

URZĄD MIASTA TYCHY
WOJ. ŚLĄSKIE
-000515922-
-1-

Tychy, dnia 2 października 2008r.

SWZ.0053- 3 /08

URZĄD MIASTA TYCHY	
Wydział Obsługi Rady Miasta	
Wpł.	2008 -10- 08
L.dz.	260
Podpis	<i>[Signature]</i>
Znak sprawy	DUR. 0057-26/08

Szanowny Pan
Michał Gramatyka
Przewodniczący Rady Miasta Tychy

poprzez:
Wydział Obsługi Rady Miasta

Dot.: Interpelacji w sprawie kontroli lokalu gastronomicznego radnego Stefana Moćko.

W odpowiedzi na interpelację z dnia 25 września 2008r. informuję, że w roku 2006 została przeprowadzona akcja pn. „Lato bez %”. W załączeniu przekazuję sprawozdanie z tej akcji.

Jednocześnie informuję, że w sprawozdaniu z akcji udostępniono wszystkie informacje, które w trybie ustawy o dostępie do informacji publicznej z dnia 6 września 2001r. (Dz. U. 01.112.1198 z późn. zm.) mogą być udostępnione.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 i 2 ustawy o dostępie do informacji publicznej prawo do informacji publicznej podlega ograniczeniu w zakresie i na zasadach określonych w przepisach o ochronie informacji niejawnych oraz o ochronie innych tajemnic ustawowo chronionych, a także ze względu na prywatność osoby fizycznej lub tajemnicę przedsiębiorcy. W trybie powyższej ustawy można jedynie udostępniać dane w znaczeniu ogólnym, uniemożliwiającym identyfikację indywidualnego podmiotu.

Dane dotyczące lokalu gastronomicznego radnego Stefana Moćko mogą zostać udostępnione, w wypadku gdyby właściciel wyraził zgodę na ich udostępnienie (art. 23 ust. 1 pkt.1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych – Dz. U.02.101.626 z późn. zm.).

Prosimy, by uzasadnił Pan potrzebę posiadania tej informacji, dzięki temu Wydział będzie mógł ustalić, czy zachodzą przesłanki do udostępnienia danych w trybie ustawy o ochronie danych osobowych. Obowiązek uzasadnienia przewiduje art. 29 w/w ustawy o ochronie danych osobowych z dnia 29.08.1997r. (Dz. U.02.101.626 z późn. zm.) Dane osobowe, z wyłączeniem danych, o których mowa w art.27 ust.1 ustawy o ochronie danych osobowych mogą być udostępnione w celach innych niż włączenie do zbioru, innym osobom i podmiotom niż osoby i podmioty uprawnione do ich otrzymania na mocy przepisów prawa, jeżeli w sposób wiarygodny uzasadnią potrzebę posiadania tych danych, a ich udostępnienie nie naruszy praw i wolności osób, których dane dotyczą. Dane udostępnia się na pisemny, umotywowany wniosek. Udostępnione dane mogą być wykorzystane wyłącznie z przeznaczeniem, dla którego zostały udostępnione (art. 29 ust. 2, 3, 4 Ustawy o ochronie danych osobowych z dnia 29.08.1997r - Dz. U.02.101.626 z późn.zm.).

Jednocześnie informujemy, iż bezpośrednio do p. Radnego Stefana Moćki skierowaliśmy zapytanie, dotyczące możliwości udostępnienia Panu informacji dot. wyników kontroli przeprowadzonej w jego lokalu gastronomicznym w ramach akcji „Lato bez procentów”.

Z poważaniem

ZASTĘPCA PREZYDENTA
DS. SPOŁECZNYCH

[Signature]
mgr Dana Szczepańska

Do wiadomości:

1. Adresat
2. aa



W W W . B E Z P R O C E N T O W . P L

**Sprawozdanie z realizacji zadania
„Lato bez %” 2006
na terenie miasta Tychy**

Na podstawie umowy nr: 0886/06 z dnia 30 czerwca 2006r.

Sprawozdanie z realizacji zadania „Lato bez %” 2006 na terenie miasta Tychy

Spis treści:

1. Przeprowadzenie akcji informacyjnej w mediach.....	str.2
2. Akcja plakatowa w punktach sprzedaży alkoholu.....	str.3
3. „Agent specjalny”	str.4
4. Happeningi.....	str.5
5. Badanie ankietowe.....	str.6
6. Strona internetowa kampanii.....	str.7
7. Uwagi na temat przebiegu realizacji kampanii, uzyskanych efektów i ewentualnych trudności w ich realizacji.....	str.8

1. Przeprowadzenie akcji informacyjnej w mediach

Czas realizacji.

Od 1 lipca 2006 (pierwszy artykuł 26 czerwca w czasopiśmie „Wprost”)

Miejsce realizacji.

Tychy

Publikacje na temat kampanii:

- "WPROST" z dnia 26.06.2006 r. (informacje w tygodniku i na stronie internetowej)
- "TVN24" z dnia 03.07.2006 r.
- "Radio BIS" z dnia 03.07.2006 r.
- "Polskie Radio PR I" z dnia 03.07.2006 r.
- "Serwis PAP" z dnia 03.07.2006 r.
- "Informacyjna Agencja Radiowa" z dnia 22-23.07.2006r.
- "Radio dla Ciebie" z dnia 22.07.2006 r.
- "Dziennik" z dnia 22-23.07.2006 r.
- "Super Express" z dnia 22-23.07.2006 r.
- "Trybuna" z dnia 22-23.07.2006 r.
- "Życie Warszawy" z dnia 22-23.07.2006r.
- „Dziennik Zachodni” z dnia 3.08.2006 r.
- „Program 3 Polskiego Radia” w dniu 30.08.2006r.

strony internetowe:

<http://www.wp.pl> (Wirtualna Polska)
<http://www.onet.pl> (Onet.pl)
<http://www.wprost.pl> (Wprost Online)
<http://www.viva-tv.pl> (VIVA)
<http://www.eastnews.com.pl>
<http://sprzedawca.cogdziekupic.pl>
<http://www.proto.pl>
<http://www.hrk.pl>
<http://www.psychologia.edu.pl>
<https://hyperreal.info>
<http://www.tppu.org>
<http://www.medialine.pl>
<http://www.siodemka.waw.pl>
<http://www.bezprocentow.pl>

2. Akcja plakatowa w punktach sprzedaży alkoholu

Czas realizacji.

7 lipca – 16 lipca 2006

Miejsce realizacji.

Tychy

Liczba rozprowadzonych plakatów.

Rozprowadzono łącznie 460 sztuk plakatów w punktach sprzedaży napojów alkoholowych oraz placówkach prowadzących sprzedaż piwa ujętych na liście dostarczonej przez Urząd Miasta Tychy.

Uwagi

Nie stwierdzono większych problemów z dostarczeniem materiałów informacyjnych do sklepów posiadających koncesję na sprzedaż alkoholu. Punkty, do których nie dostarczono plakatów i ulotek albo były zamknięte w czasie trwania akcji plakatowej, albo nie wyraziły chęci przystąpienia do kampanii „Lato bez %” i nie przyjęły naszych materiałów.

3. Agent specjalny

Czas realizacji

15 lipca – 31 sierpnia 2006

Miejsce realizacji

Tychy

Założenia „Agenta Specjalnego”:

1. Kontrola czy sprzedawcy sprzedając alkohol młodo wyglądającym osobom sprawdzają ich wiek, w celu uniknięcia ryzyka sprzedaży alkoholu osobom nieletnim.
2. Identyfikacja punktów sprzedaży, w których sprzedawcy nawet w razie wątpliwości, co do pełnoletności klienta bez sprawdzenia jego wieku sprzedają alkohol.
3. Ograniczenie osobom niepełnoletnim dostępu do alkoholu.

Liczba przeprowadzonych kontroli w punktach sprzedaży alkoholu na terenie miasta Tychy: 635 – w sklepach, w których kontrola dała wynik negatywny, agenci pojawiali się drugi raz.

4. HAPPENINGI

Czas realizacji

2 sierpnia i 19 sierpnia 2006

Miejsce realizacji

Tychy

Przebieg Akcji:

Zostały zorganizowane dwa happeningi. Pierwszy odbył się 2 sierpnia 2006 r. o godzinie 13:00 przy Al. Bielskiej (między Al. Niepodległości i ul. Czystą), natomiast drugi miał miejsce 19 sierpnia o godzinie 13:00 na rogu ulic Cyganerii i Grota Roweckiego.

Obie akcje miały na celu zaszokowanie przechodniów i unaocznienie im problemu pijanej młodzieży. Młodzi ludzie, leżąc na chodniku z butelkami piwa pozowali na stan upojenia alkoholowego, dodatkowo były rozdawane ulotki w dwóch wersjach: jedne przeznaczone dla ludzi młodych, zawierające podpisy polskiej reprezentacji piłki nożnej i apelem sportowców oraz drugie przekazywane ludziom dorosłym.

Uwagi.

Happeningi wzbudziły żywe zainteresowanie zarówno ze strony mediów jak też przechodniów, do których te akcje były adresowane. Happeningi były w tym roku przeprowadzane po raz pierwszy w ramach kampanii „Lato bez %” i należy je uznać za udane. Z pewnością staną się one stałym elementem w repertuarze przyszłych akcji.

5. Badanie ankietowe

Próba:

Próba reprezentatywna dla populacji mieszkańców Tychów w wieku 12-17 lat (N=1013) osoby. Dobór losowy.

Termin realizacji:

20-27 sierpnia 2006r. w Tychach

Metoda:

Wywiad osobisty w oparciu o kwestionariusz pytań zamkniętych.

Część I (Próba N=1013)

1. Czy uważasz spożycie alkoholu przez osoby poniżej wieku 18 lat za niewłaściwe?				
	W liczbach bezwzględnych		W procentach	
Tak		209	20,6%	
raczej tak		272	26,9%	47,5%
raczej nie		258	25,5%	
Nie		124	12,2%	37,7%
nie mam zdania		150	14,8%	

2. Czy uważasz, że osoby wczesnie rozpoczynające spożywanie i nadużywanie alkoholu, są szczególnie zagrożone alkoholizmem?				
	W liczbach bezwzględnych		W procentach	
Tak		225	22,2%	
raczej tak		289	28,5%	50,7%
raczej nie		266	26,3%	
Nie		118	11,6%	37,9%
nie mam zdania		115	11,4%	

3. Czy uważasz, że problem alkoholizmu może dotyczyć także Ciebie?				
	W liczbach bezwzględnych		W procentach	
Tak		203	20,0%	
raczej tak		287	28,3%	48,4%
raczej nie		293	28,9%	
Nie		126	12,4%	41,4%
nie mam zdania		104	10,3%	

4. Czy uważasz, że reklamy napojów alkoholowych emitowane w mediach są adresowane także do Ciebie?			
	W liczbach bezwzględnych	W procentach	
Tak	275	27,1%	
raczej tak	295	29,1%	56,3%
raczej nie	213	21,0%	
Nie	113	11,2%	32,2%
nie mam zdania	117	11,5%	

5. Czy kiedykolwiek spożywałeś/spożywałaś alkohol?			
	W liczbach bezwzględnych	W procentach	
Tak	688	67,9%	
Nie	325	32,1%	

Część II (Próba N=688)

Na kolejne pytania z Części II odpowiadali tylko Ci respondenci, którzy zadeklarowali w Pytaniu 5, że spożywali alkohol.

6. W jakich okolicznościach po raz pierwszy spożyłeś alkohol?			
	W liczbach bezwzględnych	W procentach	
na imprezie	434	63,1%	
z kolegami "pod chmurką"	164	23,8%	
w domu z rodzicami	32	4,7%	
sam w domu	58	8,4%	

7. Jak często spożywasz alkohol?			
	W liczbach bezwzględnych	W procentach	
Próbowałem tylko raz	146	21,2%	
Okazjonalnie (spotkania towarzyskie)	336	48,8%	
Często (kilka razy w tygodniu)	152	22,1%	
Codziennie	54	7,8%	

8. Jaki rodzaj alkoholu spożywałeś po raz pierwszy?			
	W liczbach bezwzględnych	W procentach	
Piwo	481	69,9%	
Wino	118	17,2%	
Alkohol wysokoprocentowy (Wódka)	89	12,9%	

9. Jakie rodzaje alkoholu dotychczas spożywałeś/ spożywałaś? (oprócz wymienionego w poprzednim pytaniu).		
	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Piwo	439	63,8%
Wino	142	20,6%
Wódka	56	8,1%
Alkohole wysokoprocentowe	34	4,9%
Spirytusowe	17	2,5%

10. Jaki rodzaj alkoholu jest dla Ciebie najbardziej atrakcyjny?		
	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Piwo	465	67,6%
Wino	152	22,1%
Alkohol wysokoprocentowy	71	10,3%

11. Dlaczego właśnie ten alkohol jest dla Ciebie atrakcyjny?		
	W liczbach bezwzględnych	W procentach
niska cena	204	29,7%
moc (duże stężenie alkoholu)	364	52,9%
moda na ten trunek	120	17,4%

12. Jaki rodzaj alkoholu spożywasz najczęściej?		
	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Piwo	437	63,5%
Wino	166	24,1%
Alkohol wysokoprocentowy	85	12,4%

13. Czy uważasz, że w Tychach alkohol jest trudniej dostępny dla nieletnich niż rok temu?		
	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Tak	154	22,4%
Nie	416	60,5%
Nie mam zdania	118	17,2%

14. Czy podczas spożycia alkoholu zdarzyło Ci się stracić przytomność?		
	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Tak	356	51,7%
Nie	332	48,3%

15. Jak często zdarza Ci się tracić przytomność po spożyciu alkoholu?

	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Zdarzyło się tylko raz	114	32,1%
Rzadko, ale więcej niż raz	195	54,7%
Często	37	10,3%
Za każdym razem	10	2,9%

16. Czy uważasz, że spotkaniom towarzyskim w domu, lub w klubach powinien towarzyszyć alkohol? Jeżeli tak, to jaki?

	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Tak, piwo	398	57,8%
Tak, wino	143	20,8%
Tak, alkohol wysokoprocentowy	89	12,9%
Nie, nie powinien	58	8,4%

17. Z czym kojarzą Ci się różne rodzaje alkoholi?

	<i>Piwo</i>		<i>Wino</i>		<i>Alkohole wysokoprocentowe</i>	
Sport	36	5,23%	12	1,74%	22	3,20%
Rozrywka	170	24,71%	79	11,48%	38	5,52%
przyjemność	192	27,91%	97	14,10%	38	5,52%
Kac	235	34,16%	251	36,48%	172	25,00%
złe samopoczucie	204	29,65%	245	35,61%	158	22,97%
atrakcyjność	38	5,52%	49	7,12%	12	1,74%
Sukces	14	2,03%	99	14,39%	45	6,54%
sprawność fizyczna	30	4,36%	49	7,12%	20	2,91%
dobry smak	148	21,51%	121	17,59%	77	11,19%
zły smak	26	3,78%	111	16,13%	269	39,10%
Dorostłość	26	3,78%	43	6,25%	71	10,32%
niedojrzałość	4	0,58%	45	6,54%	172	25,00%
młodzieżowy charakter	20	2,91%	12	1,74%	51	7,41%

18. Czy uważasz działania na rzecz ograniczenia sprzedaży alkoholu nieletnim za skuteczne i potrzebne?

	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Tak	570	82,8%
Nie	118	17,2%

19. Czy zauważyłeś, aby w Twoim mieście podejmowane były działania na rzecz niesprzedawania alkoholu nieletnim?

	W liczbach bezwzględnych	W procentach
Tak	561	81,5%
Nie	127	18,5%

6. Strona internetowa akcji

Czas realizacji

Od 30 czerwca 2006r.

Działanie:

Na stronie zostały umieszczone podstawowe informacje na temat kampanii, jak również umożliwia ona **zgłoszenie sklepu lub punktu gastronomicznego, w którym mieszkańcy Tych chcieliby, aby została przeprowadzona kontrola, w związku z podejrzeniem, że w miejscu tym nieletnim sprzedawany jest alkohol.**

Adres strony „Lato bez % 2006r.”

<http://bezprocentow.pl>

Uwagi:

Stronę internetową od rozpoczęcia kampanii „Lato bez %” odwiedziło ponad 10000 osób, otrzymaliśmy pocztą elektroniczną kilkaset zgłoszeń sklepów z całej Polski, które podejrzane są o sprzedaż alkoholu nieletnim

7. Uwagi na temat przebiegu realizacji programu, uzyskanych efektów i ewentualnych trudności w ich realizacji oraz wnioski na przyszłość.

Akcja plakatowa w punktach sprzedaży alkoholu.

Większość sklepów i lokali gastronomicznych przyjęła materiały Lata bez %. Niestety przy okazji sierpniowych kontroli stwierdziliśmy ich brak w wielu punktach sprzedaży.

Agent Specjalny

Nie stwierdzono większych trudności w realizacji tego zadania. Agenci działali przez cały okres trwania kampanii. Ze względu na dużą liczbę punktów poddanych kontroli, agenci działali etapowo.