

## PROTOKÓŁ NR 25-4/2012

### **z posiedzenia Komisji Kultury i Promocji Rady Miasta Gdańska, które odbyło się 27 marca 2012 roku.**

Komisja rozpoczęła posiedzenie o godzinie 16:00, zakończyła o godzinie 17:00.

#### Obecność :

W posiedzeniu uczestniczyło 6 członków Komisji, wg listy obecności, która stanowi załącznik nr 1 do protokołu.

Lista obecności pozostałych osób uczestniczących w posiedzeniu Komisji stanowi załącznik nr 2 do protokołu.

Przewodniczący Komisji Marek Bumblis otworzył posiedzenie, powitał zebranych i stwierdził quorum. Poinformował, że porządek został wysłany do radnych drogą elektroniczną - Porządek Obrad stanowi załącznik nr 3 do protokołu.

Przewodniczący poinformował, że do komisji wpłynęły następujące projekty uchwał:

- Opiniowanie projektu zmieniającego uchwałę w sprawie przyjęcia Wieloletniej Prognozy Finansowej Gminy Miasta Gdańska na lata 2012-2040 - **druk nr 517;**
- Opiniowanie projektu zmieniającego uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Miasta Gdańska na 2012 rok - **druk nr 518;**
- Opiniowanie projektu uchwały w sprawie ustanowienia okazjonalnych uprawnień do przejazdów środkami gminnego transportu zbiorowego w związku z organizacją w Gdańsku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 - **druk nr 509;**
- Opiniowanie projektu zmieniającego uchwałę Rady Miasta Gdańska w sprawie ustalenia zasad taryfowych, cen za przejazdy środkami gminnego transportu zbiorowego oraz wysokości opłat dodatkowych i opłat manipulacyjnych - **druk nr 525.**

Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji zaproponowała, aby nie wprowadzać do porządku posiedzenia druku nr 525, gdyż nie jest on związany z zakresem pracy Komisji.

**USTALENIA KOMISJI:**

*Komisja - jednogłośnie 4 głosami „za” - pozytywnie przychyliła się do wniosku Pani radnej Agnieszki Owczarczak.*

Obradowano według następującego porządku obrad:

1. Opiniowanie projektu zmieniającego uchwałę w sprawie przyjęcia Wieloletniej Prognozy Finansowej Gminy Miasta Gdańska na lata 2012-2040 - **druk nr 517**;
2. Opiniowanie projektu zmieniającego uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Miasta Gdańska na 2012 rok - **druk nr 518**;
3. Opiniowanie projektu uchwały w sprawie ustanowienia okazjonalnych uprawnień do przejazdów środkami gminnego transportu zbiorowego w związku z organizacją w Gdańsku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 - **druk nr 509**;
4. Promocja marki miasta Gdańska.
5. Sprawy wniesione, wolne wnioski, korespondencja.

*Poddano porządek obrad pod głosowanie.*

**USTALENIA KOMISJI:**

*Komisja - jednogłośnie 4 głosami „za” - przyjęła proponowany porządek posiedzenia.*

**PUNKT 1 i 2**

Opiniowanie projektu uchwały zmieniającego uchwałę w sprawie przyjęcia Wieloletniej Prognozy Finansowej Gminy Miasta Gdańska na lata 2012-2040 - **druk nr 517** i opiniowanie projektu uchwały zmieniającego uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Miasta Gdańska na 2012 rok - **druk nr 518**

---

**Druk nr 517 - Sprawa: BRMG-S.0006.80.2012**

**Druk nr 518 - Sprawa: BRMG-S.0006.81.2012**

(Oryginał uchwał przy protokole z sesji Rady Miasta Gdańska z 29.03.2012r.)

**Pani Jolanta Ostaszewska - Dyrektor Wydziału Finansowego** zreferowała projekty uchwał zgodnie z uzasadnieniem. Projekt uchwały zmieniający uchwałę w sprawie przyjęcia Wieloletniej Prognozy Finansowej Gminy Miasta Gdańska na lata 2012-2040 zmienia dwa przedsięwzięcia - adaptacja Centrum Hewelianum w Gdańsku na potrzeby naukowo - dydaktyczne Pomorskich Szkół Wyższych. Odtwarzamy w roku 2012 środki, które nie zostały wykorzystane w roku 2011 na kwotę 434.176

zł, oraz na rok 2013 - 128.543 zł jako odtworzenie i dodatkowo środki w wysokości 314.103 zł. Łącznie na dodatkowe roboty i doprowadzenie obiektów i związanych z nimi urządzeń budowlanych do zgodności z warunkami technicznymi, przeznaczają się na te dwa lata 876.822 zł. Drugim przedsięwzięciem jest Gdańska Platforma Edukacyjna. W ramach Gdańskiej Platformy są kupowane urządzenia, serwery, macierze i trzeba je gdzieś ulokować i połączyć z siecią urzędu. Przeznaczamy na ten cel w latach od 2012-2015 - 650.000 zł. Projekt uchwały zmieniający uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Miasta Gdańska na 2012 rok zwiększa przychody o 305.845 zł, dochody o 4.528.706 zł, a wydatki 4.834.551 zł, co powoduje wzrost deficytu o 305.845 zł i wynosi 178.122.213 zł. Zwiększenie przychodów jest spowodowane wprowadzeniem pożyczki z Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska w kwocie 641.845 zł, oraz zmniejszeniem przychodów z tytułu spłaty pożyczki przez AWF w wysokości 336.000 zł. Wśród dochodów głównym źródłem zwiększenia jest podatek od nieruchomości od osób prawnych w wysokości 4.018.743 zł. Te dodatkowe środki wygosparowane proponujemy przeznaczyć na zakup nieruchomości na Grodzisku, tam gdzie Twierdza Gdańsk ma swoją siedzibę w celu rewitalizacji tego terenu. Dziękuję bardzo.

*Przewodniczący podziękował za przedstawienie informacji i otworzył dyskusję.*

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

Czy mogłaby Pani przybliżyć, co kryje się pod hasłem „potrzeby PKFM Twierdza Gdańsk”?

**Pani Jolanta Ostaszewska - Dyrektor Wydziału Finansowego**

Tak jak wspominałam w związku z tym dzisiaj na terenie Grodziska zajmowanym przez jednostkę Twierdza Gdańsk, istnieje nieruchomość, której miasto nie jest właścicielem. Jest to budynek, oraz dwie działki. Ten budynek będzie zakupiony. Pod tym budynkiem na tych działkach znajdują się te kaponiery, które są w tej chwili w modernizacji. Pomimo, że miasto jest częścią właścicieli niektórych rzeczy, to jednak teren i ten budynek nie. Aby kompleksowo zagospodarować cały teren, jest niezbędny zakup tej nieruchomości. W tej chwili TP SA ma swoje pomieszczenia, ale też wynajmuje komercyjnie pomieszczenia, czyli tam przechodzą ludzie, którzy nie są związani w ogóle z tą infrastrukturą, która tam powstaje.

*Głosów w dyskusji więcej nie było.*

*Przystąpiono do głosowania nad zaopiniowaniem projektu uchwały.*

USTALENIA KOMISJI:

*Komisja - jednogłośnie 5 głosami „za” - pozytywnie zaopiniowała przedmiotowy projekt uchwały ( druk nr 517).*

**OPINIA NR 25-4/94 - 10/12**

USTALENIA KOMISJI:

*Komisja - jednogłośnie 5 głosami „za” - pozytywnie zaopiniowała przedmiotowy projekt uchwały ( druk nr 518).*

## OPINIA NR 25-4/95 - 11/12

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Pan dyr. Skuras prawdopodobnie za chwilę dojdzie. Przejdźmy w takim razie do punktu ostatniego.

### PUNKT 3

Sprawy wniesione, wolne wnioski, korespondencja.

---

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Doszła do Nas ostatnio korespondencja w sprawie „Bramy im. Lenina”. Jest też list Pana Pietruszki, który ten pomysł gani i jednocześnie wylewa swoje żale dotyczące tego, że zdeformowano jego projekt pomnika poległych stoczniovców „zamieniając go w trzy ogromne kije bejsbolowe”. Otrzymaliśmy również zaproszenie na komisję pomników i tablic pamiątkowych. Czy ktoś z radnych był na wyznaczaniu miejsc dla artystów na Długim Targu? Jest odpowiedź na pismo Pana Dominika Gerstena w sprawie syna trenującego strzelectwo w WKS „Flota” Gdynia. Jest to jeden z tych przypadków, gdy Gdańszczanin trenuje w klubie innego miasta i są żale z tym związane. Witamy również Pana radnego Szymona Mosia, który z żalem zrezygnował z Komisji Spraw Społecznych i Ochrony Zdrowia i podjął decyzję o pracy w Naszej Komisji. Formalnie nie jest jeszcze członkiem Naszej Komisji, dopiero po sesji Rady Miasta od czwartku będzie pełnoprawnym członkiem. Razem z Panem Mosiem zostaliśmy wyznaczeni przez klub do opiniowania lokalizacji pomnika Reagana i Jana Pawła II. Dostaliśmy odpowiedź na Nasz wniosek, o lepsze oznakowanie alei Vaclava Havla. W odpowiedzi Pani Sekretarz poinformowała Nas, że tabliczki znajdują się na skrzyżowaniu z ul. Świętokrzyską, z ul. AK, z ul. Wilanowską, Płocką. Stwierdzono brak takiej tabliczki na skrzyżowaniu ul. Łódzka, Havla. Tabliczka zostanie ustawiona do końca marca br. Otrzymaliśmy również pierwszą prośbę obywatela, który chce aby jego ulica nazywała się ul. Wrzosową. Stawiam taki wniosek, abyśmy dali zapytanie do Pana Prezydenta, co z tym możemy zrobić, aby Nam to zaopiniował.

*Komisja Kultury i Promocji Rady Miasta Gdańska - zwraca się do Pana Prezydenta z wnioskiem o przedstawienie opinii do propozycji mieszkańca miasta Gdańska, który zwrócił się z prośbą do Komisji o nadanie nazwy ul. Wrzosowa, przy której leży działka 194/14 obręb 063.*

*Powyzszy wniosek został przyjęty **pozytywnie** - jednogłośnie 5 głosami „za”,*

## WNIOSEK NR 25-4/21-4/12

### PUNKT 4

Opiniowanie projektu uchwały w sprawie ustanowienia okazjonalnych uprawnień do przejazdów środkami gminnego transportu zbiorowego w związku z organizacją

w Gdańsku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 - druk nr 509 z autopoprawką;

---

**Druk nr 509 - Sprawa: BRMG-S.0006.72.2012**

(Oryginał uchwał przy protokole z sesji Rady Miasta Gdańska z 29.03.2012r.)

**Pan Dimitris T. Skuras - Dyrektor Wydziału Gospodarki Komunalnej** zreferował projekt uchwały zgodnie z uzasadnieniem. Organizacja przewozów pasażerskich na EURO 2012, stąd uchwała wprowadza kategorie osób uprawnionych do przejazdów w sposób okazjonalny. Pierwszą z tych kategorii są wolontariusze finansowani przez Miasto. Osoby, których przejazdy są finansowane przez UEFA na zasadzie zawartej umowy i tutaj mamy trzy kategorie osób: pierwsza - posiadacze biletów na mecze odbywające się 10,14,18,22 czerwca 2012, drudzy - osoby akredytowane na podstawie identyfikatora, trzecia - pasażerowie linii kolejowej na trasie Gdańsk Główny - Gdańsk Stadion na trzy godz. przed meczem i trzy po meczu.

*Przewodniczący podziękował za przedstawienie informacji i otworzył dyskusję.*

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**  
Z czego wynika kwota wprowadzona do budżetu?

**Pan Dimitris T. Skuras - Dyrektor Wydziału Gospodarki Komunalnej**  
W pierwszym przypadku, czyli osoby posiadające bilety i akredytowane - około 180 - 190 tys. zł. Z kolei w przypadku przewozów kolejowych na te cztery dni po 6 godzin, to jest mniej więcej 40 tys. zł. To wynika z Naszych kalkulacji. Te środki są zabezpieczone w budżecie i one są refinansowane na podstawie umowy pomiędzy UEFA a Gdańskiem.

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**  
W jakim zasięgu będą objęci tymi ulgami?

**Pan Dimitris T. Skuras - Dyrektor Wydziału Gospodarki Komunalnej**  
Jeżeli chodzi o tą paragraf 1 i 2 punkt 1 i 2, to jest całe miasto na przewozach tramwajowych i autobusowych, natomiast jeżeli chodzi o tą trzecią kategorię, to tylko i wyłącznie na linii kolejowej między Gdańskiem Głównym a Gdańskiem Stadion.

*Głosów w dyskusji więcej nie było.*

*Przystąpiono do głosowania nad zaopiniowaniem projektu uchwały z autopoprawką.*

USTALENIA KOMISJI:

*Komisja - jednogłośnie 5 głosami „za” - pozytywnie zaopiniowała przedmiotowy projekt uchwały ( druk nr 509 z autopoprawką).*

**OPINIA NR 25-4/96 - 11212**

## PUNKT 4

### Promocja marki miasta Gdańska

---

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta** przedstawiła prezentację: „Gdańsk - Miasto Wolności. Działania Strategiczne”. W 2007 r. zostały przeprowadzone badania wizerunkowe, które miały odpowiedzieć na pytanie jak miasto jest postrzegane. Gdańsk jest postrzegany jako miasto dostojne, historyczne, zabytkowe, pomnikowe, tysiącletnie. Silna marka budowana jest przez mieszkańców, kulturę, sport, turystów i gospodarkę. Wyróżnik Gdańska to, że Gdańsk jest kojarzony z wolnością. Chodzi o zbudowanie wizerunku Gdańska jako miasta nowoczesnego, dynamicznego, odważnego, intrygującego, aktywnego i wyznaczającego trendy. Prowadzony jest marketing eventowy, wzbogacenie postrzegania marki miasta o elementy emocjonalne, zerwanie z wizerunkiem „miasta - pomnika”, podkreślanie kulturalnego kontekstu wolności. Wykorzystuje się rozmaite wydarzenia kulturalne, które mają miejsce w Gdańsku. Promuje się sport, turystykę, gospodarkę, a w szczególności branżę bursztynową. Nasi ambasadorowie bursztynu to Monika Richardson i Lidia Popiel, ich książka „Polki na Bursztynowym Szlaku” już niedługo zostanie wydana. Gdańsk staje się siedziba rozmaitych centrów biznesowych. Prowadzony jest „Europejski Dzień Morza”, „Weekend za pół ceny”, itp. Skuteczne działania, które przynoszą efekt, to utrzymywanie blogów i media, które zapraszamy na rozmaite eventy, targi turystyczne. Staramy się dotrzeć przez media społecznościowe do ludzi młodych.

**Prezentacja stanowi załącznik nr 4 do protokołu.**

*Przewodniczący podziękował za przedstawienie informacji i otworzył dyskusję.*

**Pan Marek Bumlis - Przewodniczący Komisji**

Proponuję, żebyśmy sobie pozostawili efekt EURO na odrębne posiedzenie komisji, ponieważ mamy tematy z tym związane. Sport niesamowicie kreuje markę poszczególnych miast.

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

Pani dyrektor, pokazała Pani tutaj szereg działań, które podejmujemy w celu promowania marki. Część z tych działań, czy eventów, są to wydarzenia dofinansowywane przez budżet miasta. Chciałabym zapytać w jaki sposób Państwo planują dofinansowywanie tego typu wydarzeń: czy to się dzieje na bieżąco w ciągu roku, czy jest to zaplanowane dużo wcześniej, jak to wygląda? Rozumiem, że wtedy te wydatki przechodzą przez budżet promocji. Tak?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Nie. Pokazywałam wydarzenia, które jakby są nie tylko przygotowywane przez Nas. Część organizujemy sami, ale też ECS. W rozmaity sposób jest to robione. Są i konkursy grantowe. Większe wydarzenia są organizowane generalnie przez jednostki miasta.

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

Ale, czy Państwo też bezpośrednio dofinansowują różne wydarzenia na zasadzie dofinansowania na promocję miasta?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Zdarza się. Dosyć rzadko, ale np. z takich wydarzeń mogłabym wymienić Baltic Games, która jest imprezą skierowaną głównie dla młodych odbiorców, nie jest typową imprezą sportową. W przypadku, kiedy są to imprezy, które dobrze rokują, zdarza się, iż wspieramy takie imprezy. Nie mogę powiedzieć, że dofinansowujemy, bo generalnie dofinansowuje je Biuro Prezydenta ds. Sportu i EURO 2012, w przypadku imprez sportowych, a w przypadku imprez kulturowych - Biuro Prezydenta ds. Kultury.

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

Gdyby Pani mogła wyjaśnić, co to jest Trend Book - kto to wydał, jak odbywa się dystrybucja. Przyznam szczerze, że otrzymaliśmy ten egzemplarz, który był tutaj pokazany, ale nie do końca wiedziałam i nie do końca wiem, czemu ma to służyć? Drugie pytanie, czy osoby takie jak Mateusz Kusznierewicz, czy Monika Richardson, za te swoje działania promujące miasto Gdańsk, są w jakiś sposób wynagradzani?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Zacznę może od tego pierwszego pytania. Generalnie coś takiego jak Trend Book jest przyjęte w świecie designu. Są to rzeczy, które wyznaczają swojego rodzaju trendy, które powodują wystąpienie też określonych mód. Ten Trend Book, który przygotowaliśmy, to jego celem było przede wszystkim wypromowanie bursztynu. Jak Państwo wiecie, bursztyn nie jest najlepiej postrzegany jako kamień nie do końca szlachetny, kojarzący się z czymś nienowoczesnym. Celem tego Trend Book jest przekonanie, że jest to kamień trendy, interesujący, ważny. Jeśli chodzi o naszych ambasadorów, to przyznam, że nie do końca wiem jak jest w przypadku Mateusza Kusznierewicza, dlatego wolalabym nie mówić, ale sądzę, że to są raczej społeczne funkcje. Jeśli zdarza się taki projekt, jak ten projekt książki, który Monika Richardson wspólnie z Lidią Popiel napisały, to ten projekt był przez Nas wspierany. Natomiast bycie ambasadorem, czyli reprezentowanie Gdańska, pełni się takie funkcje społecznie.

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

Jaka była dystrybucja Trend Book?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

To nie są duże nakłady, bo jest tu bardzo specyficzny odbiorca. Odbiorcami są przede wszystkim artyści i designerzy, więc było to przy rozmaitych targach. A także do dziennikarzy zajmujących się światem mody. Bardziej specjalistycznych środowisk. Ale to daje efekty. Teraz kiedy mieliśmy rozmaite wydarzenia związane z bursztynem, to również ściągnęliśmy tutaj blogerów modowych, jak i inne środowiska.

**Pani Aleksandra Dulkiwicz - Członek Komisji**

Chciałam się zapytać o jedną rzecz: myślę, że to też troszeczkę wyłynęło przy tym nagłaszaniu medialnym sytuacji związanej z podróżą Pana Lisewskiego, ale ogólnie Pani mogłaby Nam opowiedzieć, na jakiej zasadzie są przyznawane środki na cele

promocyjne miasta Gdańska. Czy jest to przez projekty sportowe, kulturalne, czy jest to za każdym razem indywidualna sytuacja, czy jakoś to Państwo zbieracie kwartalnie, rocznie?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Generalnie działamy projektowo, więc na projektach własnych, ponieważ Naszym celem jest budowa wizerunku. Tego rodzaju projektów jest niewiele, każdy z projektów jest rozpatrywany indywidualnie pod kątem potencjalnej wartości marketingowej.

**Pani Aleksandra Dulkiewicz - Członek Komisji**

O jedną rzecz chciałam tylko poprosić - o doprecyzowanie. Są przecież też takie pieniądze promocyjne - Promocja miasta poprzez sport. Ale rozumiem, że one są rozdzielane przez MOSiR?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Są to pieniądze promocyjne, ale nie są w dyspozycji Biura Prezydenta ds. Promocji. One są w dyspozycji Biura Prezydenta ds. Sportu i EURO 2012 i MOSiRu.

**Pani Aleksandra Dulkiewicz - Członek Komisji**

Czy orientuje się Pani jakiego rzędu są to kwoty?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Myślę, że może to być ponad 10 mln. Ale dokładnie nie jestem w stanie powiedzieć.

**Pan Marek Bumbliś - Przewodniczący Komisji**

Służą one wspieraniu dużych klubów sportowych i dyscyplin sportowych w Gdańsku tj. żużel, piłka nożna, siatkówka. Te dyscypliny, na które miasto Gdańsk postawiło. Ale przypuszczam, że gdyby była Pani zainteresowana, to jutro jest posiedzenie Komisji Sportu i Turystyki, to jest tam taki temat „Promocja poprzez sport”. Pani dyrektor, proszę Panią o zrekapitulowanie tego, co się zdarzyło i było związane z promocją marki miasta Gdańsk przez wydarzenia typu sportowego. Słynna sprawa. Niech Pani powie, nie opowiadając historii, bo znamy z mediów przebieg całego eventu. Jak sytuacja wygląda na dzisiaj? Co mogłaby Pani dodać po tych wszystkich przeżyciach, pewnie dla Pani trudnych?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Dla mnie bardzo trudnych, muszę przyznać i dość nieszczęśliwych. Muszę przyznać, że pewnie nie podpisałabym już takiej umowy. Natomiast muszę powiedzieć, że w momencie, w którym podpisywaliśmy tą umowę, był to projekt zarekomendowany. Tak jak wspominałam był to wspólny projekt z Biurem Prezydenta ds. Sportu i EURO 2012. Bardzo dobrze wcześniej ten człowiek był przyjmowany również przez media, bo pojawiał się i w centralnej telewizji, znakomite reportaże i miał bardzo dobre opinie w środowisku kitesurferów, także posiadał wszelkie rekomendacje. Całe piekło się rozpętało po tym, jak ta wyprawa została przerwana. Wina pewnie leży, w znacznym stopniu po stronie Naszego bohatera, który popełnił cały szereg niezręczności.



### **Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Za chwilę udzielię jeszcze głosu Panu Michałowi Kochańczykowi, którego zaprosiłem na dzisiejszą Komisję. Chciałbym, aby tutaj dość obiektywnie zabrzmiały wszystkie głosy w tej sprawie. Natomiast, być może dobrze się stało, że ta sprawa wybuchła teraz. Być może Pan Lisewski, tak jak w nieodległej od Morza Czerwonego - Aleksandrii pewien człowiek podpalił kiedyś bibliotekę i przeszedł do historii, tak Lisewski w tej chwili przejdzie do historii, zapoczątkowując pewne obiektywne kryteria przyznawania środków na promocję i obiektywnej oceny rzeczywistej wartości wyczynów Gdańszczan. Porywanie się na różne rzeczy dziwne, czasami zwariowane jest czymś godnym podziwu, jest narzędziem, które markę miasta, może wzbogacać. Troszkę się dziwię, że Michał Kochańczyk przemówił dopiero teraz. W mediach się dzieją rzeczy dziwne. Wydarzenia, które nie są wydarzeniami obiektywnie bohaterskimi, są promowane. Wystarczy, że zabrmi słowo Kilimandżaro, albo Aconcagua, to od razu rzucają się na to niektórzy dziennikarze i robią z tego wielkie rzeczy. Ostatnio wyczytałem, że trzypokoleniowa rodzina była na Kilimandżaro i jest to wielki wyczyn. Kilimandżaro jest górą, na którą, jak mówią złośliwi, wchodzi wycieczki emerytów. Aconcagua jest dostępna dla zdrowych ludzi, którzy nie mają choroby wysokościowej. Także dziwię się, że Michał Kochańczyk dopiero teraz przemówił. Być może solidarność dyscypliny, którą uprawia zdecydowała, że dotąd tego nie czynił, a może to, że koledzy w niektórych eventach brali udział.

### **Pan Jaromir Falandysz - Członek Komisji**

Chciałbym zadać pytanie do Pani dyrektor. Ile osób jeszcze na takich warunkach, jak Pan Lisewski dostało jeszcze dofinansowanie?

### **Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Ale to są pytania szczegółowe, za chwilę przejdziemy do dyskusji. Proszę Pan Michał Kochańczyk.

### **Pan Michał Kochańczyk - Podróżnik, Alpinista**

Dziękuję za zaproszenie i możliwość wystąpienia. W ogóle, to jest piękna sprawa, że osoby, które mają niezwykle fantazje, mają pomysły i promują Miasto Gdańsk, są w jakiś sposób dofinansowane przez miasto i doceniane. Tylko tutaj się kłania to, że Panie wpadły w jakąś pułapkę mediów, bo rzeczywiście Pan Lisewski został bardzo ładnie wypromowany przez media. Sam jak się dowiedziałem, że przepłynął Bałtyk, nie znając szczegółów, odnosiłem się do niego z wielką sympatią, jako do osób, które robią takie nietuzinkowe rzeczy. Dopiero potem jak się wsłuchałem, jak Pan Lisewski to realizuje, zacząłem się pogłębiać. Okazało się, że jest to dziwne. Panie twierdzą, że sprawdziły to środowisko kitesurferów, które absolutnie się od niego odrzekło. Sam Polski Związek Kitesurfingu w ogóle go nie popiera. To jest dziwne. Tutaj się kłania niestety poziom mediów, pewnej ignorancji, którzy tak potrafią naświetlić, wypromować pewne wydarzenia i kształtują w ten sposób opinię publiczną. Jestem zdania, że jak najbardziej takich ludzi trzeba popierać, ale należy to jakoś weryfikować. Nie wiem może jakaś komisja, która badałaby merytoryczność, zaplecze, predyspozycje, kwalifikacje osób, które chcą promować miasto na zewnątrz. O to mi chodziło, a nie o to, żeby Panu Lisewskiemu zabrać te 40 tys. zł. Skoro poniósł takie koszty, to niech je pokryje, tylko żeby zrobić tak, żeby Nasi ambasadorzy nie mieli takiej sytuacji, że gdyby dopłynął, że Nasz ambasador byłby biczowany przez obyczajową policję

Saudyjską za niestosowny strój. Czy też zostałby zastrzelony jako podejrzany dywersant izraelski dopływający do brzegu Izraela. Po prostu też trzeba wymagać. On jako ambasador, też powinien spełniać jakieś podstawowe warunki. Panie nie są winne, że on jest człowiekiem takiego formatu. Być może on jeszcze zrealizuje piękne rzeczy. W każdym razie, to był mój apel o merytoryczność. Też taki protest był, wstawałem się w sprawie różnych alpinistów przez wiele lat, ostatnio o to, żeby chłopak dostał 2 tys. zł na narodową wyprawę na Makalu i taki spontaniczny był mój protest. Natomiast rzeczywiście jeżeli chodzi o zjawisko długoletnie promowania, to jest apel do mediów, aby odpowiednio ukształtowały nazwę. Kilimandżaro jest taką chwytłą nazwą, każdy kto wchodzi na Kilimandżaro jest bohaterem narodowym. Ale trzeba zauważyć, że na Kilimandżaro wchodzi 100 tys. osób rocznie. Tutaj kłania się przełożenie biur podróży i kapitału z mediami. Dziękuję bardzo.

#### **Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Współczuję Pani dyrektor Annie Zbierskiej, bo przypuszczam, że to nie był Pani pomysł, ktoś to uzasadnił i trudno było zweryfikować obiektywną wartość wyczynu Pana Lisewskiego. Powstał pewien bałagan. Zupełnie nieadekwatność narzędzi i oceny tego, co zrobił Pan Lisewski. Dlatego współczuję Pani dyrektor, bo nie mogła Pani tego ocenić w sposób obiektywny.

#### **Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Pan Kochańczyk mówił o opinii Pana Lisewskiego, rzeczywiście w tej chwili jest taka. Nawet zakolegowałam się ze środowiskiem kitesurferów, łącznie z szefem. Natomiast są to opinie w tej chwili. Zupełnie inaczej było w momencie, gdy przystępowaliśmy do umowy. Nigdy tej umowy nie ukrywaliśmy, była konferencja prasowa, było to znakomicie przyjęte. Cóż mogę powiedzieć - takie rzeczy się zdarzają, czasem trudno to przewidzieć. Natomiast na przyszłość, tak jak wspomniałam w jednej z wypowiedzi do radnych, rzeczywiście jest to z całą pewnością przypadek, który się nie powinien powtórzyć. Rozmawiałam z Panem dyr. Trojanowskim na ten temat i ustaliliśmy, że w takich przypadkach będziemy zasięgać opinii Gdańskiej Rady Sportu, tak żeby te opinie były bardziej wyważone, prawdziwe.

#### **Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Może warto też wystąpić o opinię do autorytetów z danej dziedziny, do Związku Sportowego, to jest moja rada, bo kolegialne ciała czasem też się mylą, ale to już jest jakiś krok we właściwą stronę. Proponuję, abyśmy zastanowili się w tej chwili, jakie są reperkusje, jak to się skończy? To po pierwsze. Po drugie, co zrobić w przyszłości?

#### **Pan Jaromir Falandysz - Członek Komisji**

Mówiła Pani, że takich umów jest niewiele. Czy mogłaby Pani wymienić jakie podmioty, czy osoby fizyczne i z kim były podpisywane takie umowy, jakie to były kwoty?

#### **Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Akurat mogę wymienić. Wspierany był przez Nas między innymi Marek Kamiński, zdarzały się rejsy. Wspierany przez Nas jest też Baltic Games. Generalnie na przestrzeni kilku lat, jeżeli chodzi o Biuro Promocji, to nie ma za wiele.

**Pan Jaromir Falandysz - Członek Komisji**

Czyli rozumiem, że oprócz Pana Lisewskiego dofinansowanie dostali Pan Marek Kamiński i to Baltic Games?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

To nie jest dofinansowanie. Przypominam, że mówimy o działaniach promocyjnych dla miasta. Nie mam w tej chwili nazwiska, ale byli też jacyś pojedynczy żeglarze.

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

W sumie jest w tym coś optymistycznego, że obywatel Polski może gdziekolwiek pojechać, zrobić coś głupiego, starać się zrobić coś, czym może zadziwić świat, w sensie pozytywnym, bądź negatywnym. To jest optymistyczne, bo świadczy o wolności i o horyzontach, które mamy przed sobą.

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Żeby się włączyć do dyskusji i odpowiedzieć na to dowcipnie, powiem tak: jeszcze nigdy przy Naszych projektach nie mieliśmy tak dużego ekwiwalentu medialnego.

**Pan Szymon Moś - Radny Miasta Gdańska**

Mam tutaj kilka refleksji. Rzeczywiście takie rzeczy się zgadzają, aczkolwiek musimy trochę z większą uwagą do tego podejść, bo jest to jednak 40 tys. zł. W związku z tym, chciałbym zadać kilka pytań na początek. Przede wszystkim chciałbym się zapytać, bo tutaj rzeczywiście też do mnie dotarła ta negatywna opinia środowiska kitesurferów. To znaczy, czy Pani dyrektor mogłaby, ewentualnie jeżeli nie teraz, to może na kolejną komisję przygotować taką informację, jakie po kolei działania były podejmowane, kiedy konsultowano tą kandydaturę, z kim i tak dalej. Wyjaśniłoby to wiele niejasności. Myślę, że to jest jednak nieeleganckie zachowanie, jeżeli wcześniej wydano dobrą opinię, a w tej chwili trochę zmieniają swoje zdanie, bo najłatwiej jest krytykować kogoś po porażce. Chciałbym tutaj wziąć trochę w obronę i Biuro Prezydenta ds. Promocji i Pana Prezydenta. Pan Przewodniczący powiedział, że to zapoczątkuje obiektywne kryteria. Myślę, że te kryteria już były i tak ostro nie oceniałbym tego. Uważam, że musimy po prostu doprecyzować te kryteria i uczynić je bardziej szczegółowymi. Wydaje mi się, że jest to dobry moment, żeby wyciągnąć wnioski. Proponowałbym, nie wiem jak Pani dyrektor się do tego odniesie, żeby wprowadzić pewny taki tryb postępowania. To znaczy krok po kroku, sposób weryfikacji, czy przygotowania tego typu współpracy. I to nie tylko na etapie tej konsultacji z Radą Sportu. Moim zdaniem jest to za mało, ponieważ w tym wypadku nie tyle zawiódł barak konsultacji, bo jednak mieliśmy tą pozytywną opinię kitesurferów. Dopóki wszystko było dobrze, to ta opinia była nie ruszona i rzeczywiście, tak jak mówiła Pani dyrektor wiele osób się pozytywnie do tego odnosiło. Tutaj przede wszystkim zawiódł pewien etap przygotowania od strony prawnej, tzn. ta umowa. Pani dyrektor powiedziała, że nie podpisałaby takiej umowy. Musimy sobie odpowiedzieć na pytanie: dlaczego jednak do tego doszło i co zrobić, gdzie te słabe punkty są, żeby już do takiej sytuacji nie dochodziło. W związku z tym wydaje mi się, że oprócz tej konsultacji z Gdańską Radą Sportu należałoby wprowadzić pewną procedurę step by step, która pokazywałaby krok po kroku, nie tylko od strony zasięgania opinii, ale nie wiem, na początku jakiegoś wstępnego wyłaniania kandydatów. Następnie zasięganie opinii, potem rozeznania i przygotowania

odpowiedniej oprawy prawnej. To jest do zrobienia. Powtórzę się, bo jeżeli chodzi o tą debatę, to się już publicznie wypowiadałem w tym zakresie. Miałem akurat okazję przygotowywać umowy sponsorskie i rzeczywiście to jest do zrobienia. To znaczy można by było spokojnie w taki sposób skonstruować umowę, żeby takie wypowiedzi, które niewątpliwie negatywnie, moim zdaniem, komutują miasto Gdańsk. Rzeczywiście jak powiedziała Pani dyrektor, trochę narozrabiał Pan Lisewski po tym wszystkim. I myślę, że to ani nie promowało Naszej znanej wielowiekowej maksymy - odważnie, ale z rozważą. Też nie wiele miało wspólnego z promowaniem wolności, bo niestety, to chyba jest trochę nadużycie wolności. Można to było spokojnie tak przygotować, że tą umowę można było bez problemu rozwiązać. A teraz, niestety, musimy ponieść konsekwencje i zastanowić się jak zrobić i zweryfikować, co jeszcze jest do zrobienia. Reasumując, chciałbym zadać to pytanie: jak krok po kroku wyglądały konsultacje w sprawie kandydatury Pana Lisewskiego, konkretnie z jakimi środowiskami, z jakimi osobami, w jakim to czasie się odbywało, na ile wcześniej? Drugie pytanie: jak Pani dyrektor odniosłaby się do tych rozważań, przygotowania takiej powiedzmy ścieżki, procedowania tych spraw? Dziękuję.

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Co do ścieżki procedowania, to myślę, że jest to dobry pomysł, być może poza konsultacjami z Gdańską Radą Sportu, warto tego rodzaju procedurę przejrzystą wypracować. Co do umowy, to powiedziałam, że takiej umowy nie podpisałabym. Nie chodzi o jej kształt prawny. W tej chwili ta umowa nie może być rozwiązana, natomiast nie jest tak, że my stoimy pod ścianą jeśli chodzi np. o kwestie płatności. Może nie w tym momencie, ale z całą pewnością jeśli zdarzy mi się podpisywać taką umowę, a musi sporo czasu upłynąć, to tak zgadzam się, że tego rodzaju zastrzeżenia powinny się w niej znaleźć. Przyznam, że podpisywałam wiele umów sponsoringowych w poprzednich pracach zawodowych. Łącznie z umowami z bokserami, także z takimi skrajnościami, ale nigdy nie przytrafiła mi się tego rodzaju historia. Jest to nauczka i jak wiadomo zawsze trzeba wyciągać wnioski i uczyć się z doświadczeń. Tego rodzaju zastrzeżenie powinno zostać zawarte.

**Pani Izabela Heidrich - Biuro Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Odbywały się takie rozmowy, tylko tak jak Pani dyrektor mówiła w momencie podpisania umowy, wszyscy byli bardzo za i bardzo wspierali, a teraz nie chcą rozmawiać. Rozeznanie robiliśmy wśród ludzi, którzy uprawiają ten sport, na zasadzie pytań, kto wie, co robi. Również dotarliśmy do tego stowarzyszenia, rozmawialiśmy z MOSiRem, gdzie wcześniej Pan Lisewski się pojawił. Dla Nas jednostka miasta, która zajmuje się sportem, jest absolutnie jednostką wiarygodną i nie mieliśmy podstaw. Pan Lisewski trafił do Nas z MOSiRu. Także dla Nas była to wiarygodna rekomendacja.

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

Pani dyrektor, powiedziała Pani, że to nie jest dofinansowanie tego typu wydarzeń. Czyli mam to rozumieć jako wynagrodzenie, dla osoby, która się podejmuje promocji.

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Umowy są podpisywane na usługę promocyjną.

**Pani Agnieszka Owczarczak - Wiceprzewodnicząca Komisji**

O ile nie zdziwił mnie sam fakt dofinansowania Pana Lisewskiego, nawet w momencie, w którym okazało się, że ta wyprawa się nie udała, bo wiadomo nie zawsze wszystko się udaje, to zdziwiła mnie kwota przeznaczona na taką wyprawę. Moim zdaniem Pan Lisewski po prostu na tym zarobił dużo więcej niż w to włożył.

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Chciałam przypomnieć, że umowa jest podpisana do końca sierpnia i obowiązuje jeszcze inne zadania, nie tylko wyprawę. Także tych działań jest więcej. Natomiast też nie stoimy wobec konieczności wypłaty.

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Mam prośbę do Pani dyrektor. Pani na to pytanie mi dzisiaj nie odpowie, ale jestem bardzo ciekawy, jakie są odgłosy prasy saudyjskiej i egipskiej, czy to się w ogóle przebiło do tamtych mediów?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Niektórzy twierdzą, że to się przebiło, ale jak przeszukiwałam Internet i obawiam się, że tutaj ekwiwalent medialny był marny.

**Pan Szymon Moś - Radny Miasta Gdańska**

Bardzo się cieszę, z tego, co powiedziała Pani dyrektor. Bo ta umowa promocyjna to jest umowa rezultatu, a nie starannego działania. Więc może po wypłaceniu, albo ewentualnie po zakończeniu będzie szansa, żeby jeszcze z niej w jakiś sposób wyjść, np. biorąc pod uwagę transze płatności w zależności od tego elementu dzieła. Wiem, że Pani dyrektor się tutaj nie chce zdradzać publicznie, bo jest to spór prawny, ale to bardzo dobra deklaracja. Możemy się cieszyć.

**Pan Piotr Skiba - Członek Komisji**

Przeczytałem taką wypowiedź kitesurfera, w której mówił, o przeznaczeniu tej kwoty. Wspomniał o jakich imprezach promocyjnych dla dzieci i młodzieży, która miałyby promować tę dyscyplinę sportu. Mam pytanie: z tej umowy wynika, że mamy jakkolwiek wpływ na sposób spożytkowania przez niego tych pieniędzy, czy on tak naprawdę ma wolną rękę i może zrobić co chce z tymi pieniędzmi? Czy jest jakaś forma monitoringu i jakaś forma kontroli?

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

W żaden sposób nie możemy wpłynąć na to, w jaki sposób te pieniądze zostaną wydane - których Pan Lisewski jeszcze nie otrzymał. Tak jest w każdej umowie. Natomiast warunkiem wypłaty pieniędzy jest złożenie sprawozdania. Sprawozdanie to nie jest oświadczenie, bo niektórzy to mylą. Nie wystarczy nam Zapewnienie kogoś o realizacji. Te sprawozdania, które przyjmujemy są wielostronicowe, zawierają również elementy multimedialne. Dopiero przyjęcie tego sprawozdania bez zastrzeżeń skutkuje wypłatą pieniędzy. Także to jest jeszcze długa droga.

**Pan Michał Kochańczyk - Podróżnik, Alpinista**

Mam takie pytanie: czy to jest właściwe, że osoba, która swoim zachowaniem daje zły przykład dla prawidłowego podróżowania, realizacji swoich zamierzeń, czy ona może dawać prezentacje dla gimnazjalistów? To jest po prostu

zaprzeczeniem tego wszystkiego. Całe środowisko wyraża takie wątpliwości, czy taka osoba może chodzić do szkół i pokazywać coś, co robiła w sposób niewłaściwy? Takie są wątpliwości.

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Wydaje mi się, że Pan Lisewski złożył jakieś deklaracje pomocy młodzieży.

**Pani Anna Zbierska - Dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta**

Chcę powiedzieć, że on się pojawił w MOSIRze jeszcze wcześniej. MOSIR z nim współpracował, on prowadził jakieś akcje charytatywne.

**Pan Marek Bumblis - Przewodniczący Komisji**

Pozostaje Nam monitorować, co się będzie dalej działo. Umowę znamy, skutki tej umowy możemy przewidzieć. Obyśmy byli mądrzejsi po szkodziu.

*Głosów w dyskusji więcej nie było.*

*Na tym posiedzenie zakończono.*

*Posiedzenie zakończyło się o godz. 17:00.*

**Przewodniczący  
Komisji Kultury i Promocji RMG**

**Marek Bumblis**

Protokołowała:

Sylwia Karwowska  
Biuro Rady Miasta Gdańska



Miasto - Gospodarz Gdańsk

## GDAŃSK – MIASTO WOLNOŚCI DZIAŁANIA STRATEGICZNE

27.03.2012  
ANNA ZBIERSKA  
BPPM

[www.gdansk.pl/uefaeuro2012](http://www.gdansk.pl/uefaeuro2012)



Program badawczy dla miasta Gdańsk 2007

# GDAŃSK

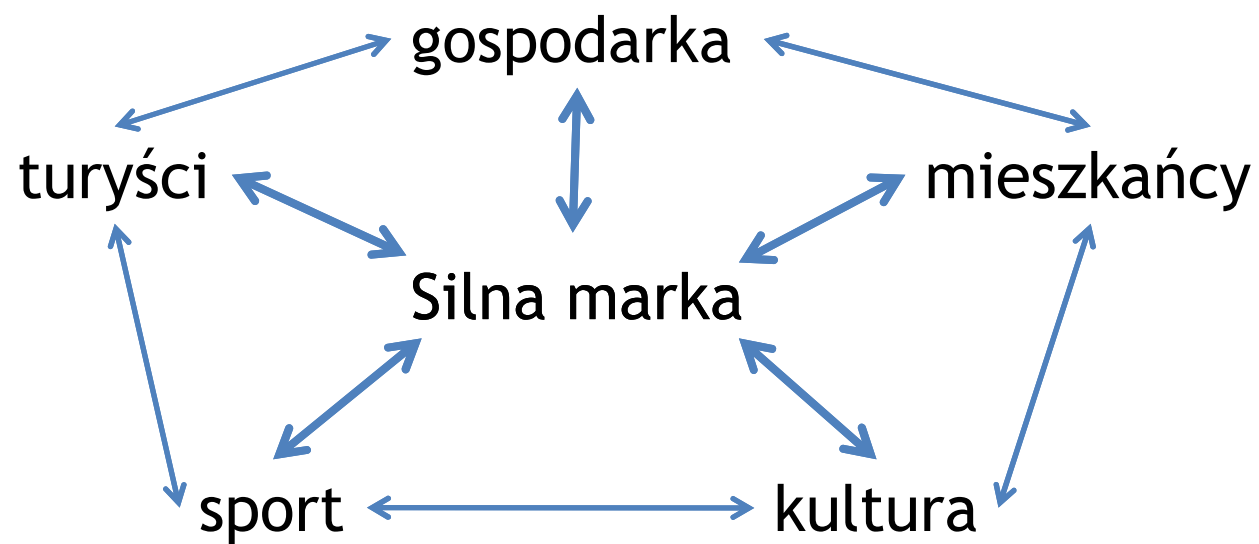
tysiącletni,  
pomnikowy,  
zabytkowy,  
historyczny,  
dostojny?







## Strategia marki Gdańsk do roku 2013



wolność = wartość uniwersalna





ludzie                      okno na świat  
inspiracja                nowe idee

**IDEA: Gdańsk - czerpiąc z tradycji, nadaje wolności nowy sens**

dialog                      kultura                      odwaga  
twórczy klimat                      przełom





# GDAŃSK

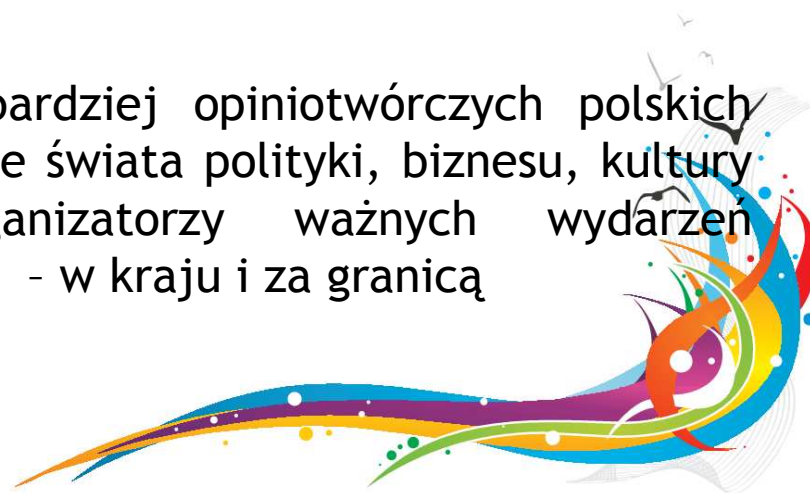
nowoczesny,  
dynamiczny,  
odważny,  
intrygujący,  
aktywny,  
wyznaczający trendy





## Grupy docelowe:

- 1) mieszkańcy dużych miast Polski, Wielkiej Brytanii, Skandynawii i Niemiec w wieku od 16 do 45 lat, ze średnim i wyższym wykształceniem, ludzie otwarci i aktywni, ceniący wolność, ciekawi świata, nowych miejsc i wrażeń, którzy podróżują, są zainteresowani zwiedzaniem, kulturą, rozrywką, aktywnie korzystający z nowych technologii
- 2) liderzy opinii, gł. przedstawiciele najbardziej opiniotwórczych polskich mediów, celebryci, blogerzy, przedstawiciele świata polityki, biznesu, kultury i nauki, potencjalni inwestorzy, organizatorzy ważnych wydarzeń i przedsięwzięć, konferencji, tour operatorzy - w kraju i za granicą





# KAMPANIE WIZERUNKOWE

- ✓ konsekwentne wspieranie wizerunku miasta szeroko pojętej wolności
- ✓ zerwanie z wizerunkiem „miasta -pomnika”
- ✓ wykorzystanie niestandardowych narzędzi marketingowych
- ✓ podkreślanie kulturalnego kontekstu wolności
- ✓ wspieranie starań o uzyskanie tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2016





**Idea: Gdańsk - miasto przepelnione duchem wolności, miejsce, które inspiruje, w którym rzeczy niemożliwe stają się rzeczywistością**

maj - czerwiec 2009 r.





Idea: wsparcie wizerunku miasta kultury;  
przygotowanie kampanii, które sama w sobie jest  
projektem artystycznym - nie tracąc na sferze  
artystycznej, wykorzystuje ją dla reklamy







**Idea: Gdańsk pełen tajemniczych fal GDN, które dają impuls do odważnego myślenia i spontanicznego, bezkompromisowego działania (teaser kampanii Dotknij wolności)**  
sierpień - wrzesień 2010 r.





**Idea: Gdańsk - inspirujące miasto, szeroko rozumianej wolności, wzbogacenie postrzegania marki miasta o elementy emocjonalne, zwrócenie uwagi na jego nowoczesne oblicze**  
wrzesień - październik 2010 r.





## WYJDŹ POZA RAMY. DOTKNIJ WOLNOŚCI

Idea: Gdańsk - inspirujące miasto, szeroko rozumianej wolności i kreatywności; miasto ludzi, którzy przełamują schematy i robią rzeczy niemożliwe

październik 2011 r. - czerwiec 2012 r.





# MARKETING EVENTOWY

Wspieranie cyklicznych wydarzeń społecznych i kulturalnych o charakterze międzynarodowym, mających realny wpływ na postrzeganie współczesnego wymiaru wolności głównie wśród młodego pokolenia





**Idea: obchody 20. rocznicy pierwszych wolnych wyborów w III RP koncert na terenie Stoczni Gdańskiej - Zaczęło się w Polsce (zaczęło się w Gdańsku)**  
4 czerwca 2009 r.





Idea: artystyczna interpretacja przemian wolnościowych w 1989 r; aktywizacja młodego pokolenia - włączenie ich w obchody poprzez interaktywny charakter gry

5-7 czerwca 2009 r.





**SOLi**  
**DARTY**  
**of ARTS**  
**2010**

Idea: cykliczne wydarzenie kulturalne polegające na wspólnej kreacji artystycznej gwiazd najwyższej światowej klasy - podkreślanie wartości sztuki ponad wszelkimi podziałami m.in. koncert Przestrzeń Wolności, Moździer+  
edycja 2009 - 15 sierpnia - 3 września 2009  
edycja 2010 - 18 sierpnia - 8 września 2010  
Edycja 2011 - 12 sierpnia - 2 września 2011





Idea: cykliczne, interdyscyplinarne wydarzenie kulturalne, prowokujące do debaty na temat różnych wymiarów wolności, a także jej granic

3. edycja - listopad 2009 r.

4. edycja - czerwiec 2010 r.

5. edycja - październik 2011 r.







**Idea: wyróżnienie i promocja zjawisk poetyckich,  
które podejmują jeden z najistotniejszych  
dla współczesności temat - wolność**

21-27 marca 2010 r.

20-24 marca 2012 r.





Idea: stworzenie platformy wymiany doświadczeń dla środowiska polskich blogerów, którzy w naturalny sposób reprezentują wartości bliskie miastu Gdańsk (wolność, otwartość, nowe idee)

11-12 grudnia 2010 r.

15-16 października 2011 r.





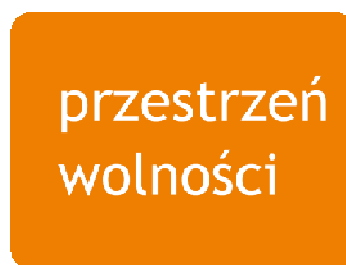
# DZIAŁANIA DODATKOWE

Wykorzystanie różnorodnych narzędzi marketingowych do stałego i konsekwentnego promowania miasta i idei nierozdzielnie z nim związanych

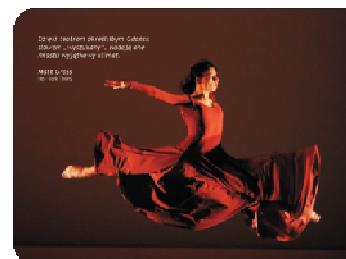




## Przestrzeń wolności - folder



**Idea: niecodzienna, fotograficzna prezentacja najważniejszych watorów wizerunkowych miasta Gdańska**





Freedom Class. My ticket to GDN - ulotka

Idea: zaproszenie do Gdańska  
w formie biletu lotniczego;  
ulotka rozdawana podczas  
zagranicznych targów turystycznych



## Media i bloggers relations

**Idea: utrzymywanie stałych kontaktów z przedstawicielami najbardziej opiniotwórczych blogów i mediów w Polsce gł. w kontekście wizerunkowych wydarzeń kulturalnych organizowanych w mieście**



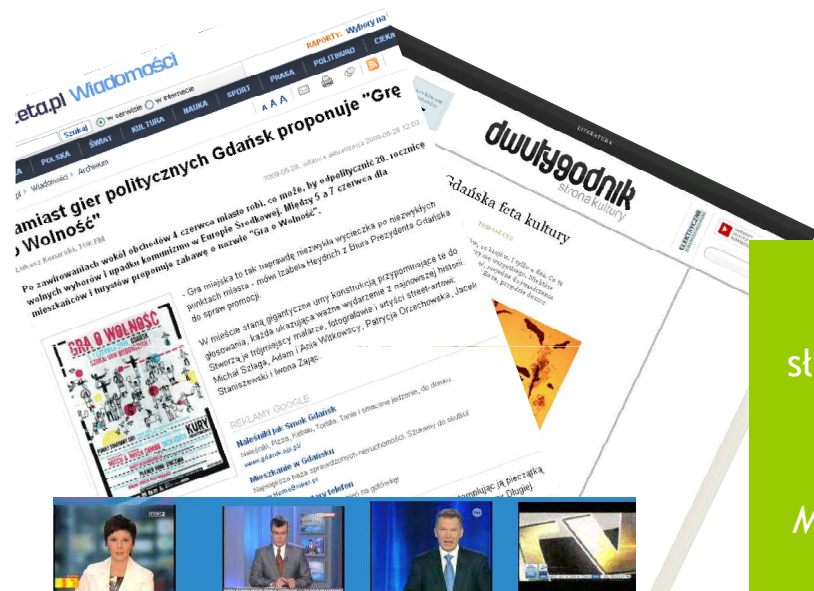
wycieczki prasowe



przesyłki kreatywne



konferencje prasowe



Dzięki teatrom określiłbym Gdańsk słowem „wyszukany”. Nadają one miastu wyjątkowy klimat  
*Matt Gross, New York Times*



Z tego wszystkiego próbowałem wyciągnąć jakieś wnioski dla mojego miasta. Gdańsk starając się o tytuł ESK dał konkret i to nie tylko dla swoich mieszkańców, lecz dla całego kraju oraz zagranicy. Szukałem czegoś podobnego w Lublinie i przyjrzałem się działce kulturalnej, a konkretnie muzyce, w której przecież robię.



liczne relacje

pozytywne opinie

nagrody, rankingi



# GOSPODARKA

aktywizacja zawodowa i przedsiębiorczość

wymiana doświadczeń

centra biznesowe

innowacyjność







# staż! wejdź do gry



WAKACYJNY STAŻ

TARGI PRACY 2012

BIZNES NA START





**GDAŃSK - siedziba centr biznesowych  
światowych korporacji**





# info Share

KONFERENCJE BRANŻOWE



GOSPODARKA



# TREND BOOK 2011+

*Dawid Szalkowski* 



## GDAŃSK ŚWIATOWĄ STOLICĄ BURSZTYNU

Norma na bursztyn

Polki na bursztynowym szlaku

7 milionów na promocję branży bursztynicznej





# TURYSTYKA

wzbogacenie oferty poza sezonem letnim  
współpraca pomiędzy branżą turystyczną - win-win





## Gdańsk zwraca się ku wodzie





*ROZSMAKUJ SIĘ W GDAŃSKU*  
*Weekend za pół ceny!*

**21-22.04.2012**  
**Główne Miasto**  
*To już IV edycja!*

**Więcej informacji:**  
**[www.gdansk.pl/rozsmakujsie](http://www.gdansk.pl/rozsmakujsie)**



Główny organizator:  
 **GDANSK**  
miasto - gospodarz

Partnerzy:  
 **RESTAURACJE I PRZEDSIĘBIORCY GDAŃSK**

Partnerzy:  
 **makro**

Partnerzy:  
 **FastDeal.**  **gazeta**  **plus**  **trojmiasto.pl**





# Targi turystyczne



**world  
travel  
market**





# GOT

Gdańska Organizacja Turystyczna

poznaj **3**miasto.pl  
i całe Pomorskie



Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna

# Polska

See our sea  
and shop  
in our shops

[www.shopandsee.eu](http://www.shopandsee.eu)  
Gdańsk, Gdynia, Sopot - three cities - one destination

GDANSK Gdynia Sopot  
www.gdansk.pl www.gdynia.pl www.sopot.pl



# Wizyty studyjne

Mercoledì, 16-03-2011 | Actualizado a las 11:03 h.

**CincoDías.com**

Inicio Empresas Mercados Economía Empleo y formación Tecnología Finanzas personales Tendencias

IBEX 35 -0,73% | EUROSTOXX 50 -0,32% | FTSE -0,55% | S&P 500 -1,12% | DOW JONES -1,15%

**3,5%** los 4 primeros meses y después alta rentabilidad  
 Siempre disponible. Sin comisiones. ING DIRECT  
 PARA NUEVOS CLIENTES Abre tu cuenta aquí  
 cuenta NARANJA

**Industria del ámbar**  
**La revolución dorada del Báltico**

Gdansk moderniza la joyería de ámbar, introduciendo diseño y técnicas modernas, para convertirse en su centro internacional.

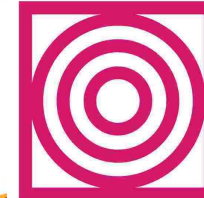
Lubie to! 14 | Tweetear 3 | Meneame | Facebook | Google+ | +

**Buscador de ámbar en la orilla del Báltico.. La revolución dorada del Báltico -**

**Elena Solera - Gdansk (Polonia) - 12/03/2011**  
 Una oportunidad. Eso es lo que representa la industria del ámbar para Gdansk, la tercera ciudad de Polonia y una de las que encierra más historia entre sus calles. Y sus autoridades han decidido sacarle el mayor provecho.

El ayuntamiento de la localidad, en colaboración con sus artesanos, ha decidido deshacerse de la imagen rancia del ámbar que hasta fechas muy recientes imperaba entre los polacos, en especial entre la gente joven. Para ello ha puesto en marcha una serie de iniciativas con vistas a crear un centro

- Un trocito de ámbar en cada esquina
- Insectos, reptiles y plantas para la investigación

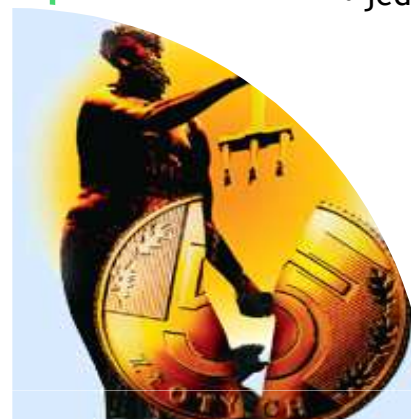




- przewodnicy
- hotele
- restauracje
- linie lotnicze
- instytucje kultury
- jednostki organizacyjne miasta
- PROT, POT

## wizyta studyjna

- hotele
- restauracje
- jednostki organizacyjne miasta
- GOT



- przewodnicy
- hotele
- restauracje
- instytucje kultury
- jednostki organizacyjne miasta



## impieza miejska

- hotele
- restauracje
- instytucje kultury
- jednostki organizacyjne miasta



# MIESZKAŃCY

aktywizacja społeczna  
poczucie dumy z bycia gdańszczaninem





SOCIAL MEDIA











# **gdańskie dni sąsiadów**

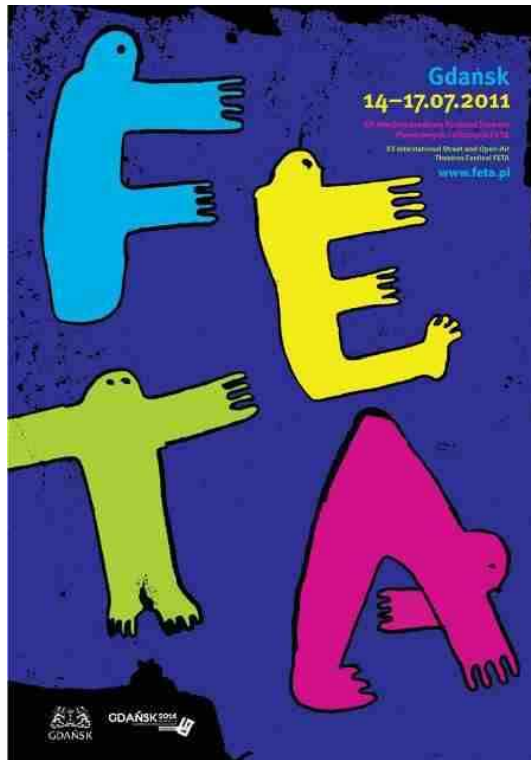
**27 maja - 26 czerwca 2011**



# KULTURA

**kultura i sztuka obecne w przestrzeni miejskiej - blisko mieszkańców  
promocja poprzez znaczące festiwale kulturalne**







# EUROPEJSKI FESTIWAL MALARSTWA MONUMENTALNEGO



# SPORT

aktywność mieszkańców

promocja poprzez wielkie wydarzenia i wyczyny mieszkańców





# GDAŃSK BIEGA 2011

START: 6/11/2011 NIEDZIELA 12:00

MIEJSCE: BRZEŻNO/MOŁO  
DYSTANS: 3/6 KM

PULA NAGRÓD: 20.000 ZŁ

WSZYSCY WYGRYWAJĄ!

[GDANSKBIEGA.COM](http://GDANSKBIEGA.COM)



## Wyginaj śmiało ciało

### GIMNASTYKA W PARKU REAGANA

Od 28 czerwca do 5 września

Miejsce: Park Reagana (wejście B, od ulicy Czarny Dwór)

**Piątki**  
Bule - start 18.00  
Gimnastyka wieczorna - start 19.00

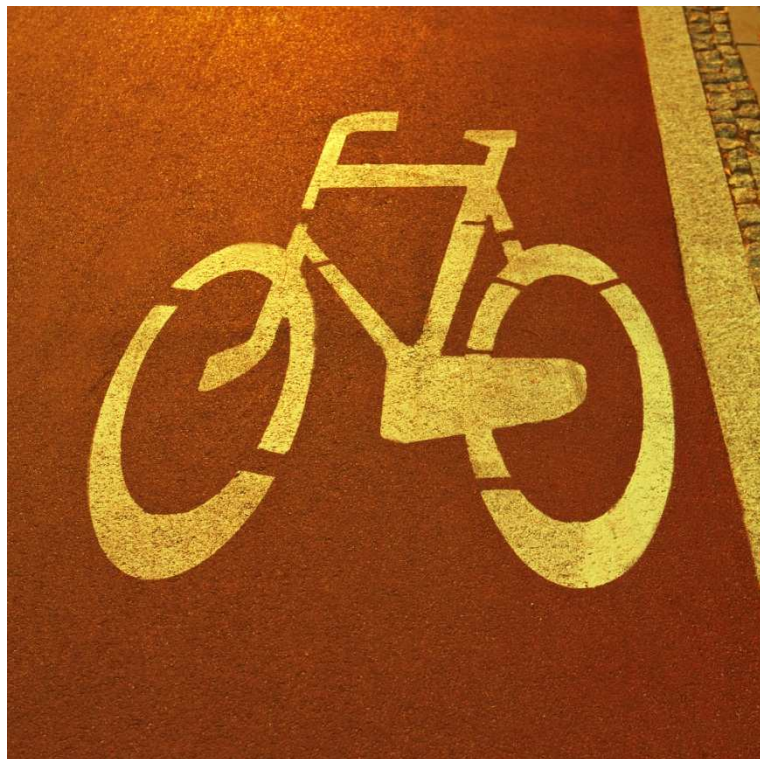
**Soboty**  
Gimnastyka poranna - start 9.30  
Ścieżka zdrowia - start 11.00  
Nordic walking - start 12.00

**UDZIAŁ BEZPŁATNY!**

Organizator:  **GDAŃSK**  
Żywe Miasto  
Instytucje Kultury i Sportu: Fundacja Kultury i Sportu - GDAŃSK

Partnerzy:  **C.Z.O.**  
GWP

Patroni medialni:  **gazeta**  **Radio Gdańsk**

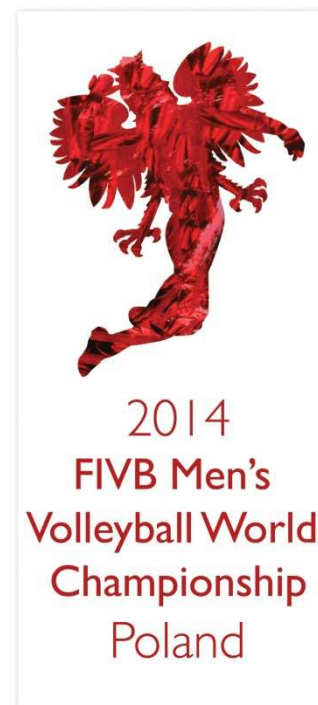




wsparcie drużyn sportowych i sportowców - m.in. Zbigniew Gutkowski



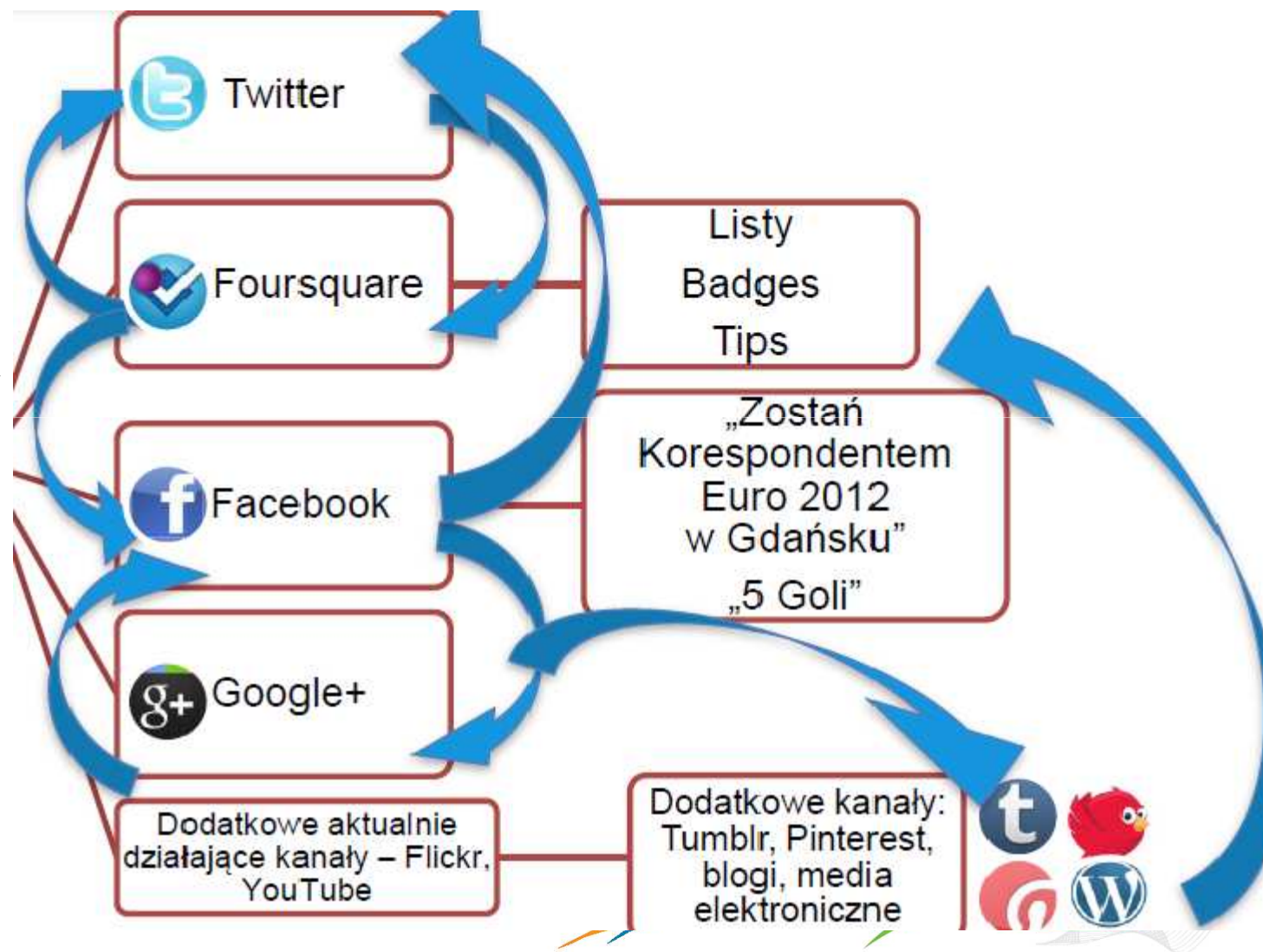






**Welcome #InGdańsk!**

# #InGdańsk

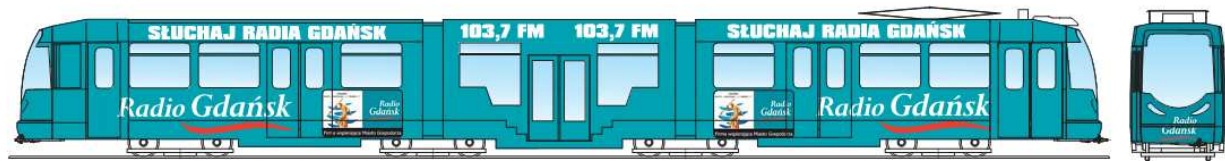




WSPÓŁPRACA Z GOOGLE



SOCIAL MEDIA



### Marzec

→ Prezentacja w Zagrzebiu z udziałem PMG (konferencja prasowa i wywiady na żywo w mediach)

→ Wizyta prasowa dziennikarzy z czołowych mediów irlandzkich i hiszpańskich

→ Udział w targach MITT w Moskwie

→ Tramwaj w barwach Firm Wspierających Miasto-Gospodarza: Gazety Wyborczej Trójmiasto i Radia Gdańsk



### Kwiecień – maj

→ Udział w Gdańskich Targach Turystycznych („STREFA MISTRZOSTW”) oraz w targach JANTUR w Kaliningradzie

→ Prezentacja Miasta-Gospodarza w Charkowie

→ Kampania promocyjna na rynku hiszpańskim, włoskim i irlandzkim (CNN, BBC, Eurosport, Internet, prasa)

→ Olimpiada wiedzy o EURO dla dzieci w wieku szkolnym, organizowana przez Gazetę Wyborczą Trójmiasto

→ Konkurs Radia Gdańsk na „Hymn Kibica”, skierowany do lokalnych zespołów

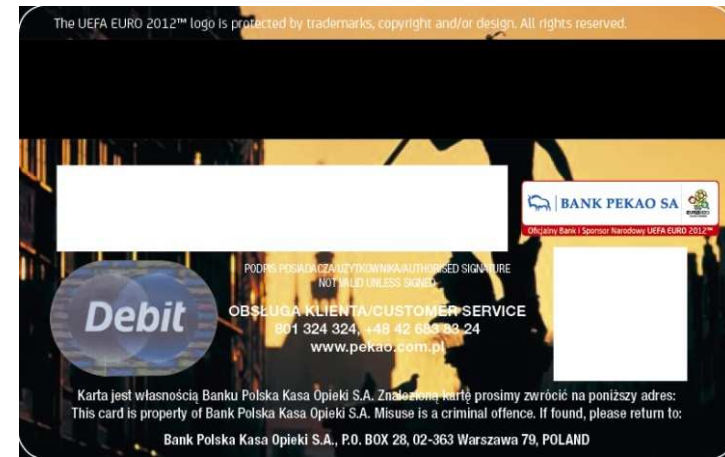
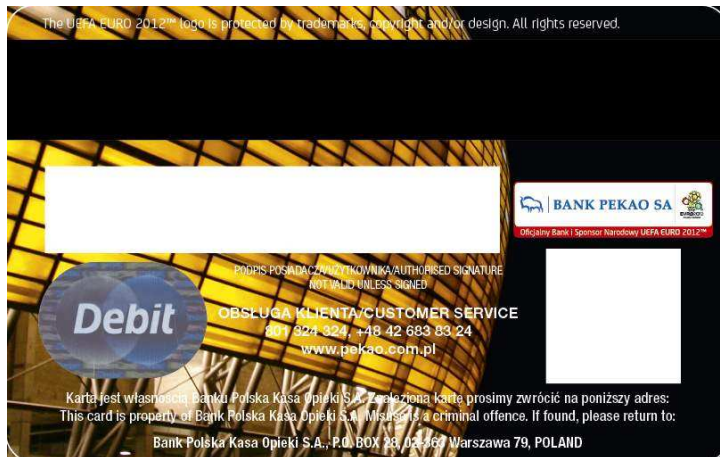
→ Plebiscyt Radia Gdańsk na „2012 powodów do radości”

### Maj – czerwiec

→ Akcje Radia Gdańsk: „Tydzień z flagą” i „Smaki Euro na Pomorzu”







**KARTA PRZEDPŁACOWA PEKAO - BEZGOTÓWKOWY SYSTEM W FAN ZONE**

zafascynowani turyści ← → zadowoleni inwestorzy







DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

[www.gdansk.pl/uefaeuro2012](http://www.gdansk.pl/uefaeuro2012)