



Prezydent Miasta Rybnika

44-200 Rybnik, ul. Bolesława Chrobrego 2
t +48 32 43 92 107, f +48 32 42 24 124
rybnik@um.rybnik.pl

Szanowny Pan

Łukasz Dwornik
Radny Rady Miasta Rybnika

BR.0003.27.2021

Rybnik, dnia 1 marca 2021 r.

Szanowny Panie,

w odpowiedzi na Pana zapytanie z 16 lutego 2021 roku, udzielam informacji. Wszystkie wnioskowane przez Pana dokumenty znajdują się w załączeniu. Odnosząc się do „roztropnego wydatkowania środków publicznych” informuję, że przygotowanie odpowiedzi dla Pana przez wydziały urzędu miasta oraz wszystkie jednostki Miasta Rybnika zajęło 107 roboczogodzin, czyli tyle, co czas pracy jednego urzędnika w ciągu 13 dni roboczych.

Ad 1

Urząd Miasta Rybnika

Wydział Promocji

W roku 2017 była to kwota 647 357,44 zł, na którą składają się: Agora - publikacja artykułu sponsorowanego dotyczącego półmetku kadencji władz miasta w gazecie o zasięgu regionalnym oraz w serwisie na jej stronie internetowej – 4 305 zł, tuPolska - Promocja miasta Rybnika podczas konkursu „Człowiek Roku Rybnik.com.pl 2016” – 9 900 zł, Górnosławskie Towarzystwo Literackie Miesięcznik „Śląsk” - Reklama miasta w miesięczniku „Śląsk” – 7 380 zł, Coal Minders - Realizacja promocyjnej wielkanocnej gry interaktywnej i jej publikacja w serwisie – 2 460 zł, TVN Media – Promocja miasta Rybnika poprzez lokowanie produktu turystycznego w serialu fabularnym – 369 000 zł, Agora – publikacja artykułu sponsorowanego w kwartalniku o tematyce samorządowej oraz w serwisie internetowym – 3 690 zł, Radio 90 –

produkcja i emisja 10 audycji radiowych pt. Czas na Twoją miejscowość na antenie radia – 49 200 zł, For Jazz – publikacja reklamy rybnickiej majówki w czasopiśmie o tematyce muzycznej – 3 554,70 zł, Polska Press – reklama w prasie oraz w serwisie internetowym w związku z akcją promocyjną rybnickiej majówki – 9 963 zł, Eurozet – reklama w radiu w związku z rybnicką majówką „Maj, bzy, Rybnik i Ty” – 5 535 zł, tuPolska – promocja wydarzenia „Maj, bzy, Rybnik i ty” – 6 150 zł, TVS – promocja miasta w ramach programów „W oku miasta” i „Kalejdoskop regionów” – 39 360 zł, Coal Minders – produkcja i emisja materiałów promocyjnych miasta w serwisie internetowym – 39 360 zł, Media Impact Polska – reklama dnia dziecka oraz Dni Rybnika w prasie – 4 920 zł, tuPolska – promocja Dni Rybnika w Internecie – 6 150 zł, tuPolska – produkcja i emisja w portalu internetowym filmu promującego serial „Diagnoza” – 7 995 zł, Facebook – zwiększenie zasięgu postów publikowanych na miejskim profilu na Facebooku – 110,80 zł, Polska Press – reklama dotycząca tematyki antysmogowej, premierowych odcinków serialu „Diagnoza” oraz wydarzenia Animalium w prasie oraz serwisie internetowym – 9 717 zł, Agora – promocja miasta Rybnika w kwartalniku samorządowym – 3 690 zł, tuPolska – promocja miasta podczas spotkania dla przedsiębiorców z cyklu „tu biznes Opener Rybnik” – 6 150 zł, Nowiny – promocja miasta Rybnika w dodatku poświęconym czworonogom oraz w serwisie internetowym – 1 230 zł, tuPolska – realizacja dwóch filmów o miejskich inwestycjach wraz z publikacją – 9 225 zł, Nowiny – reklama w dodatku regionalnym dot. działań prowadzonych przez Rybnik w zakresie zrównoważonego transportu oraz powstającej infrastruktury rowerowej – 2 125,44 zł, Agora – promocja miasta Rybnika podczas kampanii „Przystanek Miasto 2017” – 27 675 zł, tuPolska – realizacja dwóch filmów o tematyce świątecznej wraz z publikacją – 8 610 zł, tuPolska – reklama wydarzeń bożonarodzeniowych w serwisie internetowym oraz przeprowadzenie akcji mailingowej – 9 901,50 zł. W roku 2018 kwota 875 383,89 zł: tuPolska – produkcja i emisja na portalu internetowym filmu promocyjnego dot. Drugiego sezonu serialu „Diagnoza” – 7 995 zł, tuPolska- promocja miasta Rybnika podczas konkursu „Człowiek roku Rybnik.com.pl 2017” – 9 900 zł, TVN Media- lokowanie produktu turystycznego w serialu fabularnym – 369 000 zł, publikacja reklamy promującej drugi sezon serialu „Diagnoza” oraz rybnickiej majówki w prasie i serwisie internetowym – 9 963 zł, Radio 90 - produkcja i emisja 10 audycji radiowych oraz realizacja 3 kampanii reklamowych na antenie radia – 58 794 zł, Wydawnictwo Regionalne – realizacja artykułu sponsorowanego w dodatku

regionalnym o tematyce związanej z niską emisją – 2 125,44 zł, Trader – publikacja rybnickiej majówki oraz miasta Rybnika w miesięczniku o tematyce muzycznej – 8 056,50 zł, tuPolska – promocja miasta Rybnika podczas czterech spotkań dla przedsiębiorców z cyklu „tu biznes Opener Rybnik” – 24 600 zł, Polska Press – reklama w serwisie internetowym w związku ze świętami Wielkanocnymi oraz Dniami Rybnika – 3 690 zł, tuPolska – reklama rybnickiej majówki w Internecie – 7 995 zł, Coal Minders – realizacja filmu oraz zdjęć z rybnickiej majówki wraz z promocją w Internecie – 7380 zł, Agora – promocja miasta Rybnika podczas projektu, warsztatów i panelu dyskusyjnego „Miasta Idei” – 22 140 zł, TVN Media - lokowanie produktu turystycznego w serialu fabularnym – 300 000 zł, Facebook – zwiększenie zasięgu postów publikowanych na miejskim profilu Facebooka – 184,50 zł, Wydawnictwo Regionalne – publikacja artykułu sponsorowanego, zaproszenia na spektakl oraz reklamy w serwisie internetowym – 5 491,95 zł, Polska Press – realizacja akcji promocyjnej premiery spektaklu „Drach” (reklama w prasie) – 9 963 zł, tuPolska – realizacja akcji promocyjnej spektaklu „Drach” (reklama w Internecie, realizacja reportażu filmowego, artykułów sponsorowanych) – 15 990 zł, Radio Silesia – realizacja spotu reklamowego spektaklu „Drach” oraz jego emisja na antenie radiowej – 2 398,50 zł, tuPolska – realizacja i emisja dwóch filmów o tematyce świątecznej oraz emisja baneru reklamowego – 9 717 zł. W roku 2019 kwota 517 939,20 zł: TVN Media – lokowanie produktu turystycznego w serialu fabularnym – 300 000 zł, tuPolska – promocja miasta Rybnika podczas konkursu „Człowiek Roku Rybnik.com.pl 2018” – 9 900 zł, Polska Press – publikacja reklamy serialu „Diagnoza” oraz rybnickiej majówki w prasie – 9 963 zł, Radio 90 – produkcja i emisja 10 audycji radiowych oraz realizacja 3 kampanii reklamowych na antenie radia – 58 794 zł, Agora – promocja miasta Rybnika w ogólnopolskim projekcie „Kobiety wiedzą co robią” – 94 095 zł, Ringier Axel Springer Polska – realizacja oraz emisja 1,5 minutowego filmu promującego rybnicką majówkę w serwisie internetowym – 8 610 zł, tuPolska – promocja miasta Rybnika podczas spotkania z przedsiębiorcami z cyklu „tu biznes Opener Rybnik” – 9 963 zł, tuPolska – reklama rybnickiej majówki w trzech lokalnych serwisach internetowych – 7 995 zł, tuPolska – promocja Dni Rybnika oraz budżetu obywatelskiego miasta Rybnika w Internecie – 6 396 zł, tuPolska – realizacja filmu dotyczącego 4 kąpielisk miejskich wraz z jego promocją – 7 500 zł, Nowiny – realizacja artykułu sponsorowanego dotyczącego festiwalu kabaretowego – 4 428 zł, Facebook – zwiększenie zasięgu postów

publikowanych na miejskim profilu na Facebooku – 295,20 zł. W roku 2020 kwota 152 715,60 zł: tuPolska – promocja miasta Rybnika podczas konkursu „Człowiek roku Rybnik.com.pl 2019” – 9 900 zł, Radio 90 – produkcja i emisja 10 audycji radiowych oraz realizacja 3 kampanii reklamowych na antenie radia – 58 794 zł, Agora – realizacja kampanii promocyjnej Górnośląskiej Nagrody Literackiej Juliusz w Internecie – 12 300 zł, Facebook – zwiększenie zasięgu postów publikowanych na miejskim profilu na Facebooku – 147,60 zł, Agora – promocja miasta Rybnika podczas ogólnopolskiej kampanii „Super Miasta” – 40 000 zł, tuPolska – wykonanie 3 minutowego filmu promującego budowę Regionalnej Drogi Racibórz-Pszczyna oraz jego promocja w serwisie internetowym – 17 280 zł, tuPolska – publikacja reklamy w lokalnym serwisie internetowym w związku z głosowaniem w ramach budżetu obywatelskiego na 2021 rok – 1 230 zł, Ringier Axel Springier Polska – realizacja artykułu sponsorowanego dotyczącego tematu smogu w mieście oraz jego publikację w serwisie obejmującym swoim zasięgiem region Śląska – 4 674 zł, tuPolska – udział miasta Rybnika w akcji społecznej „Karny Kopciuch” – reklama w social mediach, reklama typu PUSH oraz logo na stronie akcji – 4 700 zł, silesia 24 – realizacja 6 artykułów sponsorowanych dotyczących działań antysmogowych wraz z ich promocją – 3 690 zł. Na 2021 rok w budżecie Wydziału Promocji na działania promocyjne w mediach zabezpieczono kwotę 92 430 zł. Zaplanowano takie działania jak: promocja miasta Rybnika podczas konkursu „Człowiek roku Rybnik.com.pl 2020”, promocja miasta na antenie radiowej, promocja wydarzeń miejskich oraz informacji o mieście w prasie, usługi reklamowe w Internecie oraz zwiększenie zasięgu odbioru postów publikowanych na oficjalnym fanpage’u miasta na portalu społecznościowym.

Biuro Kultury/Wydział Kultury

W roku 2018 kwota 14 022 zł: Media Impact Polska – akcja promocyjna III edycji Górnośląskiej Nagrody Literackiej „Juliusz” – 2 037 zł, Agora – publikacja w prasie reklamy III edycji Górnośląskiej Nagrody Literackiej „Juliusz” – 11 685 zł. W roku 2019: Agora - publikacja w prasie reklamy IV edycji Górnośląskiej Nagrody Literackiej „Juliusz” – 36 900 zł. W 2020 roku: Agora - publikacja w prasie reklamy V edycji Górnośląskiej Nagrody Literackiej „Juliusz” – 47 970 zł.

Wydział Analiz

W roku 2020 – tuPolska – film promujący tereny inwestycyjne oraz jego promocja na portalu internetowym - 8 000 zł. D&B Partners S.C. - umieszczenie wizytówki inwestycyjnej Miasta Rybnika na stronie www.terenyinwestycyjne.info (wraz z publikacją artykułów gospodarczych) - 2 600 zł.

Ad 2

Placówki oświatowe:

I Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Powstańców Śląskich w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

II Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. A. Frycza Modrzewskiego w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

IV Liceum Ogólnokształcące im. Mikołaja Kopernika w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Młodzieżowy Dom Kultury w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 1 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 3 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 4 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 7 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 9 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 10 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 11 im. Marii Konopnickiej w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 13 im. Marii Kownackiej w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 14 im. Janusza Korczaka w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 15 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole z Oddziałami Integracyjnymi nr 17 im. Jana Brzechwy w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 19 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 20 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 21 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 22 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 23 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 25 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 32 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 37 im. Juliana Tuwima w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole z Oddziałami Integracyjnymi nr 39 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 41 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 42 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 43 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Przedszkole nr 50 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Rybnickie Centrum Edukacji Zawodowej

w roku 2017 artykuł sponsorowany na portalach rybnik.com.pl, tuzory.pl, tuwodziślaw.pl i tujastrzebie.pl – 1 230 zł, w 2018 roku spot reklamowy w Radiu 90 – 4 443,25 zł, w 2019 roku artykuł sponsorowany na portalach rybnik.com.pl, tuzory.pl, tuwodziślaw.pl i tujastrzebie.pl w tym double billboard – 2 460 zł.

Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Integracyjnymi nr 1 im. Janusza Korczaka w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 3 im. św. Stanisława Kostki w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 4 im. Jana Pawła II w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Mistrzostwa Sportowego nr 9 im. Adama Mickiewicza w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Mistrzostwa Sportowego nr 10 im. św. Jadwigi Królowej Polski w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 13 im. Bohaterskich Harcerzy Rybnika - Chwałowic w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 15 im. Ks. Prałata Konrada Szwedy w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Integracyjnymi nr 18 im. Jana Brzechwy w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 19 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Integracyjnymi nr 20 im. Harcerzy Buchalików w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 21 im. Karola Miarki w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Przedszkolnymi nr 22 im. Juliusza Słowackiego w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Przedszkolnymi nr 23 im. Górniczego Stanu w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 28 im. Alojzego Szewczyka w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Integracyjnymi nr 34 im. Ireny Sendlerowej w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa nr 35 im. Ks. Franciszka Blachnickiego w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Szkoła Podstawowa z Oddziałami Integracyjnymi nr 36 im. Czesława Miłosza w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Edukacyjno - Artystyczny Przygoda w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkół nr 3 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkół nr 5 im. Józefa Rymera

W roku 2018 spot reklamowy w Radiu 90 – 2072,49 zł

Zespół Szkół nr 6

W roku 2017 realizacja spotu reklamowego w Radiu 90 – 6 033,15 zł i reklama w Radiu 90 – 984 zł, w 2018 roku artykuł w Nowinach w ramach projektu Erasmus „J'am prosperous” – 500 zł.

Zespół Szkół Ekonomiczno-Usługowych w Rybniku

W latach 2017-2019 brak. W roku 2020 spot reklamowy w Radiu 90 – 799,50 zł

Zespół Szkół Mechaniczno – Elektrycznych

W roku 2018 kampania promocyjna projektu ERASMUS+ w Radiu 90 – 11 685 zł finansowana z projektu „Zawodowcy w Europie”, w roku 2019 kampania promocyjna projektu ERASMUS+ w Radiu 90, finansowana z projektu „Staż swoją szansą na życiowy sukces” – 9 520,20 zł.

Zespół Szkół Budowlanych

W roku 2017 realizacja spotu reklamowego w Radiu 90 – 2 209,70 zł, w roku 2019 realizacja spotu reklamowego w Radiu 90 – 1 333,17 zł i w roku 2020 na realizację spotu reklamowego w Radiu 90 – 1 333,17 zł.

Zespół Szkolno-Przedszkolny z Oddziałami Integracyjnymi nr 1 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 2 im. Janusza Korczaka w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 3 im. Jana Pawła II w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 4 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 5 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 6 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 7 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 9 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 10 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 11 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 12 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 14 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Przedszkolny nr 15 w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkolno-Rewalidacyjny Szkoła Życia w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności.

Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Szkół Technicznych w Rybniku

w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Instytucje kultury:

Muzeum im. o. Emila Drobrego

W roku 2017, 2018 nie wydano żadnych kwot na działania promocyjne w mediach.

W roku 2019 wydankowano 984 zł na promocję Nocy Muzeów w Gazecie Wyborczej.

W roku 2020 nie wydano żadnych kwot na działania promocyjne w mediach.

Teatr Ziemi Rybnickiej

W roku 2017 umowa całoroczna na emisję reklam na antenie Radia 90 – 13 950 zł, z tuPolska, wzajemna wymiana usług – umowa barterowa – 7 200 zł, umowa całoroczna – 16 000 zł, z Agorą – 3 750 zł, reklama na Facebooku – 100 zł, na portalu Chórtownia – 615 zł, w miesięczniku Jazz Forum – 5 040 zł, w roku 2018 umowa całoroczna na emisję reklam na antenie Radia 90 – 13 950 zł, z tuPolska, wzajemna wymiana usług – Człowiek roku – 7 200 zł, umowa całoroczna 18 000 zł, z Agorą – 5 100 zł, reklama na Facebooku 3 299,96 zł, na portalu Chórtownia – 738 zł, w miesięczniku Jazz Forum – 3 920 zł, w Dzienniku Zachodnim – 5 600 zł, w 2019 roku umowa całoroczna na emisję reklam na antenie Radia 90 – 19 500 zł, z tuPolska umowa całoroczna – 16 000 zł, wzajemna wymiana usług reklamowych „Ryjek” – 10 000 zł, z Agorą – 5 400 zł, reklama na Facebooku -2 200 zł, w miesięczniku Jazz Forum – 1 680 zł, w 2020 roku umowa całoroczna na emisję reklam na antenie Radia 90 (z powodu pandemii COVID-19 do wykorzystania nadal) – 15 482,64 zł, z tuPolska wzajemna wymiana usług – Człowiek roku – 7 200 zł, umowa całoroczna (z powodu pandemii COVID-19 do wykorzystania nadal) – 12 000 zł, reklama na Facebooku – 1 100 zł.

Industrialne Centrum Kultury

W roku 2017: tuPolska 5 000 zł, Radio 90 4563 zł, Radio Silesia 369 zł, Radio 90 1678,95 zł, w roku 2018: tuPolska 7 000 zł, Radio 90 9040,50 zł, w roku 2019: tuPolska 7000 zł, Radio 90 10129,05 zł, w roku 2020: tuPolska: 8 000zł, Radio 90 11 000 zł.

Dom Kultury w Rybniku-Chwałowicach

W roku 2017: umowa patronacko-sponsoringowa z tuPolska: 1 600 zł brutto, w roku 2018 umowa patronacko-sponsoringowa z tuPolska: 4 000 zł netto, w 2019

roku umowa patronacko-sponsoringowa z tuPolska: 5 000 zł netto, w 2020 roku umowa patronacko-sponsoringowa z tuPolska: 5.750 zł netto, w 2012 roku zaplanowano kwotę 7 100 zł brutto.

Dom Kultury w Rybniku-Boguszowicach

W roku 2017: Radio 90 14 302,44 zł, Wydawnictwo Zwierciadło 9899,04 zł, w roku 2018: Radio 90 32 070,74, tuPolska: 5535 zł, Press Polska 4 920 zł, w 2019 roku: Radio 90 43048, tuPolska 16163,50 zł, Polska Press 369 zł, Mediagor 1 140 zł, Nowiny 602,70 zł, Radio Express 2 755,20 z, Eurozet 369 zł. W 2020 roku nie poniesiono żadnych kosztów na działania promocyjne ze względu na epidemię. W tym roku także nie planuje się ponoszenia kosztów na promocję.

Dom Kultury w Rybniku-Niedobczycach

W roku 2017: tuPolska 5 500 zł brutto, Radio 90 emisja reklam na antenie 15 807,96 zł, w roku 2018: tuPolska 5 500 zł, Radio 90 emisja reklam na antenie 14 904,65 zł, w roku 2019: tuPolska 7 500 zł brutto, Radio 90 emisja reklam na antenie 37 333,58 zł w roku 2020: tuPolska 7 500 zł brutto, w roku 2021 7 500 zł brutto

Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna

Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna w latach 2017-2020 nie wydatkowała środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Pozostałe jednostki organizacyjne miasta:

Rybnickie Służby Komunalne

Rybnickie Służby Komunalne w latach 2017-2020 nie wydatkowały środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiadają dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Środowiskowy Dom Samopomocy "Cogito Noster"

Środowiskowy Dom Samopomocy "Cogito Noster" w Rybniku w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym

nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Miejski Dom Pomocy Społecznej w Rybniku

Miejski Dom Pomocy Społecznej w Rybniku w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji

W roku 2017 działania promocyjne w Radiu 90 – 4114,35 zł, w portalu Rybnik.com.pl – 3198 zł, w ogólnopolskim portalu branżowym, internetowym Festiwal Biegów – 738 zł, w gazecie Nowiny – 2952 zł, w ogólnopolskim portalu branżowym, internetowym Maratony Polskie – 1230 zł. W roku 2018 działania promocyjne w Radiu 90 – 8 854,77 zł, w portalu Rybnik.com.pl – 12 853,50 zł, w ogólnopolskim portalu branżowym, internetowym Festiwal Biegów – 2 583 zł, w ogólnopolskim portalu branżowym, internetowym Maratony Polskie – 4 305 zł. W roku 2019 działania promocyjne w Radiu 90 – 1 404,05 zł, w portalu Rybnik.com.pl – 369 zł. W roku 2020 działania promocyjne w Radiu 90 – 6 987,86 zł, w portalu Rybnik.com.pl – 3690 zł, w ogólnopolskim portalu branżowym, internetowym Festiwal Biegów – 1845 zł. Dodatkowo w 2020 roku MOSiR zlecił dwie usługi polegające na promocji Miasta: Promocja miasta przez sport. Przetarg wygrał KS ROW Rybnik S.A. – kwota 1 999 999,00 zł oraz Promocja Miasta Rybnik przez sport w wymiarze międzynarodowym reprezentowany przez rybnickiego sportowca w okresie od 1 lipca do 30 września 2020 roku, umowa podpisana z Kacprem Woryną – kwota 120 000. zł.

Centrum Usług Wspólnych

Centrum Usług Wspólnych w Rybniku w latach 2017-2020 nie wydatkowało środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zarząd Transportu Zbiorowego

W latach 2017, 2018, 2019 – brak działań promocyjnych zleconych przez ZTZ w Rybniku. W roku 2020:

- zamówienie o wartości 3.690 zł brutto dla tuPolska na ekspozycję przez 14 dni double billboardu na portalu rybnik.com reklamującego wykonywanie tańszych podróży na sieci ZTZ w Rybniku za pomocą e-karty;

- zorganizowanie konkursu (wraz z ufundowaniem nagród przez wydawcę), w którym nagrodami były e-karty (10 szt.) na sieć ZTZ w Rybniku doładowane każda po 50 zł.

Zamówienie zostało zrealizowane, a jego weryfikacja polegała na codziennej kontroli billboardu na portalu oraz na konkursu na portalu Facebook. Materiały można zobaczyć pod następującymi linkami:

billboard: http://tupolska.civ.pl/ztz/Ztz_990x200/?fbclid=IwAR3Q1zMHfR6eZzY5_pWZI1S2dFJy8y05fHau8NR-tL3uTJUSLj7Lucvit34 ;

konkurs: <https://www.facebook.com/rybnikcompl/posts/3698520980180087> ;

rozwiązanie

konkursu: <https://www.facebook.com/rybnikcompl/posts/3720247238007461> .

Jednocześnie informuję, że ostateczny koszt promocji należy pomniejszyć o 500,00 zł (nie wliczając podatków), gdyż wydawca wykupił od ZTZ karty o wartości 500,00 zł w cenie zlecenia.

- zamówienie materiałów promocyjnych do wykorzystania w 2021 r. o wartości łącznej 1695,00 zł brutto (płatność podzielona: 399 zł w 2020 r. oraz 1296 zł w 2021 r.) dla Kuffieta Creative (podmiotowi, który gwarantował właściwe wykonanie materiałów – zgodnych z SIW Miasta Rybnika):

- smycze niebieskie 15mm - zgodne z SIW z logo ZTZ z czarnym karabińczykiem nakład 150 sztuk, z przesyłką;

- kubki z uchem białe z czarnym nadrukiem bezpośrednim (maksymalne pole nadruku 185x80mm), nakład 108 szt. pakowane jednostkowo, z przesyłką;

- bez torebek prezentowych;

Zamówienie zostało zrealizowane – smycze i kubki zostały dostarczone do ZTZ i są zgodnie z SIWem Miasta Rybnika.

W załączeniu zamówienie dla tuPolska oraz zaakceptowana (po uzgodnieniach dot. toreb) oferta dla Kuffieta Creative

Ośrodek leczniczo-rehabilitacyjny

Ośrodek leczniczo-rehabilitacyjny w Rybniku w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zespół Obsługi Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych w Rybniku

Zespół Obsługi Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych w Rybniku w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Powiatowy Urząd Pracy

Wszystkie działania promocyjne podejmowane w latach 2017, 2018, 2019, 2020 były regulowane ze środków Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej w ramach posiadanych limitów na finansowanie zadań z Funduszu Pracy lub Krajowego Funduszu Szkoleniowego. Jeżeli w 2021 roku będą podejmowane jakiekolwiek działania promocyjne, to również sfinansowane zostaną podobnie jak w latach poprzednich z wyżej wymienionych środków w ramach posiadanych limitów.

Ośrodek Pomocy Społecznej

Ośrodek Pomocy Społecznej w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Powiatowy Zespół do Spraw Orzekania o Niepełnosprawności

Powiatowy Zespół do Spraw Orzekania o Niepełnosprawności w Rybniku w latach 2017-2020 nie wydatkował środków finansowych na działania promocyjne w mediach, a tym samym nie posiada dokumentów potwierdzających ww. czynności. Jednocześnie informuję, że w planie finansowym na 2021 roku również nie zaplanowano środków na ten cel.

Zarząd Zieleni Miejskiej

W 2020 roku w Gazecie Rybnickiej" - usługa reklamowa dotycząca możliwości dzierżawy pomieszczenia kwiaciarni, która znajduje się w domu przedpogrzebowym przy ul. Rudzkiej. Koszt usługi: 57,81 zł. W 2019, 2020 i 2021 roku Zarząd Zieleni Miejskiej wykupił ogłoszenie w serwisie ogłoszeniowym OLX -usługa reklamowa dotycząca sprzedaży drewna opałowego. Koszt usługi: 6,64 zł.

Zakład Gospodarki Mieszkaniowej

W 2017 roku – 1 640,82 zł, w 2018 roku – 11 305,55 zł, w 2019 roku – 27 793,66 zł, w 2020 roku – 538,74 zł. Jednocześnie informuję, że wyżej wymienione środki finansowe zostały wydatkowane na ogłoszenia prasowe dot. przetargów na lokale użytkowe i mieszkalne, na produkcję i emisję filmów edukacyjnych mających na celu uświadomienie wśród lokatorów miejskiego zasobu niebezpieczeństw związanych z unoszeniem się w powietrzu dwutlenku węgla/czadu („Z gazem nie ma żartów” oraz „Zabijam po cichu”), produkcję i emisję filmu edukacyjnego „Mieszkaj bez długu”, emisję audycji informacyjnej na temat programu restrukturyzacji zadłużenia osób korzystających z lokali wchodzących w skład mieszkaniowego zasobu Miasta Rybnika, publikacje w lokalnej prasie celem poinformowania zadłużonych lokatorów ZGM o możliwości udziału w ww. programie oraz na publikacje artykułów prasowych na temat inwestycji zrealizowanych przez ZGM.

Ad 3

Informuję, że podmiot dokonujący rozliczenia zadania (dotacji) nie ma obowiązku dołączania do sprawozdania innej dokumentacji związanej z zadaniem, np. zawartych umów czy dokumentów księgowo-finansowych (rachunki/faktury). W przypadku druku sprawozdania z wykonania zadania publicznego, którego realizacja została zlecona na podstawie ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, Zleceniobiorca wskazuje obecnie pozycje kosztowe (wcześniej sprawozdanie zawierało dodatkowo wykaz dokumentów księgowych), nie dające możliwości wyczytania informacji w zakresie będącym przedmiotem żądania. Podobnie w przypadku sprawozdań z wykonania zadania, obejmującego tworzenie warunków, w tym organizacyjnych, sprzyjających rozwojowi sportu, składanych przez kluby sportowe, nie jest możliwe wskazanie wysokości środków finansowych wydatkowanych przez kluby na działania

promocyjne w lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich mediach. Informuję również, że w kosztach promocji zadania najczęściej wykazywane są wydatki związane z zakupem plakatów, folderów, ulotek, koszulek itp. Zazwyczaj podmioty korzystają z mediów społecznościowych typu Facebook, poprzez które nieodpłatnie promują realizowane zadania. Wydział Polityki Społecznej nie posiada w aktach spraw prowadzonych w latach 2017 – 2020 informacji w żądanym zakresie.

Ad 4

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o oraz Hossa Sp. z o.o.

Tajemnicę przedsiębiorcy stanowią nieujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności. Informacja staje się „tajemnicą”, kiedy przedsiębiorca przejawia rzeczywistą wolę zachowania jej, jako niepoznawalnej dla osób trzecich. Nie traci natomiast swojego charakteru przez to, że wie o niej ograniczone grono osób zobowiązanych do dyskrecji (np. pracownicy przedsiębiorstwa). Utrzymanie danych informacji jako tajemnicy wymaga więc podjęcia przez przedsiębiorcę działań zmierzających do wyeliminowania możliwości dotarcia do nich przez osoby trzecie w normalnym toku zdarzeń, bez konieczności podejmowania szczególnych starań. Z uwagi na powyższe, z tym pytaniem należy zwrócić się bezpośrednio do PWiK w Rybniku oraz Hossa w Rybniku.

Ad 5

Odpowiedź na to pytanie znajduje w się w odpowiedzi na pytanie nr 1. Dodatkowo informuję, że obecnie nie jest planowana żadna zmiana w tym zakresie.

Ad 6

Odpowiedź na to pytanie znajduje się w odpowiedzi na pytanie nr 1.