

Michał Hajduk
Przewodniczący Zespołu Kontrolnego
Beata Dunajewska
Członek Zespołu Kontrolnego
Andrzej Skiba
Członek Zespołu Kontrolnego
Komisja Rewizyjna
Radni Miasta Gdańska

Gdańsk, 06.12.2021

PROTOKÓŁ Z KONTROLI W Biurze Prezydenta Miasta Gdańska w zakresie budowania marki Miasta i marketingu

Zakres kontroli: kontrola prawidłowości gospodarowania środkami publicznymi w Biurze Prezydenta Miasta Gdańska w zakresie budowania marki Miasta i marketingu w 2020 roku. Z uwagi na sytuację epidemiologiczną spowodowaną wirusem SARS-CoV-2 kontrola została przeprowadzona w formie online. Kontrolę przeprowadził Zespół Kontrolny, w skład którego weszli następujący Radni:

- Michał Hajduk – Przewodniczący Zespołu Kontrolnego,
- Beata Dunajewska – członek zespołu,
- Andrzej Skiba – członek zespołu.

Kontrola została przeprowadzona na podstawie upoważnienia Przewodniczącej Rady Miasta Gdańska Agnieszki Owczarczak i Przewodniczącego Komisji Rewizyjnej RMG Kazimierza Koralewskiego z dnia 30 września 2021 roku. Upoważnienie wystawiono na podstawie art. 18 a ust 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2021 r. poz. 1372).

Informacji udzieliła:

Pani Danuta Rutkowska – Główny Specjalista w Biurze Prezydenta.

Zaplanowane wydatki w Biurze Prezydenta (jako całość) na 2020 r. to **16.103.786 zł**.
Wydatkowano w 2020 r. **14.557.712,94 zł** – (wykonanie na poziomie **90,40 %**).

Zadania do wykonania przez Biuro Prezydenta w 2020 r. zostały w całości zrealizowane. Oszczędności jakie powstały wynikają z negocjacji z kontrahentami oraz zwrotu VAT-u (działania promocyjne).

W skład **Biura Prezydenta** wchodzi referaty i samodzielne stanowiska: **Referat Marki Miasta, Referat Marketingu**, Referat Prasowe, Referat Spraw Zagranicznych, Referat Organizacyjno – Protokolarny, Referat Partycypacji Społecznej i Rad Dzielnic, Sekretariat Związku Miast Bałtyckich, Rzecznik Prasowy, Koordynator ds. Bursztynu, Samodzielne stanowisko ds. promocji projektów gospodarczych, Samodzielne stanowisko ds. budżetu i samodzielne stanowiska pracy.

W 2020 roku przeprowadzono działania w zakresie marki Miasta i marketingu:

1. Sześćdziesiąt zleceń dotyczących promocji miasta,
2. Dziewiętnaście kampanii promujących gdańskie wydarzenia,
3. Dziewiętnaście działań promocyjnych np.: "Podziel się jednym procentem", "Rozsmakuj się w Metropolii - weekend za pół ceny", "Gdańsk biega", "Cała Polska Śpiewa Kolędy"
4. Czterysta wydarzeń promujących organizowanych przez Miasto, bądź w których Miasto brało udział.

Marka Miasta: realizowano działania związane z promocją marki Gdańska, które polegało na przygotowaniu kampanii promocyjnych i informacyjnych miasta m.in. („Gdańsk bez plastiku”, „#Zostań w domu bez przemocy”, „Wybory Prezydenckie 2020 r.”, „Dziękujemy za frekwencję”, „#Czas na Gdańsk”, „Finał Ligi Europy UEFA 2020”, „Kampania Pomocowa - Gdański Informator Pomocowy”, „PIT w Gdańsku. Się opłaca”. Nadano imion patronów tramwajom gdańskim (Ks. Bronisław Komorowski, ks. Marian Górecki, ks. Bruno Binnebesel, Prof. Anna Podhajska, Brunon Zwarra, Franciszek Kręcki, Zbigniew Cybulski, Prof. Jerzy Doerffer, Andrzej Grubba, Markiz Bonifacio, Zbigniew i Maciej Kosycarze, Antoni Lendzion). Lokowanie marki Gdańsk, jako produktu turystycznego. Promocja miasta w mediach społecznościowych skierowanych do mieszkańców i turystów krajowych i zagranicznych. Koordynowanie planów działań komunikacyjnych i promocyjnych, związanych z projektami realizowanymi przez wydziały Urzędu Miejskiego w Gdańsku, jednostki i spółki .

VI. Kontynuacja realizacji projektu Gdańsk Światową Stolicą Bursztynu; bieżące kontakty z przedstawicielami branży bursztynicznej, organizacja multimedialnych wystaw promujących Gdańsk- Światową Stolicę Bursztynu i nowoczesne wzornictwo gdańskich twórców w Jarosławcu („Bursztyn bałtycki. Dziedzictwo i nowoczesność”), Krynicy Morskiej (Bursztyn bałtycki. Skarb Zatoki Gdańskiej), we Władysławowie („Bursztyn bałtycki. Tradycja i innowacja 2.0) oraz w Domu Uphagena w Gdańsku („Bursztyn bałtycki. Trendy 2010-2020”), wydanie w wersji elektronicznej publikacji „Trend Book 2020” wraz z promocją w social mediach, organizacja wizyty studyjnej dziennikarzy z francuskiej telewizji Arte TV.

Ponadto zrealizowano działania przez Ogródnika Miejskiego, który przeprowadził: Konkurs: „Najpiękniejszy Gdański Balkon i Przedogródek 2020” - piąta edycja; fotograficzny "Gdańskie Łąki Miejskie" - trzecia edycja. Przeprowadzono Zielone Warsztaty online / 10 odcinków. Wykonano projekt stoiska "Bursztynowy Las" na Free Time Festival. Wykonanie tablic informacyjnych – nie kosimy z powodu suszy. Promocja Miasta Gdańska na pakietach nasion gdańskich łąk miejskich.

Marketing realizował działania promocyjne.

W ramach działania zrealizowano: kampanie medialne dotyczące następujących projektów: obchody Grudnia '70, 40-lecie Porozumień Sierpniowych, prezentacja sylwetki Lecha Bądkowskiego, plebiscyt Dziennika Bałtyckiego "Człowiek Roku", plebiscyt Dziennika Gazety Prawnej "Perły Pomorza", wzmocnienie kampanii "Gdańsk bez plastiku", XX-lecie Nagrody Jerzego Giedrojcia. Ponadto zrealizowano szereg działań informacyjnych z wykorzystaniem pozostających w dyspozycji Biura Prezydenta nośników, takich jak: citylighty, naklejki na autobusach, ekrany wizyjne w komunikacji miejskiej, plakaty

w pojazdach; przygotowano kilkanaście prezentacji multimedialnych prezentowanych w ramach konferencji prasowych, sesji Rady Miasta oraz na potrzeby bieżącej komunikacji z mieszkańcami; zrealizowano branding kilkunastu miejskich wydarzeń w przeciągu roku; uzupełniono stan miejskich materiałów promocyjnych, w tym gadżetów. Staraniem Referatu Marketingu wydano Kalendarza Gdańskiego 2021; przygotowano projekty i wydano druki okazjonalne, takie jak kartki świąteczne; przeprowadzono odświeżenie i uaktualnienie Księgi Identyfikacji Wizualnej Miasta Gdańska. W ramach działania lokowania Marki Miasta zrealizowano projekty wydawnicze: "Historia Kaszubów w dziejach Pomorza", "Gdańskie Studia Prawnicze", "Brama" album fotograficzny autorstwa Michała Szłagi, "Ubiory w nowożytnym Gdańsku".

Podsumowanie

Podczas prac Zespołu Kontrolnego zostały przeprowadzone rozmowy z pracownikami oraz przeanalizowane otrzymane materiały.

W toku prac Zespołu Kontrolnego nie stwierdzono nieprawidłowości w zakresie prowadzonej kontroli.

/-/ Michał Hajduk

/-/ Beata Dunajewska

/-/ Andrzej Skiba

Przewodniczący Zespołu

Członek Zespołu

Członek Zespołu