

DUR.0003.40.2015

Tychy 11.05.2015

Radny:  
Jakub Chelstowski



Interpelacja

Przewodniczący Rady Miasta

Maciej Gramatyka

**Na podstawie paragrafu 12 ust.3 Regulaminu Obrad Rady Miasta zgłaszam interpelację w sprawie:**

W związku z brakiem rzetelnej odpowiedzi na interpelację DUR.0003.29.2015, ponawiam swoje pytanie dotyczące nakładów na reklamę w gazecie Twoje Tychy przez miejskie spółki PEC, MASTER, TLT, PKM, TBS, RCGW, RPWIK.

1. Ile w latach 2013 i 2014 spółki miejskie wydały na reklamę w gazecie wydawanej przez spółkę Śródmieście Twoje Tychy (proszę o szczegółowe rozbięcie nakładów finansowych na reklamę które zostały wydatkowane przez spółki miejskie w/w okresie)?
2. Jakie korzyści finansowe osiągnęły spółki z reklam w przedmiotowej gazecie?
3. O ile zwiększyły się przychody miejskich spółek poprzez reklamy w gazecie TT?
4. Jak zarządy miejskich spółek uzasadniają wydatkowanie publicznych środków, jeśli w większości są „monopolistami” w mieście Tychy na swoje usługi komunalne?
5. Jaka jest efektywność zamieszczanych reklam i na jakiej podstawie zarządy spółek uważają że regularne wykupywanie reklam w gazecie kształtuje większe dochody dla miejskich spółek?
6. Jakie jest stanowisko Prezydenta Andrzeja Dziuby w zakresie corocznego wydatkowania przez spółki miejskie dziesiątek tysięcy złotych na reklamę w gazecie należącej do spółki, w której głównym udziałowcem jest miasto Tychy, zaś Prezydent ma największy głos jako przedstawiciel największego udziałowca czyli Miasta Tychy
7. Jaka jest polityka reklamowa w/w spółek miejskich, gdyż w większości przypadków ogłaszają się tylko w gazecie TT?

Z poważaniem

Jakub  
Chelstowski