

**Projekt**

z dnia 3 listopada 2023 r.

Zatwierdzony przez .....

**UCHWAŁA NR .....  
RADY MIASTA HAJNÓWKA**

z dnia ..... 2023 r.

**w sprawie rozpatrzenia skargi na działalność Burmistrza Miasta Hajnówka**

Na podstawie 18 ust. 2 pkt 15 i art. 18b ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2023 r. poz. 40, poz. 572, poz. 1463) w związku z art. 229 pkt 3, art. 237 i art. 238 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. poz. 775, poz. 803), uchwała się, co następuje:

**§ 1.** Po rozpatrzeniu skargi na działalność Burmistrza Miasta Hajnówka w sprawie promocji i reklamy wyrobów alkoholowych (piwa) przez miasto Hajnówka, złożonej przez Pana Adama Iwańczuka, po zapoznaniu się ze stanowiskiem Komisji Skarg, Wniosków i Petycji Rady Miasta Hajnówka w sprawie zarzutów zawartych w skardze, Rada Miasta Hajnówka uznaje skargę za zasadną, z przyczyn określonych w uzasadnieniu, stanowiącym załącznik do niniejszej uchwały.

**§ 2.** Zobowiązuje się Przewodniczącą Rady do zawiadomienia skarżącego o sposobie załatwienia skargi.

**§ 3.** Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodnicząca Rady

**Walentyna Pietrocuk**

### Uzasadnienie

W dniu 15 września 2023 roku do Rady Miasta wpłynęła skarga Pana Adama Iwańczuka na Burmistrza Miasta Hajnówka w sprawie promocji i reklamy wyrobów alkoholowych (piwa) przez miasto Hajnówka. Przedmiotowa skarga została oznaczona symbolem SAO.1510.12.2023. Zgodnie z obowiązującą w tym zakresie procedurą Przewodnicząca Rady skierowała skargę do Komisji Skarg, Wniosków i Petycji Rady Miasta Hajnówka w celu jej zbadania w dniu 18 września 2023 r. Skarżący napisał cyt: „Chciałbym złożyć skargę na działania Burmistrza Jerzego Siraka w sprawie promocji i reklamy wyrobów alkoholowych (piwa) przez miasto Hajnówka. W czerwcu bieżącego roku na oficjalnym kanale do komunikacji z mieszkańcami na platformie FaceBook, na stronie HajnowkaWita pojawił się materiał dotyczący reklamy i promocji piwa „hajnowskiego”. Na materiałach promocyjno-reklamowych przedstawiona jest butelka oraz szklanka z piwem. Na początku sierpnia, praktycznie w całym mieście oraz w Internecie rozpowszechniany jest plakat reklamujący II Dzień ulicy Wierobieja, gdzie również znajduje się reklama piwa - „piwo hajnowskie jasne pełne”. Z informacji na plakacie wynika jasno, że impreza jest finansowana ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz budżetu państwa. Browar Markowy, który jest reklamowany i promowany na w/w plakacie, nie figuruje jako organizator, partner ani sponsor imprezy. W świetle powyższego oraz na podstawie ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz. U z 2018 r., poz. 2137) i Miejskiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywaniu Problemów Alkoholowych wnoszę o zobowiązanie bezwzględnego zaprzestania promocji i reklamy wyrobów alkoholowych przez burmistrza miasta Hajnówka, usunięcia materiałów reklamowych i promocyjnych ze strony miasta HajnowkaWita na platformie FB.”

Burmistrz Miasta Hajnówka udzielił Przewodniczącej Rady Miasta Hajnówka odpowiedzi w tej sprawie cyt.: „W odpowiedzi na skargę z dnia 15.09.2023r. na działania Burmistrza Jerzego Sirak w sprawie promocji i reklamy wyrobów alkoholowych (piwa) przez miasto Hajnówka informuję co następuje:

- 1) materiał (post) na stronie HajnowkaWita dotyczący reklamy i promocji piwa „hajnowskiego” na oficjalnym kanale do komunikacji z mieszkańcami miał na celu zapromowanie jednego z wielu produktów lokalnych produkowanych przez lokalnych producentów i z lokalnych surowców spożywczych, obok np. Hajnowskiego Marcinka, serów OSM Hajnówka itp. Faktem jest jednak, że promocja piwa jako wyrobu alkoholowego jest dozwolona, pod warunkiem że:
  - 1) nie jest kierowana do małoletnich;
  - 2) nie przedstawia osób małoletnich;
  - 3) nie łączy spożywania alkoholu ze sprawnością fizyczną bądź kierowaniem pojazdami;
  - 4) nie zawiera stwierdzeń, że alkohol posiada właściwości lecznicze, jest środkiem stymulującym, uspakajającym lub sposobem rozwiązywania konfliktów osobistych;
  - 5) nie zachęca do nadmiernego spożycia alkoholu;
  - 6) nie przedstawia abstynencji lub umiarkowanego spożycia alkoholu w negatywny sposób;
  - 7) nie podkreśla wysokiej zawartości alkoholu w napojach alkoholowych jako cechy wpływającej pozytywnie na jakość napoju alkoholowego;
  - 8) nie wywołuje skojarzeń z:
    - a) atrakcyjnością seksualną,
    - b) relaksem lub wypoczynkiem,
    - c) nauką lub pracą,
    - d) sukcesem zawodowym lub życiowym.
2. Reklama i promocja piwa, o której mowa w ust. 1, nie może być prowadzona:

- 1) w telewizji, radiu, kinie i teatrze między godziną 6.00 a 20.00, z wyjątkiem reklamy prowadzonej przez organizatora imprezy sportu wyczynowego lub profesjonalnego w trakcie trwania tej imprezy;
- 2) na kasetach wideo i innych nośnikach;
- 3) w prasie młodzieżowej i dziecięcej;
- 4) na okładkach dzienników i czasopism;
- 5) 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;
- 6) przy udziale małoletnich (Art. 13 Zasady reklamy i promocji napojów alkoholowych - Wychowanie w trzeźwości i przeciwdziałanie alkoholizmowi ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi).

W znaczącej większości wspomniany post nie łamie powyższych założeń, jednak jako jednostka samorządu terytorialnego, działająca na rzecz społeczności lokalnej nie powinniśmy prowadzić tego typu aktywności na oficjalnych kanałach informacyjnych miasta. Biorąc pod uwagę działania profilaktyczne zawarte w Miejskim Programie Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych niniejszy post stoi w sprzeczności z jego założeniami. Skargę wówczas można uznać za zasadną. Informuję, iż post z reklamą wyrobu Browaru Markowego został usunięty z oficjalnego profilu miasta Hajnówka na FB „HajnówkaWita”.

- 2) w odniesieniu do plakatu reklamującego II Dzień ulicy Wierobieja, na którym widnieje reklama piwa - „piwo hajnowskie jasne pełne” Urząd Miasta Hajnówka nie nadzorował materiałów promocyjnych wykonanych przez Zleceniobiorcę. Zadanie publiczne organizacji wydarzenia zostało zlecone w ramach konkursu ofert Stowarzyszeniu Metamorphosis. Nie konsultował z nami narzędzi promocyjnych. Plakat ten nie pojawił się na oficjalnym kanale miasta, widnieje jedynie na profilu społecznościowym „Akcja Hajnówka”. Zwróciliśmy się z oficjalną prośbą do przedstawicieli organizacji o usunięcie materiału promocyjnego piwa z sieci”.

Burmistrz Miasta Hajnówka ponadto wystąpił do Prezes Stowarzyszenia Metamorphosis z pismem cyt: „Dnia 15.09.2023 r. do Rady Miasta Hajnówka wpłynęła skarga na działania Burmistrza Miasta w sprawie promocji i reklamy wyrobów alkoholowych przez miasto Hajnówka. Sprawa dotyczyła między innymi plakatu reklamującego II Dzień ulicy Wierobieja, gdzie znajduje się reklama piwa - „piwo hajnowskie jasne pełne”. Plakat pojawił się na profilu FB „Akcja Hajnówka”. Zadanie finansowane było w ramach projektu „Hajnówka – Zielona Transformacja” finansowanego ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz budżetu państwa. Browar Markowy, który znajduje się na afiszu reklamowym, nie występuje na nim jako organizator, partner ani sponsor. Skarżący uznał to jednoznacznie za promocję wyrobów alkoholowych. W związku z powyższym zwracam się z ogromną prośbą o usunięcie posta z wyżej wspomnianą informacją graficzną:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=295355533027589&set=a.206358145260662>”

Skarżący w dniu 13.10.2023 roku uzupełnił skargę przekazując opinię Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom.

Dnia 24 października 2023 r. odbyło się posiedzenie Komisji Skarg, Wniosków i Petycji, w której uczestniczyli skarżący Pan Adam Iwańczuk oraz przedstawiciel Burmistrza – Jarosław Grygoruk sekretarz gminy miejskiej Hajnówka. Komisja, po wysłuchaniu argumentów obu stron, odniosła się do skargi w formie głosowania. Komisja Skarg, Wniosków i Petycji po zapoznaniu się ze sprawą stwierdziła, iż skarga jest zasadna. Komisja uznała, że materiał (post) na stronie HajnówkaWita dotyczący informacji o „hajnowskim przedsiębiorcy” na oficjalnym kanale do komunikacji z mieszkańcami oraz plakat reklamujący II Dzień ulicy Wierobieja, na którym widnieje informacja - „piwo hajnowskie jasne pełne” miały na celu zapromowanie jednego z wielu produktów lokalnych produkowanych przez lokalnych producentów i z lokalnych surowców spożywczych, obok np. Hajnowskiego Marcinka, serów OSM Hajnówka itp. Jednak Burmistrz reprezentując jednostkę samorządu terytorialnego, działając na rzecz społeczności lokalnej nie powinien prowadzić tego typu aktywności na oficjalnych kanałach informacyjnych miasta. Biorąc pod uwagę działania profilaktyczne

zawarte w Miejskim Programie Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych niniejsze działania stoją w sprzeczności z jego założeniami.

Rada Miasta Hajnówka po przeanalizowaniu skargi i zapoznaniu się z materiałami, których skarga dotyczyła, znalazła potwierdzenia zarzutów skargi dotyczących nieprawidłowości w działaniu Burmistrza Miasta Hajnówka, polegających na promocji i reklamie wyrobów alkoholowych (piwa) przez miasto Hajnówka, a w związku z powyższym uznała skargę złożoną w dniu 15 września 2023 r. na działalność Burmistrza Miasta za zasadną.

#### Pouczenie

1. Rada Miasta Hajnówka niniejszym informuje, że niniejsza uchwała stanowi zawiadomienie o sposobie załatwienia skargi w rozumieniu art. 237 § 3 w związku z art. 238 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego, od którego nie przysługuje żaden środek odwoławczy ani środek zaskarżenia.

2. Na podstawie art. 239 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, w przypadku gdy skarga, w wyniku jej rozpatrzenia została uznana za bezzasadną i jej bezzasadność wykazano w odpowiedzi na skargę, a skarżący ponowił skargę bez wskazania nowych okoliczności – organ właściwy do jej rozpatrzenia może podtrzymać swoje poprzednie stanowisko z odpowiednią adnotacją w aktach sprawy – bez zawiadomienia.