprzejmie informuję, iż z ogromnym zainteresowaniem i zrozumieniem podszedłem do podnoszonych w nim problemów. Pozwolę sobie jednak na wyjaśnienie niektórych kwestii z prośbą o sugestie co do ewentualnych rozwiązań w przyszłości. Z mojego punktu widzenia w przedmiotowym piśmie poruszane są dwie sprawy a mianowicie incydent z umieszczeniem: na portalu społecznościowym quasi reklamy piwa „Gorzowiak” oraz na etykiecie „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań”. *W kontekście*

Jeśli idzie o incydent z quasi reklamą piwa „Gorzowiak” to materiał ten umieszczony został na wydarzeniu „Dni Gorzowa 2016” fanpage`u Dni Gorzowa, w miejscu ogólnie dostępnym, w którym umieszczane są komentarze mieszkańców miasta Gorzowa Wlkp. W mojej ocenie nie jest to przestrzeń, o której mowa w ustawie o przeciwdziałaniu alkoholowym tj. „na słupach i tablicach reklamowych i innych stałych i ruchomych powierzchni wykorzystywanych do reklamy”. W trakcie przeglądania dotychczasowych wpisów nie natknęliśmy się na inne próby reklam, a Miasto Gorzów Wlkp. nie przeznaczyło tej części strony do umieszczania jakichkolwiek reklam.

Przechodząc do przedmiotowego incydentu to wpis ten popełniony został przez pracownika urzędu lecz nie miał on związku z wykonywaniem obowiązków służbowych. Dokonany został w dniu wolnym od pracy przy wykorzystaniu IP prywatnego. Ustalenie takie było możliwe, albowiem pracownik zalogował się ze swojego konta urzędowego. Wyjaśnił jednak, iż jego zamiarem był prywatny komentarz jak z konta „Kotka Lola”. Tłumaczenie to wydaje się wiarygodne, albowiem komentarz zaczyna się od słów „Kotka Lola wywęszyła coś dobrego!” Dni Gorzowa Wlkp. były imprezą szeroko komentowaną, dlatego też pojawiła się bardzo duża ilość wpisów. Z tych też względów komentarz ten nie został zauważony przez osoby odpowiedzialne, a jego usunięcie nastąpiło bezzwłocznie po zwróceniu uwagi.

Władze Miasta Gorzowa Wlkp. nie prowadzą, nie prowadziły i nie zamierzają prowadzić reklamy napojów alkoholowych, podkreślam również, iż przeciwdziałanie alkoholizmowi jest działaniem podejmowanym przez Miasto z należytą starannością i zrozumieniem. W załączeniu krótka informacja na ten temat.

Przechodząc do drugiej z poruszanych kwestii a mianowicie napisu na etykiecie piwa „Gorzowiak”: „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań” w moim odczuciu twierdzenie, iż jest to działanie „wysoce nieakceptowalne” jest trudne do przyjęcia.

Zgodnie z ustawą o samorządzie gminnym do zadań własnych należy promocja gminy, w tym produktów regionalnych, co często sprowadza się do promowania regionów zajmujących się produkcją alkoholu. W wielu częściach Europy, a także Polsce niektóre regiony kojarzone wyłącznie z produkcją alkoholu, wspomnę chociażby o francuskich szampanach i koniakach. W Polsce wzorem Francji przez władze miasta „Zielona Góra” organizowane jest winobranie, co zauważane jest przez media ogólnopolskie. Nie da się przeprowadzić relacji z takiej imprezy z pominięciem informacji na temat wina. Słuchając takich relacji wielokrotnie słyszałem komentarze na temat jakości i walorów tych trunków, co wzbudziło moje zainteresowanie tymi produktami. Oglądając te produkty zauważyłem, iż na butelkach wina z owej imprezy widnieje logo Zielonej Góry.

Jeśli tego typu działania są nielegalne to oczekuję udzielenia informacji jakie działania przeciwdziałające tym praktykom podjęła PARPA. Z drugiej strony wdzięczny byłbym za sugestie, co do zakresu działań dopuszczalnych przez gminę w promowaniu produktów regionalnych, w tym np. piwa.

Miasto Gorzów Wlkp. promując logo lokalne „Przyszań Gorzów” w pewnym zakresie wzorowało się na dużo bardziej znanym działaniu, a mianowicie marce „Teraz Polska”, która jak wszyscy wiemy stworzona została przy użyciu flagi. Żeby nie wdawać się w szczegóły pozwolę sobie zacytować pewną informację ze stron internetowych: http://www.ryunki.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=542

Laureaci Godła "Teraz Polska"

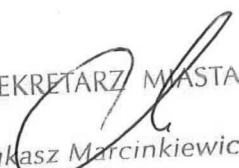
W tegorocznej XXII edycji konkursu „Teraz Polska” w kategorii „produkt” uhonorowane zostały wódki Żubrówka Biała i Jeżówka z portfolio CEDC oraz piwo Warka Grupy Żywiec SA. Prestiżowy konkurs „Teraz Polska” objęty jest patronatem Prezydenta RP. Do konkursu zgłoszonych zostało 74 produktów i usług, z których tylko 29 zostało odznaczone godłem „Teraz Polska”, oznaczającym najwyższą jakość i profesjonalizm firm. Konkurs „Teraz Polska” odbył się po raz 22. Każdego roku w jego szranki stają firmy, które liczą na

potwierdzenie walorów jakościowych, technologicznych i użytkowych swoich produktów oraz usług. Godło „Teraz Polska” jest znane i cenione przez konsumentów, spośród których 65% deklaruje, że jest ono dla nich ważnym elementem podczas decyzji zakupowych.

Reasumując trudno nam zaakceptować podniesione zarzuty tak co do rzekomej reklamy na portalu społecznościowym, jak co do zamieszczenia na etykiecie nadruku „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań”. Mówiąc o incydencie należy wszak zauważyć zbieżność między nieinkryminowanym patronatem Prezydenta RP nad produktami polskimi, ale alkoholami, a patronatem Miasta nad produktem lokalnym już z samej nazwy gorzowskim – piwem Gorzowiak browaru Witnica. Podobnie jak „Teraz Polska” bez znaczenia pozostaje fakt, że produkt objęty patronatem jest alkoholem, gdyż to inne jego cechy sprawiają że został on w taki sposób doceniony. Tak wódka Żubrówka Biała to produkt polski o wysokiej jakości, rozpoznawalny za granicą, tak Gorzowiak to produkt nawiązujący do regionu, tworzący markę naszego miasta. Szata graficzna i nazwa w oczywisty sposób nawiązuje do miasta Gorzów Wlkp.

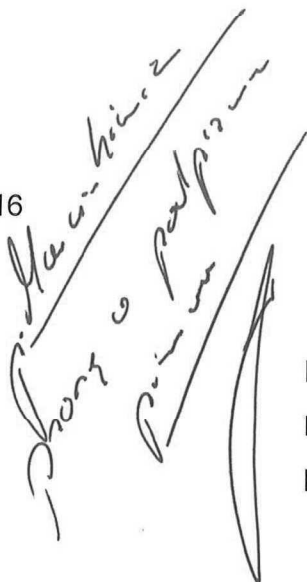
Nie mniej jednak, na wypadek, gdyby nasza argumentacja nie została uznana za wystarczającą wyjaśnienie sprawy, wnosimy o wskazania dopuszczalnych działań by móc uzyskać efekty podobne do w/w uzyskanych w oparciu o znak Teraz Polska, tak by uniknąć podobnych zarzutów w przyszłości.

Z poważaniem:

SEKRETARZ MIASTA

Łukasz Marcinkiewicz

Gorzów Wlkp. dnia 16 sierpnia 2016 roku

WOR-IV.0331.5.2016



Handwritten signature of Krzysztof Brzózka, written in black ink. The signature is stylized and includes the name 'Krzysztof Brzózka'.

Pan Krzysztof Brzózka
Dyrektor Państwowej Agencji
Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

W odpowiedzi na pismo z dnia 29 lipca 2016 roku (doręczone w dniu 5 sierpnia 2016 roku) znak ANA/1439/DPr/CD/AKP/2016 uprzejmie informuję, iż z ogromnym zainteresowaniem i zrozumieniem podszedłem do podnoszonych w nim problemów. Pozwolę sobie jednak na wyjaśnienie niektórych kwestii z prośbą o sugestie, co do ewentualnych rozwiązań w przyszłości. Z mojego punktu widzenia w przedmiotowym piśmie poruszane są dwie sprawy, a mianowicie incydent z umieszczeniem: na portalu społecznościowym quasi reklamy piwa „Gorzowiak” oraz na etykiecie „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań”.

W kontekście incydentu z quasi reklamą piwa „Gorzowiak”, to materiał ten umieszczony został na wydarzeniu „Dni Gorzowa 2016” fanpage`u Dni Gorzowa w miejscu ogólnie dostępnym, w którym umieszczane są komentarze mieszkańców miasta Gorzowa Wlkp. W mojej ocenie nie jest to przestrzeń, o której mowa w ustawie o przeciwdziałaniu alkoholowym tj. *na słupach i tablicach reklamowych i innych stałych i ruchomych powierzchniach wykorzystywanych do reklamy*. W trakcie przeglądania dotychczasowych wpisów pracownicy Urzędu nie natknęli się na inne próby reklam, a Miasto Gorzów Wlkp. nie przeznaczyło tej części strony do umieszczania jakichkolwiek reklam.

Przechodząc do przedmiotowego incydentu, to wpis ten popełniony został przez pracownika urzędu lecz nie miał on związku z wykonywaniem obowiązków służbowych. Dokonany został w dniu wolnym od pracy przy wykorzystaniu IP prywatnego. Ustalenie takie było możliwe, albowiem pracownik zalogował się ze swojego konta urzędowego. Wyjaśnił jednak, iż jego zamiarem był prywatny komentarz jak z konta „Kotka Lola”. Tłumaczenie to wydaje się wiarygodne, albowiem komentarz zaczyna się od słów „Kotka Lola wywęszyła coś dobrego!” Dni Gorzowa Wlkp. były imprezą szeroko komentowaną, dlatego też pojawiła się bardzo duża ilość wpisów. Z tych też względów komentarz ten nie został zauważony przez osoby odpowiedzialne, a jego usunięcie nastąpiło bezzwłocznie po zwróceniu uwagi.

Władze Miasta Gorzowa Wlkp. nie prowadzą, nie prowadziły i nie zamierzają prowadzić reklamy napojów alkoholowych, podkreślam również, iż przeciwdziałanie alkoholizmowi jest działaniem podejmowanym przez Miasto z należytą starannością i zrozumieniem. W załączeniu krótka informacja na ten temat.

Przechodząc do drugiej z poruszanych kwestii, a mianowicie napisu na etykiecie piwa „Gorzowiak”: „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przystań” w moim odczuciu twierdzenie, iż jest to działanie „wysoce nieakceptowalne” jest trudne do przyjęcia.

Zgodnie z ustawą o samorządzie gminnym do zadań własnych należy promocja gminy, w tym produktów regionalnych, co często sprowadza się do promowania regionów zajmujących się produkcją alkoholu. W wielu częściach Europy, a także Polsce niektóre regiony są kojarzone wyłącznie z produkcją alkoholu, wspomnę chociażby o francuskich szampanach i koniakach. W Polsce wzorem Francji przez władze miasta „Zielona Góra” organizowane jest winobranie, co zauważane jest przez media ogólnopolskie. Nie da się przeprowadzić relacji z takiej imprezy z pominięciem informacji na temat wina. Słuchając takich relacji wielokrotnie słyszałem komentarze na temat jakości i walorów tych trunków, co wzbudziło moje zainteresowanie tymi produktami. Oglądając te produkty zauważyłem, iż na butelkach wina z owej imprezy widnieje logo Zielonej Góry.

Jeśli tego typu działania są nielegalne, to oczekuję udzielenia informacji, jakie działania przeciwdziałające tym praktykom podjęła PARPA. Z drugiej strony wdzięczny byłbym za sugestie, co do zakresu działań dopuszczalnych przez gminę w promowaniu produktów regionalnych, w tym np. piwa.

Miasto Gorzów Wlkp. promując logo lokalne „Przystań Gorzów” w pewnym zakresie wzorowało się na dużo bardziej znanym działaniu, a mianowicie marce „Teraz Polska”, która jak wszyscy wiemy stworzona została przy użyciu flagi. Żeby nie wdawać się w szczegóły pozwolę sobie zacytować pewną informację ze stron internetowych: http://www.rynki.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=542

Laureaci Godła "Teraz Polska"

W tegorocznej XXII edycji konkursu „Teraz Polska” w kategorii „produkt” uhonorowane zostały wódki Żubrówka Biała i Jeżówka z portfolio CEDC oraz piwo Warka Grupy Żywiec SA. Prestiżowy konkurs „Teraz Polska” objęty jest patronatem Prezydenta RP. Do konkursu zgłoszonych zostało 74 produktów i usług, z których tylko 29 zostało odznaczone godłem „Teraz Polska”, oznaczającym najwyższą jakość i profesjonalizm firm. Konkurs „Teraz Polska” odbył się po raz 22. Każdego roku w jego szranki stają firmy, które liczą na potwierdzenie walorów jakościowych, technologicznych i użytkowych swoich produktów oraz usług. Godło „Teraz Polska” jest znane i cenione przez konsumentów,

spośród których 65% deklaruje, że jest ono dla nich ważnym elementem podczas decyzji zakupowych.

Reasumując, trudno jest zaakceptować podniesione zarzuty, tak co do rzekomej reklamy na portalu społecznościowym, jak co do zamieszczenia na etykiecie nadruku „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań”. Mówiąc o incydencie należy wszak zauważyć zbieżność między nieinkryminowanym patronatem prezydenta RP nad produktami polskimi, ale alkoholowymi, a patronatem Miasta nad produktem lokalnym już z samej nazwy gorzowskim – piwem „Gorzowiak” browaru Witnica. Podobnie jak „Teraz Polska” bez znaczenia pozostaje fakt, że produkt objęty patronatem jest alkoholem, gdyż to inne jego cechy sprawiają, że został on w taki sposób doceniony. Tak wódka Żubrówka Biała - to produkt polski o wysokiej jakości rozpoznawany za granicą, tak Gorzowiak - to produkt nawiązujący do regionu i tworzący markę naszego miasta. Szata graficzna i nazwa w oczywisty sposób nawiązują do miasta Gorzów Wlkp.

Niemniej jednak, na wypadek, gdyby przedstawiona argumentacja nie została uznana za wystarczające wyjaśnienie sprawy, wnoszę o wskazanie dopuszczalnych działań, by pomóc uzyskać efekty podobne do wyżej wymienionych uzyskanych w oparciu o znak „Teraz Polska”, tak by uniknąć podobnych zarzutów w przyszłości.

Z poważaniem



ADWOKAT

ilian Zubezewski-Bogdanow

SEKRETARZ MIASTA

Łukasz Marcinkiewicz



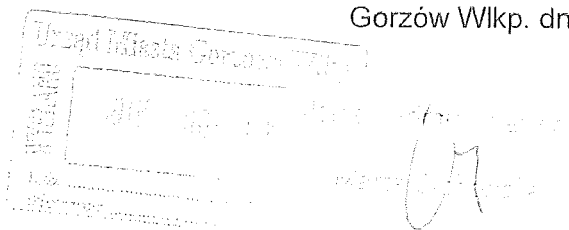
**PREZYDENT MIASTA
GORZÓWA WIELKOPOLSKIEGO**

Urząd Miasta
ul. Sikorskiego 3-4
66-400 Gorzów Wlkp.

T: +48 95 7355 500
F: +48 95 7355 670
E: kancelaria@um.gorzow.pl
I: www.gorzow.pl

Gorzów Wlkp. dnia 16 sierpnia 2016 roku

WOR-IV.0331.5.2016



Za potwierdzeniem odbioru

POLECONY

Pan Krzysztof Brzózka

Dyrektor Państwowej Agencji

Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

Szanowny Panie Dyrektore

W odpowiedzi na pismo z dnia 29 lipca 2016 roku (doręczone w dniu 5 sierpnia 2016 roku) znak ANA/1439/DPr/CD/AKP/2016 uprzejmie informuję, iż z ogromnym zainteresowaniem i zrozumieniem podszedłem do podnoszonych w nim problemów. Pozwolę sobie jednak na wyjaśnienie niektórych kwestii z prośbą o sugestie, co do ewentualnych rozwiązań w przyszłości. Z mojego punktu widzenia w przedmiotowym piśmie poruszane są dwie sprawy, a mianowicie incydent z umieszczeniem: na portalu społecznościowym quasi reklamy piwa „Gorzowiak” oraz na etykiecie „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań”.

W kontekście incydentu z quasi reklamą piwa „Gorzowiak”, to materiał ten umieszczony został na wydarzeniu „Dni Gorzowa 2016” fanpage`u Dni Gorzowa w miejscu ogólnie dostępnym, w którym umieszczane są komentarze mieszkańców miasta Gorzowa Wlkp. W mojej ocenie nie jest to przestrzeń, o której mowa w ustawie o przeciwdziałaniu alkoholowym tj. *na słupach i tablicach reklamowych i innych stałych i ruchomych powierzchniach wykorzystywanych do reklamy*”. W trakcie przeglądania dotychczasowych wpisów pracownicy Urzędu nie natknęli się na inne próby reklam, a Miasto Gorzów Wlkp. nie przeznaczyło tej części strony do umieszczania jakichkolwiek reklam.

Przechodząc do przedmiotowego incydentu, to wpis ten popełniony został przez pracownika urzędu lecz nie miał on związku z wykonywaniem obowiązków służbowych. Dokonany został w dniu wolnym od pracy przy wykorzystaniu IP prywatnego. Ustalenie takie było możliwe, albowiem pracownik zalogował się ze swojego konta urzędowego. Wyjaśnił jednak, iż jego zamiarem był prywatny komentarz jak z konta „Kotka Lola”. Tłumaczenie to wydaje się wiarygodne, albowiem komentarz zaczyna się od słów „Kotka Lola wywęszyła coś dobrego!” Dni Gorzowa Wlkp. były imprezą szeroko komentowaną, dlatego też pojawiła się bardzo duża ilość wpisów. Z tych też względów komentarz ten nie został zauważony przez osoby odpowiedzialne, a jego usunięcie nastąpiło bezzwłocznie po zwróceniu uwagi.

Władze Miasta Gorzowa Wlkp. nie prowadzą, nie prowadziły i nie zamierzają prowadzić reklamy napojów alkoholowych, podkreślam również, iż przeciwdziałanie alkoholizmowi jest działaniem podejmowanym przez Miasto z należytą starannością i zrozumieniem. W załączeniu krótka informacja na ten temat.

Przechodząc do drugiej z poruszanych kwestii, a mianowicie napisu na etykiecie piwa „Gorzowiak”: „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przyszań” w moim odczuciu twierdzenie, iż jest to działanie „wysoce nieakceptowalne” jest trudne do przyjęcia.

Zgodnie z ustawą o samorządzie gminnym do zadań własnych należy promocja gminy, w tym produktów regionalnych, co często sprowadza się do promowania regionów zajmujących się produkcją alkoholu. W wielu częściach Europy, a także Polsce niektóre regiony są kojarzone wyłącznie z produkcją alkoholu, wspomnę chociażby o francuskich szampanach i koniakach. W Polsce wzorem Francji przez władze miasta „Zielona Góra” organizowane jest winobranie, co zauważane jest przez media ogólnopolskie. Nie da się przeprowadzić relacji z takiej imprezy z pominięciem informacji na temat wina. Słuchając takich relacji wielokrotnie słyszałem komentarze na temat jakości i walorów tych trunków, co wzbudziło moje zainteresowanie tymi produktami. Oglądając te produkty zauważyłem, iż na butelkach wina z owej imprezy widnieje logo Zielonej Góry.

Jeśli tego typu działania są nielegalne, to oczekuję udzielenia informacji, jakie działania przeciwdziałające tym praktykom podjęła PARPA. Z drugiej strony wdzięczny byłbym za sugestie, co do zakresu działań dopuszczalnych przez gminę w promowaniu produktów regionalnych, w tym np. piwa.

Miasto Gorzów Wlkp. promując logo lokalne „Przyszań Gorzów” w pewnym zakresie wzorowało się na dużo bardziej znanym działaniu, a mianowicie marce „Teraz Polska”, która jak wszyscy wiemy stworzona została przy użyciu flagi. Żeby nie wdawać się w szczegóły pozwolę sobie zacytować pewną informację ze stron internetowych: http://www.rynki.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=542

Laureaci Godła "Teraz Polska"

W tegorocznej XXII edycji konkursu „Teraz Polska” w kategorii „produkt” uhonorowane zostały wódki Żubrówka Biała i Jeżówka z portfolio CEDC oraz piwo Warka Grupy Żywiec SA. Prestiżowy konkurs „Teraz Polska” objęty jest patronatem Prezydenta RP. Do konkursu zgłoszonych zostało 74 produktów i usług, z których tylko 29 zostało odznaczone godłem „Teraz Polska”, oznaczającym najwyższą jakość i profesjonalizm firm. Konkurs „Teraz Polska” odbył się po raz 22. Każdego roku w jego szranki stają firmy, które liczą na potwierdzenie walorów jakościowych, technologicznych i użytkowych swoich produktów oraz usług. Godło „Teraz Polska” jest znane i cenione przez konsumentów,


spośród których 65% deklaruje, że jest ono dla nich ważnym elementem podczas decyzji zakupowych.

Reasumując, trudno jest zaakceptować podniesione zarzuty, tak co do rzekomej reklamy na portalu społecznościowym, jak co do zamieszczenia na etykiecie nadruku „specjały gorzowskie poleca Gorzów Przystań”. Mówiąc o incydencie należy wszak zauważyć zbieżność między nieinkryminowanym patronatem prezydenta RP nad produktami polskimi, ale alkoholowymi, a patronatem Miasta nad produktem lokalnym już z samej nazwy gorzowskim – piwem „Gorzowiak” browaru Witnica. Podobnie jak „Teraz Polska” bez znaczenia pozostaje fakt, że produkt objęty patronatem jest alkoholem, gdyż to inne jego cechy sprawiają, że został on w taki sposób doceniony. Tak wódka Żubrówka Biała - to produkt polski o wysokiej jakości rozpoznawany za granicą, tak Gorzowiak - to produkt nawiązujący do regionu i tworzący markę naszego miasta. Szata graficzna i nazwa w oczywisty sposób nawiązują do miasta Gorzów Wlkp.

Niemniej jednak, na wypadek, gdyby przedstawiona argumentacja nie została uznana za wystarczające wyjaśnienie sprawy, wnoszę o wskazanie dopuszczalnych działań, by pomóc uzyskać efekty podobne do wyżej wymienionych uzyskanych w oparciu o znak „Teraz Polska”, tak by uniknąć podobnych zarzutów w przyszłości.

Z poważaniem

z up. PREZYDENTA MIASTA


Łukasz Marzankiewicz
Sekretarz Miasta

Informacja o przeciwdziałaniu uzależnieniom w Gorzowie Wlkp. za rok 2015.

Miasto realizuje programy przeciwdziałania uzależnieniom w tym m.in. Miejski Program Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych uchwalany corocznie przez Radę Miasta Gorzowa Wlkp. Główne priorytety ww. programu to leczenie, rehabilitacja uzależnienia od alkoholu i reintegracja społeczna, przeciwdziałanie przemocy w rodzinie z problemem alkoholowym, ograniczanie zaburzeń życia rodzinnego i społecznego wywołanych uzależnieniem, profilaktyka uzależnienia od alkoholu, edukacja zdrowotna oraz monitoring problemów alkoholowych w mieście. Aby ukazać skalę oddziaływania należy posłużyć się danymi - w ubiegłym roku łącznie na realizację zadań z zakresu przeciwdziałania alkoholizmowi wydatkowano 1.620.590,21 zł w ramach Miejskiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych - wsparciem objęto łącznie blisko 30 tys. osób. Środki finansowe wydatkowane w ramach programu przeznaczono dla organizacji pozarządowych i innych podmiotów (w oparciu o ustawę o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie), na działalność ośrodków terapeutycznych oraz funkcjonowanie Miejskiej Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.

Szczególnie ważnym działaniem w tym zakresie było uczestniczenie w projekcie "Od partnerstwa do kooperacji" i znalezienie się w gronie szesnastu polskich gmin testujących ten innowacyjny Model Kontraktowania Usług Społecznych. Głównym celem projektu było wypracowanie nowych rozwiązań, które miały zwiększyć skalę przekazywania zadań publicznych organizacjom pozarządowym, a także wzmocnić potencjał merytoryczny przedstawicieli NGO i JST w tym zakresie. Ważnym elementem projektu była również identyfikacja barier prawnych oraz określenie kierunków zmian, które ułatwią kontraktowanie usług społecznych. W zeszłym roku po raz pierwszych w Gorzowie Wlkp. zostało zlecone zadanie w formie regrantingu. Dotyczyło ono organizacji i upowszechnianie działań służących promocji zdrowego stylu życia i aktywnych form spędzania wolnego czasu przez dzieci i młodzież – animowanie oddolnych inicjatyw z zakresu przeciwdziałania uzależnieniom i patologiom społecznym. Dzięki takiej formie realizacji zadania, gdzie projekty mogły być składane m.in. przez grupy nieformalne, możliwe było lepsze stymulowanie aktywności mieszkańców i pobudzanie ich do działania na rzecz lokalnego środowiska.

Ponadto w ramach działań mających na celu przeciwdziałanie uzależnieniom realizowano programy dla osób uzależnionych od alkoholu oraz współuzależnionych w postaci terapii grupowych i indywidualnych – przeprowadzono ponad 400 godzin terapii dla ponad 100 osób, a zajęcia prowadzone były przez certyfikowanych specjalistów

uczniów i 166 nauczycieli. Zorganizowano Przegląd Twórczości Młodych Talentów dla młodzieży „Zdolni do wszystkiego”; profilaktyka poprzez działania alternatywne w ramach XIII Miejskiej Kampanii Informacyjno - Edukacyjnej „Obudź się! 2015” – udział wzięło 400 osób. Redagowano oraz wydawano biuletyn „Sygnały” o tematyce profilaktyki uzależnień w nakładzie 150 egz. Prowadzona była strona internetowa Miejskiej Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych. Realizowane były zajęcia sportowe w różnych dyscyplinach sportowych dla dzieci i młodzieży w ramach programu przeciwdziałania alkoholizmowi – skorzystało blisko 2700 osób.

Sporządziła: Eliza Rudnicka

p.o. DYREKTORA
WYDZIAŁU SPRAW SPOŁECZNYCH
Hanna Gill-Piatek
