

# FORUM SAMORZĄDOWE

niezależny miesięcznik samorządu terytorialnego

## W NUMERZE

### EXPO REAL MONACHIUM

**Rynek nieruchomości czeka na nowy boom.** Największe stisko w historii polskiej obecności na targach, najwięcej uczestników, największy teren wykupiony przez polskie samorządy. To będą dla nas rekordowe targi Expo Real. str. 8

### KOMISJA WSPÓLNA

**Nie mamy planu ochrony przeciwpowodziowej.** Kolejne samorządy co roku obcinają środki na powstanie planu ochrony przeciwpowodziowej, który miał stanowić podstawę planów samorządowych. Nieliczne studia powstały głównie z pieniędzy niepublicznych. str. 9

### PROBLEM

**Niezależni mają większe szanse.** Czym mniejsza gmina, tym mniej polityki. Polskie partie, które mają słabo zorganizowane struktury lokalne, skupiają się na większych miastach, powiatach i wojewódzkich. Liczą, że znane nazwiska przykryją brak lokalnych sukcesów. str. 11

### SAMORZĄDOWIEC Z PASJĄ

**W sporcie i w samorządzie walczy fair play.** Paweł Wybierała samorządowiec, który dopiero rozpoczyna swoją karierę w milicji samorządowej, ale już dziś może pochwalić się niecodziennymi sukcesami – mistrzostwem w brydżu sportowym. str. 25

## FORUM GOSPODARCZE

### ubelskie

REGION SIĘ ROZWIJA, ALE  
PRZED NAMI WIELE PRACY  
str. 15-17

## Metropolie chcą likwidacji powiatów

Nowe jednostki samorządu – regiony metropolitalne i miejskie mają zastąpić powiaty ziemskie. Według propozycji Unii Metropolii Polskich likwidacji uległoby 130 powiatów.

Unia Metropolii Polskich podkreśla konieczność utworzenia jednostek samorządu terytorialnego, które zastąpią powiaty wchodzące w skład obszaru metropolitalnego.

– Wdrożenie naszego projektu oznaczałoby powołanie 33 nowych jednostek przy równoczesnym zmniejszeniu liczby powiatów aż o 130, co wydatnie zmniejszyłoby koszty administracji i mitręę biurokratyczną – wylicza Paweł Adamowicz, prezydent Gdańska.

Projekt UMP zakłada, że regionami metropolitalnymi będą wszystkie kompleksy osiedleńcze liczące ponad 500 tys. mieszkańców i 50 tys. studentów. Natomiast kompleksy liczące od 200 tys. do 500 tys. mieszkańców powinny stać się regionami miejskimi. Przy takim kryterium konsolidacji powiatów, po-



**Paweł Adamowicz: Uchwałę o metropoliach trzeba podjąć w przyszłym roku tak, by wybory samorządowe w 2014 roku odbyły się już także w nowych regionach metropolitalnych i miejskich.**

wstałoby w Polsce dwanaście regionów metropolitalnych oraz 21 regionów miejskich.

Mniej entuzjazmu projekt ten wzbudza wśród przedstawicieli pozostałych korporacji samorządowych. Rudolf Borusiewicz, sekretarz gene-

ralny Związku Powiatów Polskich nie kwestionuje jednak konieczności zmian w zarządzaniu obszarami miejskimi.

– Nie jesteśmy zwolennikami tworzenia czegoś decyzyjnym w Warszawie – mówi Rudolf Borusiewicz. Jego zdaniem

jedyną drogą powstania nowej jednostki jest rzeczywiste rozpoznanie wspólnoty i usamorządowanie jej.

– To nie likwidacja powiatów, tylko konsolidacja – zapewnia Paweł Adamowicz. – Z kilku mniejszych, obejmujących wycinki organizmu metropolitalnego, powstanie jeden duży, szczególny powiat, ukierunkowany zadaniowo. Projekt powstaje w następstwie dwudziestu lat doświadczeń i rozmów, ze znaczącym udziałem starostów. Jeśli w wyniku zmian niektórzy z nich stracą swą funkcję, to z pewnością znajdą dla siebie miejsce w nowych strukturach metropolitalnych – uważa Adamowicz. – Natomiast naszymi oponentami są i będą marszałkowie, którym chcemy odebrać część władzy – dodaje prezydent Gdańska. (ag)

## Piwo z miasta czy miasto od piwa

Produkt lokalny o nazwie takiej samej jak nazwa miasta może być siłą napędową promocji. Jednak marketing w oparciu o alkohol wzbudza kontrowersje.

Kampania reklamowa Browaru Łomża, z hasłami nawiązującym do miasta: „Początek Łomży – centrum Łomży – koniec Łomży” czy „Łomża nie leży, Łomża stoi”, to działanie, które z pewnością przypomina konsumentom z całej Polski o mieście, w którym warzone jest popularne piwo. Gdyby władze Łomży zechciały zorganizować kampanię promo-

cyjną miasta, w same billboardy w Warszawie musiałyby zainwestować kilkaset tysięcy złotych.

Inne miasta także zawdzięczają gotowy produkt regionalny istniejącym od kilkuset lat lokalnym warzelniom piwa. Burmistrz Żywca Antoni Szlagor przyznaje, że miasto w kraju i zagranicą jest kojarzone z browarem. – Browar jest sponsorem imprez kultu-

ralnych – mówi burmistrz, ale miasto nigdy nie promuje produktów firmy.

– Reklama miasta, nawiązująca do lokalnego piwa, sugeruje, że miasto nie ma nic więcej do zaoferowania – tylko używki – przestrzega Sylwester Staniszewski, przewodniczący Krajowej Rady Związków i Stowarzyszeń Abstynenckich. (abg)

Opinie na str. 10

## Ostatni dzwonek dla Stolicy Kultury

Tylko do 30 sierpnia miasta mogą składać aplikacje do pierwszego etapu konkursu o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Pierwszy etap wyłoni czterech kandydatów, którzy będą kontynuować rywalizację o tytuł. Zdobywca prestiżowego tytułu będzie promował swoje dziedzictwo historyczne i kulturę przez 12 miesięcy, co w przyszłości ma zaowocować wzrostem popularności miasta w Europie. (abg)