

UCHWAŁA NR
RADY MIASTA SZCZECIN
z dnia 2015 r.

zmieniająca uchwałę w sprawie nadania Statutu Szczecińskiej Agencji Artystycznej.

Na podstawie art. 18 ust. 1 w zw. z art. 40 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz.U. z 2015 r. poz. 1515) oraz art. 11 ust. 1 i art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (t.j. Dz.U. z 2012 r. poz. 406, z 2014 r. poz. 423, z 2015 r. poz. 337) **Rada Miasta Szczecin uchwala, co następuje:**

§ 1. Z dniem 1 stycznia 2016 roku Szczecińska Agencja Artystyczna realizuje dodatkowe zadania, w zakresie dotyczącym promocji wizerunkowej oraz wsparcia marketingowego Gminy Miasto Szczecin.

§ 2. W załączniku do uchwały Nr XLIX/929/06 Rady Miasta Szczecin z dnia 9 stycznia 2006 r. w sprawie nadania Statutu Szczecińskiej Agencji Artystycznej (t.j. Dz. Urz. Województwa Zachodniopomorskiego z 2013 r. poz. 1670) wprowadza się zmianę, polegającą na tym, że do § 4 ust. 2, określającego zakres statutowej działalności Szczecińskiej Agencji Artystycznej, dodaje się punkt 12 w brzmieniu:

„12) realizacja zadań związanych z promocją wizerunkową oraz wsparciem marketingowym Gminy Miasto Szczecin”.

§ 3. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta.

§ 4. Uchwała wchodzi w życie po ogłoszeniu w Dzienniku Urzędowym Województwa Zachodniopomorskiego, z mocą obowiązującą od 1 stycznia 2016 roku.

UZASADNIENIE

Zmiana Statutu Szczecińskiej Agencji Artystycznej, polegająca na dodaniu do zakresu jej zadań prowadzenie działalności związanej z promocją wizerunkową oraz wsparciem marketingowym Gminy Miasto Szczecin wynika m.in. z potrzeby skumulowania w ramach jednego podmiotu kompleksowych działań w zakresie promocji Miasta Szczecin, ze szczególnym uwzględnieniem potencjału wydarzeń kulturalnych i artystycznych. Dla realizacji wspomnianego celu dokonana została również reorganizacja struktury organizacyjnej Urzędu Miasta Szczecin, związana przede wszystkim z modyfikacją dotychczasowych kompetencji Biura Komunikacji Społecznej i Marketingowej.