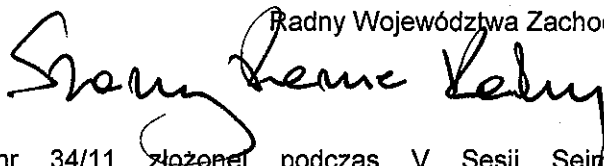


Szczecin, dn. 25 marca 2011 r.

Pan

**Leon Ryszard Kowalski**

Radny Województwa Zachodniopomorskiego



Dotyczy: Interpelacji nr 34/11 złożonej podczas V Sesji Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego w dniu 8 marca 2011 r. w sprawie udzielenia dodatkowych informacji dotyczących danych zawartych w „Raporcie z wykonania Wojewódzkiego Programu Przeciwdziałania Uzależnieniom na lata 2006-2015”

**1. Całkowity koszt realizacji zadań, programów i kampanii:**

- a) „Zażywam tylko dźwięków” zadanie realizowane w ramach dotacji udzielonej w trybie otwartego konkursu ofert przez Poradnię Profilaktyki i Terapii Uzależnień MONAR w Szczecinie. Całkowita kwota dotacji: 36 000 zł (słownie: trzydzieści sześć tysięcy złotych 00/100)
- b) „Radio – Dialog” zadanie realizowane w ramach dotacji udzielonej w trybie otwartego konkursu ofert przez Stowarzyszenie MiastoHolizm. Całkowita kwota dotacji: 20 600 zł (słownie: dwadzieścia tysięcy sześćset złotych 00/100)
- c) „Czas zmienić przyzwyczajenia” – kampania Samorządu Województwa Zachodniopomorskiego zrealizowana przez Wydział Współpracy Społecznej. Całkowity koszt kampanii: 23 634,00 zł (słownie: dwadzieścia trzy tysiące sześćset trzydzieści cztery złote 00/100)
- d) „Wspólnie przeciwko uzależnieniom”: zadanie realizowane z Okręgowym Inspektoratem Służby Więziennej w Szczecinie w ramach partnerskiego programu edukacji społecznej w zakresie profilaktyki uzależnień: 1 988,60 zł (słownie: jeden tysiąc dziewięćset osiemdziesiąt osiem złotych 60/100).

**2. Koszt wydania materiałów:**

- a) w ramach realizacji zadania „Zażywam tylko dźwięków” realizowanego przez Poradnię Profilaktyki i Terapii Uzależnień MONAR w Szczecinie:
  - projekt graficzny naklejek i przypinek: 2 100 zł (słownie: dwa tysiące sto złotych 00/100),

- wydruk 25 000 sztuk naklejek: 3 159,80 zł (słownie: trzy tysiące sto pięćdziesiąt dziewięć złotych 80/100),
  - wykonanie 4 500 sztuk przypinek: 4 500 zł (słownie cztery tysiące pięćset złotych 00/100),
  - projekt materiałów edukacyjnych: 1 250,80 zł (słownie: jeden tysiąc dwieście pięćdziesiąt złotych 80/100),
  - wydruk 20 000 sztuk materiałów edukacyjnych w postaci naklejek „Pomyśl zanim spróbujesz”: 3 989,40 zł (słownie: trzy tysiące dziewięćset osiemdziesiąt dziewięć złotych 40/100);
- b) w ramach realizacji zadania „Radio – Dialog” realizowanego przez Stowarzyszenie MiastoHolizm - koszt produkcji materiałów promocyjnych w postaci 50 000 sztuk ulotek - usługa drukarska: 3 500 zł (słownie: trzy tysiące pięćset złotych 00/100);
- c) w ramach realizacji kampanii „Czas zmienić przyzwyczajenia” - koszt wydruku 45 000 sztuk ulotek: 2 090 zł (słownie: dwa tysiące dziewięćdziesiąt złotych 00/100);
- d) w ramach realizacji kampanii „Wypił za zdrowie” wydrukowano 10 000 sztuk ulotek - koszt wydruku 10 000 sztuk ulotek: 878,40 gr (słownie: osiemset siedemdziesiąt osiem złotych 40/100);
- e) w ramach realizacji kampanii „Tego nie powie Ci kolega dealer” - koszt wydruku 20 000 sztuk ulotek: 1 988,60 zł (słownie: jeden tysiąc dziewięćset osiemdziesiąt osiem złotych 60/100);
- f) kalendarz został opracowany i wydrukowany ze środków Komendy wojewódzkiej Policji w Szczecinie w ramach akcji „Wspólnie przeciw uzależnieniom”;
- g) w ramach opublikowania „Przewodnika dla studentów pierwszego roku - 2010” - koszt wydania 10 000 sztuk: 1 999,99 zł (słownie: jeden tysiąc dziewięć dziewięćdziesiąt dziewięć zł 99/100) zgodnie z fakturą za „Zamieszczenie informacji w „Przewodniku dla studentów pierwszego roku – 2010 r.”, w związku z realizacją przez Województwo Wojewódzkiego Programu Przeciwdziałania Uzależnieniom na lata 2006-2015.

### **3. Drukarnie wykonujące w/w materiały i tryb ich wyłonienia:**

#### **a) „Zażywam tylko dźwięków”**

Podczas rozliczania zadania do organizacji wystąpiono o przedłożenie, potwierdzonej za zgodność z oryginałem, kserokopii losowo wybranych faktur. Wśród nich znajdowała się faktura wystawiona przez drukarnię „Comgraph sp. z o. o.” W sprawozdaniu końcowym z realizacji zadania wykonawca złożył oświadczenie, że zamówienia na dostawy, usługi i roboty budowlane za środki finansowe uzyskane w ramach umowy zostały dokonane zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych.

#### **b) „Radio – Dialog”**

Wykonanie materiałów promocyjnych wraz z usługą drukarską: Anons Press Agencja Reklamowa Jacek Stankiewicz. W sprawozdaniu końcowym z realizacji zadania wykonawca złożył oświadczenie, że zakup, usługa zrealizowana została zgodnie z art. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych.

c) „Czas zmienić przyzwyczajenia”, „Wypił za zdrowie”

W obu kampaniach skorzystano z usług Grupy Reklamowej ZAPOL, którą wyłoniono na podstawie zapytania ofertowego. Umowy z wykonawcą zostały zawarte na podstawie art. 4 pkt. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych

d) „Tego nie powie Ci kolega dealer”

Przy realizacji zadania skorzystano z usług Drukarni Comgraph sp z o. o., którą wyłoniono na podstawie rozpytania ofertowego. Zakup, usługa zrealizowana została zgodnie z art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych.

e) „Przewodnik dla studentów pierwszego roku – 2010”

W celu realizacji zadania zawarto umowę z Uniwersytetem Szczecińskim w Szczecinie (umowa nr WWS/39/10 z dnia 30 września 2010 r.) na zamieszczenie informacji w „Przewodniku dla studentów pierwszego roku – 2010 r.”, w związku z realizacją przez Województwo „Wojewódzkiego Programu Przeciwdziałania Uzależnieniom na lata 2006-2015”.

#### **4. Sposób kolportażu w/w materiałów i grupy docelowe:**

a) „Zażywam tylko dźwięków”

Sposób kolportażu: działania środowiskowe podczas imprez muzycznych – rozdawnictwo ulotek oraz pozostałych materiałów dotyczących zagrożeń wynikających z zażywania narkotyków i alkoholu.

Grupa docelowa (klienci): uczestnicy imprez muzycznych, osoby nie zażywające narkotyków, osoby okazjonalnie przyjmujące narkotyki, młodzi ludzie od 16 -30 lat, mieszkańcy Szczecina, Kalisza Pomorskiego, Kołobrzegu, Chojny i innych miejscowości województwa zachodniopomorskiego uczestniczący w imprezach. Większość odbiorców to uczniowie gimnazjum, liceum oraz studenci.

b) „Radio – Dialog”

Sposób kolportażu: dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych dla odbiorców audycji w miejscu nadawania podczas kampanii informacyjno-promocyjnej towarzyszącej realizacji projektu.

Grupa docelowa: słuchacze audycji Szczecin.fm, odbiorcy akcji promocyjno-informacyjnej na stronach internetowych, odbiorcy kampanii informacyjno-promocyjnej towarzyszącej realizacji projektu (zarówno informacji o spotkaniach promocyjnych, ale także informacji zawartych na portalach społecznościowych oraz e-mailingu i promocji na tematycznych portalach

internetowych, odbiorcy komunikatów w lokalnych mediach (społeczność województwa zachodniopomorskiego, słuchacze rozgłośni radiowych).

c) „Czas zmienić przyzwyczajenia”

Sposób kolportażu: produkty kampanii prezentowane były m.in. w postaci billboardów, spotu radiowego, ulotek. Ulotki zostały rozkolportowane w Szczecinie podczas „Nocy muzeów”. Koszt umów z osobami rozprawdzającymi ulotki: 568,71 zł (słownie pięćset sześćdziesiąt osiem złotych 71/100). Reszta ulotek została rozprawdzona przez pracowników Wydziału Współpracy Społecznej UM WZ w szczecińskich klubach oraz rozesłana do gmin województwa zachodniopomorskiego.

Grupą docelową kampanii były dorosłe osoby nie uzależnione od substancji psychoaktywnych, lecz eksperymentujące lub zażywające je sporadycznie. Kampania miała na celu ukazanie beneficjentom szkodliwości tych substancji, a także skutki spożywania substancji psychoaktywnych – uzależnienie, problemy w pracy, osamotnienie i brak zrozumienia związane z nałogiem.

d) „Wypił za zdrowie”

Sposób kolportażu: w ramach współpracy z Komendą Wojewódzką Policji ulotki zostały rozprawdzone wśród kierowców kontrolowanych podczas policyjnej akcji „Znicz”.

Grupa docelowa: kampania skierowana była do kierowców, a jej celem było propagowanie trzeźwości podczas prowadzenia pojazdów i ukazanie skutków jazdy pod wpływem alkoholu lub narkotyków.

e) „Tego nie powie Ci kolega dealer”

Sposób kolportażu: rozprawdzenie ulotek przez pracowników służby więziennej wśród osadzonych w celu ograniczenia poprzez edukację i informację spożycia substancji odurzających i środków psychotropowych zarówno po zakończeniu odbywania kary pozbawienia wolności jak i podczas pobytu w jednostce penitencjarnej.

Grupa docelowa: osadzeni w Zakładach Karnych i Aresztach Śledczych w województwie zachodniopomorskim.

f) „Przewodnik dla studentów pierwszego roku – 2010”

Sposób kolportażu: dystrybucja przez pracowników akademickich oraz studentów starszych roczników wśród studentów pierwszego roku podczas dni adaptacyjnych, przy wydawaniu legitymacji studenckiej, podczas kwaterowania w akademikach.

Grupa docelowa: absolwenci szkół średnich rozpoczynający studia, młodzi ludzie w szczególności pochodzący z mniejszych miejscowości, którzy zamieszkują w po raz pierwszy w Szczecinie (w akademikach, na stacjach), narażeni na spotkanie z wszelkiego rodzaju substancjami psychoaktywnymi.

**5. Zasady wyłonienia miejscowości imprez plenerowych do działań środowiskowych w programie „Zażywam tylko dźwięków” (szczególnie miejscowość Chojna):**

Poradnia Profilaktyki i Terapii Uzależnień MONAR w Szczecinie złożyła ofertę w otwartym konkursie ofert ogłoszonym przez Wydział Współpracy Społecznej w ramach przeciwdziałania uzależnieniom, określając miejsca wykonania zadania. Były to miejscowości województwa zachodniopomorskiego, gdzie w okresie wakacyjnym roku 2010 zaplanowane zostały imprezy plenerowe z muzyką techno, rock, reggae itp.

Podczas takich masowych imprez muzycznych młodzież zażywa głównie marihuanę oraz narkotyki syntetyczne z grupy amfetamin. Nieodłącznym elementem zabawy jest także alkohol. Chojna była miejscem imprez z muzyką techno i disco, co predysponowało ją do obecności na liście miejscowości, w których pojawili się przedstawiciele Poradni Profilaktyki i Terapii Uzależnień MONAR ze Szczecina.

2 podpisem

CZŁONK ZARZĄDU  
Marek Hok

Sponasata 24.03.2011  
GŁÓWNY SPECJALISTA  
w Wydziale Współpracy  
Społecznej  
Małgorzata Kuncewicz